

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komoditi Kakao

Kakao (*Theobroma cocoa L*) merupakan tanaman penting yang pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1560, namun baru menjadi komoditas penting sejak tahun 1957. Kakao merupakan tanaman berbunga yang tumbuh dari batang atau cabang. Tanaman ini tergolong dalam kelompok tanaman *caulifloris*. Menurut Siregar & Tumpal (2006), klasifikasi botanis kakao adalah sebagai berikut:

Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Kelas	: <i>Dicotyledon</i>
Ordo	: <i>Malvales</i>
Famili	: <i>Sterculiaceae</i>
Genus	: <i>Theobroma</i>
Spesies	: <i>Theobroma cacao</i>

Di Indonesia, daerah yang ideal untuk menanam kakao adalah daerah dengan ketinggian yang tidak lebih tinggi dari 800 m diatas permukaan laut. Pertumbuhan tanaman ini juga dipengaruhi oleh curah hujan, sinar matahari, dan temperatur. Faktor lainnya juga yang mempengaruhi yaitu faktor fisik dan kimia tanah (Siregar & Tumpal, 2006).

Curah hujan yang ideal untuk pertumbuhan tanaman kakao adalah daerah dengan curah hujan 1100-3000 mm/tahun. Curah hujan yang terlalu tinggi juga

akan mengakibatkan serangan penyakit busuk buah. Daerah yang curah hujannya rendah dapat menanam kakao dengan menggunakan air irigasi. Curah hujan ini merupakan salah satu hal yang penting dalam pertumbuhan kakao karena curah hujan mempengaruhi produktivitas dan pembentukan tunas muda (*flushing*).

Selanjutnya yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman kakao ini adalah sinar matahari. Pada umumnya, lingkungan alami tanaman kakao adalah hutan tropis, yang memerlukan naungan untuk mengurangi jumlah cahaya yang masuk ke pertumbuhannya. Sinar matahari yang terlalu banyak menyoroti tanaman kakao akan menyebabkan lilit batang kecil, daun sempit, dan daun relatif pendek. Pemanfaatan sinar matahari yang maksimal ditujukan untuk mendapatkan intersepsi cahaya dan pencapaian Indeks Luas Daun (ILD) yang optimal.

Selain sinar matahari, temperatur ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan kakao. Temperatur yang ideal bagi pertumbuhan tanaman kakao adalah berkisaran antara 30° – 32°C (maksimum) dan 18° – 21°C (minimum). Temperatur berpengaruh terhadap ketersediaan air, sinar matahari, dan kelembapan. Temperatur yang lebih rendah dari 10°C akan menyebabkan gugur daun dan mengeringnya bunga, sehingga pertumbuhannya tanaman kakao ini berkurang. Namun apabila temperatur terlalu tinggi, maka akan menyebabkan pertumbuhan tanaman yang tidak normal, akan meningkatkan pembungaan dan gugur bunga yang berlebihan.

Selain faktor iklim yang disebutkan di atas, faktor tanah juga dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan tanaman kakao. Tanaman kakao dapat tumbuh pada berbagai jenis tanah dengan memperhatikan syarat fisik, khususnya

kedalaman efektif, tinggi permukaan air tanah, drainase, struktur dan kemiringan tanah, serta faktor kimia khususnya yaitu kemasaman tanah (pH), kadar zat organik, unsur hara, kapasitas adsorpsi, dan kejenuhan basa ini berperan dalam pertumbuhan dan produksi terpenuhi.

Jenis kakao yang paling banyak dibudidayakan adalah jenis *Criollo* (kakao mulia = *fine flavour cocoa*, *choiced cocoa*, atau *edel cocoa*), *Forastero* (*ordinary cocoa* atau *bulk cocoa*), dan *Trinitario* (*fine flavour cocoa* atau *bulk cocoa*). Jenis *Trinitario* yang banyak ditanam di Indonesia yaitu Hibrid Djati Runggo (DR) dan *Uppertimazone Hybrida* (kakao lindak).

Tanaman kakao ini menghasilkan buah kakao yang di dalamnya terdapat biji-biji kakao, biji kakao inilah yang menjadi sumber ekonomi kakao itu sendiri. Biji kakao ini, dengan proses pengolahan dan pengeringan akan menghasilkan biji kakao yang kering dan siap di distribusi ke pabrik pengolahan. Biji kakao dapat diolah menjadi produk kakao setengah jadi seperti; *cocoa liquor*, *cocoa butter*, *cocoa cake*, *cocoa powder*, dan coklat serta menjadi produk jadi.

Biji kakao diharapkan dapat setara dengan komoditas perkebunan lainnya di Indonesia seperti karet, kopi, dan kelapa sawit baik luas areal maupun hasilnya. Hasil dari ekspor biji kakao dan industri kakao dalam bentuk devisa dapat meningkatkan perekonomian Indonesia. Produk industri kakao lainnya bermanfaat sebagai pemasok bahan baku bagi industri dalam negeri, khususnya industri bahan makanan serta industri kosmetik dan farmasi. Industri kakao dapat menciptakan prospek kerja yang baik bagi jutaan orang di Indonesia

2.1.2 Perdagangan Internasional

2.1.2.1 Pengertian Perdagangan Internasional

Perdagangan mempunyai arti khusus dalam perekonomian. Perdagangan dipahami sebagai suatu proses *barter* (tukar-menukar) yang didasari prinsip sukarela masing-masing pihak. Perdagangan internasional merupakan kegiatan komersial berdasarkan kesepakatan bersama yang dapat dilakukan antara penduduk suatu negara, baik perorangan maupun pemerintah, dengan penduduk negara lain (Nugroho, 2003). Penduduk yang dimaksud di sini dapat merujuk pada warga negara, perusahaan, dan bisa juga lembaga atau pemerintah. Selain melakukan perdagangan barang dan jasa, antara penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain (terutama kalangan pengusaha) juga sering melakukan pertukaran sarana atau faktor produksi. Beberapa contoh tentang pertukaran sarana dan faktor produksi ini adalah seperti pertukaran tenaga kerja, mesin dan peralatan, teknologi padat modal, dan sebagainya

Perdagangan internasional berasal dari kenyataan bahwa tidak ada suatu negara pun di dunia ini yang mampu memproduksi semua barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan seluruh penduduknya. Perdagangan internasional sangat penting dan diperlukan bagi suatu negara karena setiap negara di dunia ini memiliki perbedaan dengan negara lain, diantaranya dalam hal sumber daya manusia, sumber daya alam, kondisi geografis, iklim, teknologi, tingkat harga, struktur ekonomi, serta sosial dan politik. Dari perbedaan-perbedaan tersebut, bermula dari adanya kebutuhan untuk saling menguntungkan

antar negara, maka terjadilah proses pertukaran dalam skala besar yang disebut perdagangan internasional.

Adanya perbedaan tersebut akan memberikan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masing-masing negara. Keuntungan dari kegiatan perdagangan itu sendiri adalah kemampuan memperoleh barang-barang yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri, memperoleh keunggulan dalam spesialisasi, memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan, serta melakukan transfer teknologi modern (Sukirno, 2006).

Suatu negara tidak dapat memproduksi barang dan jasa sendiri untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Oleh karena itu, suatu negara perlu melakukan kegiatan perdagangan internasional, seperti kegiatan impor dan ekspor untuk pertukaran barang dan jasa antar negara. Setiap negara dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional karena perdagangan internasional tersebut membuat setiap negara berspesialisasi, menciptakan produk terbaik yang dapat dihasilkannya, dan produk tersebut tidak dapat diproduksi oleh negara lain.

2.1.2.2 Teori Perdagangan Internasional

Faktor utama adanya perdagangan internasional yaitu dengan adanya perbedaan dalam potensi sumber daya, iklim, teknologi serta sumber daya lainnya yang dimiliki oleh setiap negara, ini merupakan landasan teori yang sangat berpengaruh dalam perekonomian internasional. Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang perdagangan internasional yaitu :

1. Teori Keunggulan Absolut (*Absolute Advantage*)

Teori ini dikemukakan oleh Adam Smith. Terdapat pemikiran merkantilis yang menyatakan bahwa kekayaan suatu negara berasal dari perdagangan internasional yaitu ekspor, begitupun Adam Smith juga satu pendapat dengan pemikiran merkantilis. Kekayaan suatu negara tersebut dapat bertambah sesuai dengan kapasitas, efisiensi tenaga kerja yang digunakan dan sesuai dengan proporsi penduduknya yang melakukan perdagangan tersebut. Suatu negara mengekspor barang tertentu karena negara tersebut dapat memproduksi barang dengan biaya lebih rendah daripada dengan negara lain. Hal ini karena negara tersebut memiliki keunggulan dalam memproduksi suatu barang.

Adam Smith dalam teori ini berpendapat bahwa perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut (*absolut advantage*). Keunggulan absolut merupakan kemampuan suatu negara untuk memanfaatkan sumber daya yang lebih banyak dibandingkan dari negara lain dalam memproduksi barang dan jasa. Jika suatu negara dianggap lebih efisien atau mempunyai keunggulan absolut dalam memproduksi suatu komoditas dibandingkan negara lain, namun kurang efisien atau memiliki kerugian absolut dalam memproduksi komoditi lain dibandingkan negara lain, maka kedua negara tersebut akan memperoleh keuntungan. Keuntungan ini dapat diperoleh dengan cara masing-masing negara mengkhususkan diri dalam memproduksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut, dan menukarkannya dengan komoditas lain yang

memiliki kelemahan absolut. Dengan demikian, sumber daya negara dapat dimanfaatkan secara efektif dan output dari kedua komoditas yang dihasilkan akan meningkat. Peningkatan output produksi ini akan mengukur keuntungan dari spesialisasi produksi bagi kedua negara yang melakukan perdagangan.

Selain itu, teori ini juga menjelaskan bahwa negara menerapkan kebijakan yang dinamakan (*laissez-faire*) yaitu sebuah kebijakan yang menjelaskan bahwa tidak ada campur tangan pemerintah dalam perdagangan bebas karena perdagangan bebas akan membuat orang bekerja keras untuk kepentingan negaranya sendiri dan pada saat yang sama mendorong terciptanya spesialisasi. Dengan terciptanya spesialisasi maka negara tersebut akan menghasilkan suatu produk yang memiliki keunggulan absolut (*absolute advantage*).

2. Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative advantage*)

Teori John Stuart Mill dalam teorinya menyatakan bahwa sebuah negara dapat memproduksi barang dan kemudian mengekspor barang yang memiliki keunggulan komparatif terbesar (barang yang dapat diproduksi dengan lebih rendah) dan mengimpor barang yang tidak memiliki keunggulan komparatif (barang yang jika diproduksi di negaranya sendiri membutuhkan biaya produksi yang tinggi). Teori ini menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh seberapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memproduksi barang tersebut.

Teori keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo pertama kali pada tahun 1817 dalam bukunya *Principles of Political Economy and Taxation* yang memperkenalkan hukum keunggulan komparatif. Teori ini merupakan penyempurnaan dari teori keunggulan absolut yang sebelumnya dikemukakan oleh Adam Smith. Menurut teori keunggulan komparatif, jika masing-masing negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi komoditas, maka perdagangan akan tetap berlangsung. Manfaat dari perdagangan yang terjadi antar negara tetap memiliki keuntungan meskipun negara tersebut mengalami kerugian absolut. Namun, dalam melakukan kegiatan perdagangan antar negara, ketika suatu negara kurang efisien dibanding negara lain dalam memproduksi kedua komoditas tersebut, maka negara tersebut tetap memiliki keuntungan walaupun negara tersebut mengalami kerugian secara absolut. Keuntungan tersebut akan diperoleh ketika negara pertama melakukan kegiatan spesialisasi produk dalam memproduksi dan mengekspor pada komoditas yang mengalami kerugian absolut terkecil (memiliki keunggulan komparatif). Sebaliknya, negara tersebut akan mengimpor komoditas dengan kerugian absolut yang lebih besar (memiliki kerugian komparatif). Maka menurut David Ricardo, Perdagangan antar negara tetap akan terjadi, jika terdapat perbedaan harga relatif antara sebelum perdagangan dilakukan.

3. Teori Heckscher-Ohlin (H-O)

Eli Heckscher dan Bertil Ohlin merupakan ekonom modern dari Swedia yang mengemukakan penjelasannya mengenai perdagangan internasional atas dasar teori komparatif yang selama ini belum mampu menjelaskan perdagangan internasional. Teori keunggulan komparatif (*comparative advantage*) yang dikemukakan oleh Eli Heckscher dan Bertil Ohlin, menjelaskan bahwa terjadinya perdagangan internasional terjadi karena adanya suatu perbedaan dalam memproduksi tenaga kerja (*productivity of labor*) antar negara. Teori H-O ini menyebutkan bahwa perbedaan produktivitas tenaga kerja terjadi karena adanya perbedaan jumlah faktor produksi yang dimiliki oleh masing-masing negara, sehingga akan menyebabkan perbedaan pada barang yang dihasilkan.

Teori Heckscher-Ohlin (H-O) berpendapat bahwa jika suatu negara melakukan kegiatan ekspor yaitu barang komoditas, maka perlunya negara tersebut melakukan spesialisasi untuk produksi. Pada saat yang sama, negara tersebut akan mengimpor barang, yang disebabkan oleh faktor produksi yang relatif mahal dan langka untuk memproduksinya. Teori tersebut kemudian terdapat model faktor spesifik, dimana model tersebut mengasumsikan bahwa perekonomian suatu negara hanya memproduksi dua jenis komoditas dan dapat menyalurkan tenaga kerja di antara kedua sektor tersebut (*full employment*) (Salvatore, 1997).

Asumsi-asumsi Heckscher-Ohlin mengenai perdagangan internasional:

- a. Dunia hanya terdiri dari dua negara, dua komoditas, serta dua faktor produksi (tenaga kerja dan modal)
- b. Kedua negara memiliki dan menggunakan metode, serta tingkat teknologi produksi yang hampir sama.
- c. Komoditi X pada umumnya bersifat padat karya (*labor intensive*), sedangkan komoditi Y secara umum bersifat padat modal (*capital intensive*). Hal ini berlaku bagi kedua negara.
- d. Kedua komoditi diproduksi dengan skala hasil yang konstan (*constant scale of returns*), hal ini sama terjadi pada kedua negara.
- e. Spesialisasi produksi yang terjadi di kedua negara tidak lengkap atau tidak menyeluruh.
- f. Selera atau preferensi permintaan konsumen yang ada di kedua negara persis sama.
- g. Terdapat persaingan yang sempurna dalam pasar produk
- h. Terdapat mobilitas faktor produksi yang sempurna dalam ruang lingkup masing-masing negara, tetapi tidak ada mobilitas antar negara/internasional.
- i. Tidak ada biaya transportasi, tarif atau berbagai hambatan lainnya yang dapat mengurangi kebebasan arus perdagangan barang antar kedua negara tersebut.
- j. Semua sumber daya produktif atau faktor produksi yang tersedia di masing-masing negara dapat digunakan sepenuhnya dalam kegiatan produksi.

k. Perdagangan internasional berlangsung secara seimbang.

2.1.3 Teori Ekspor

Ekspor merupakan kegiatan perekonomian di mana suatu negara menjual atas barang atau jasa dari dalam negeri ke luar negeri dengan menggunakan sistem pembayaran, kuantitas, kualitas dan biasanya ekspor dilakukan oleh eksportir atau dengan mendapatkan izin khusus dari Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Departemen Perdagangan, baik di negara pengirim (eksportir) maupun di negara penerima (importir). Ekspor juga merupakan proses pengiriman barang secara legal ke negara lain, biasanya dalam perdagangan. Proses ekspor umumnya merupakan tindakan mengeluarkan barang atau komoditas dari suatu negara untuk memasukkannya ke negara lain.

Menurut Sukirno (2019), ekspor didefinisikan sebagai pengiriman dan penjualan produk buatan dalam negeri ke negara lain. Pengiriman ini akan menyebabkan aliran pengeluaran ke sektor perusahaan. Dengan demikian, pengeluaran agregat akan meningkat sebagai hasil dari kegiatan ekspor barang dan jasa dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan nasional.

Menurut Undang-undang Nomor 2 Tahun 2009, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean Indonesia dan/atau jasa dari wilayah Negara Republik Indonesia. Eksportir adalah badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun tidak berbentuk badan hukum, termasuk perorangan yang melakukan kegiatan ekspor.

Kegiatan ekspor dibagi menjadi dua, yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Ekspor langsung adalah cara penjualan barang atau jasa melalui

perantara eksportir yang berada di negara lain atau negara tujuan ekspor. Distributor dan perwakilan penjualan perusahaan terlibat dalam ekspor langsung. Sedangkan ekspor tidak langsung adalah melibatkan penjualan barang atau jasa melalui perantara atau eksportir negara asal, kemudian dijual oleh perantara tersebut seperti perusahaan manajemen ekspor (*export management companies*) dan perusahaan pengeksportir (*export trading companies*). Pada umumnya, industri manufaktur menggunakan ekspor langsung maupun ekspor tidak langsung, sedangkan industri jasa sering menggunakan ekspor langsung.

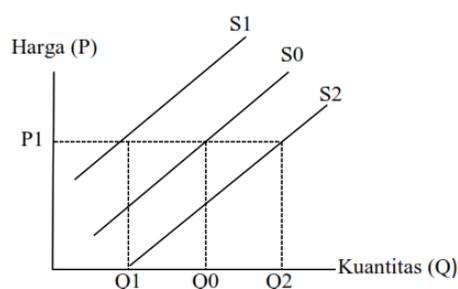
Proses dari ekspor sendiri merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengeluarkan barang dari dalam negeri yang kemudian memasukkannya ke negara lain secara legal dengan harapan memperoleh keuntungan dengan mematuhi ketentuan yang berlaku (sesuai daerah kepabeanan). Ekspor merupakan bagian penting dalam perdagangan internasional dan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat meningkatkan sumber devisa suatu negara. Dengan kegiatan ekspor ini, pemerintah memperoleh pendapatan berupa devisa. Semakin banyak kegiatan ekspor, maka semakin banyak devisa yang diperoleh negara. Suatu negara mengeksportir barang tertentu karena negara tersebut dapat memproduksi barang tersebut dengan biaya lebih murah atau lebih efisien dibanding negara lain, hal ini disebabkan karena produktivitas tenaga kerja suatu negara lebih tinggi dibandingkan negara lain. Ekspor juga dapat meningkatkan penggunaan sumber daya dalam negeri di suatu negara, dan juga dapat meningkatkan dan menciptakan pembagian lapangan kerja dan skala bagi setiap

produsen dalam negeri untuk dapat menghadapi persaingan lainnya (Salvatore, 1997:57).

Selain masalah keuntungan, suatu negara juga memiliki alasan untuk melakukan ekspor. Menurut Soekartawi (2010:120), kondisi yang memungkinkan ekspor di suatu negara adalah karena adanya kelebihan produksi dalam negeri, permintaan luar negeri untuk produk tertentu, keuntungan yang lebih besar dari penjualan ke luar negeri daripada penjualan di dalam negeri, kebijaksanaan ekspor yang bersifat politik, dan barter antara produk tertentu dengan produk lain yang dipergunakan dan belum dapat diproduksi di dalam negeri.

2.1.4 Teori Penawaran

Penawaran merupakan banyaknya barang atau jasa yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen di setiap tingkat harga tertentu dan selama periode waktu tertentu. Pada teori penawaran berlaku suatu hukum yaitu hukum penawaran. Hukum penawaran adalah semakin tinggi tingkat harga suatu barang maka akan semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh para produsen. Sebaliknya, jika tingkat harga semakin rendah maka semakin berkurang jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen.



Gambar 2. 1 Kurva Penawaran

Pada kurva penawaran gambar 2.1 diketahui bahwa P adalah harga barang dan Q adalah jumlah barang yang ditawarkan. Dalam kurva tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila harga barang tersebut meningkat akan menyebabkan peningkatan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Penurunan penawaran terjadi pada posisi S_0-S_1 , sedangkan peningkatan penawaran terjadi pada posisi S_0-S_2 . Hukum penawaran memperlihatkan adanya keterkaitan hubungan positif antara harga barang suatu tertentu dengan jumlah barang yang ditawarkan. Naik atau turunnya harga input akan menyebabkan peningkatan atau penurunan penawaran (Mankiw, 2006). Beberapa faktor komoditas yang akan dihasilkan dan ditawarkan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Harga input

Dalam analisis ekonomi, jika harga input naik, maka harga produk juga akan naik. Produsen cenderung mengurangi penawaran karena kenaikan harga input akan menyebabkan mereka kehilangan keuntungan dari produk yang mereka produksi.

2. Harga barang itu sendiri

Faktor utama yang mempengaruhi penawaran adalah harga barang itu sendiri. Oleh karena itu, produsen akan menjual produk mereka ketika harganya tinggi, sementara jika harganya turun, produsen akan menurunkan penjualan dan membatasi peredaran produknya sehingga akan mengurangi permintaan.

3. Biaya produksi

Apabila terjadi perubahan harga produksi maka akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh produsen. Jika harga faktor produksi naik menurut hipotesis *Ceteris Paribus* maka keuntungan yang diperoleh produsen akan menurun sehingga menyebabkan produsen mengurangi produksi dan jumlah barang yang ditawarkan untuk dijual.

4. Teknologi

Tingkat teknologi yang digunakan produsen mempengaruhi kuantitas produk yang ditawarkan. Kemajuan teknologi akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas baik dari segi waktu, tenaga maupun modal. Kemajuan teknologi akan menyebabkan perusahaan mengurangi jumlah tenaga kerja dan kemungkinan mengurangi biaya. Hal ini menyebabkan kemajuan teknologi akan mengakibatkan jumlah penawaran meningkat.

5. Harapan produsen

Harapan produsen yang dimaksud adalah harapan terhadap harga produsen di masa depan. Sedikit banyaknya jumlah penawaran yang dilakukan oleh produsen bergantung pada harapan perusahaan di masa depan. Apabila perusahaan mengharapkan harga barang yang dibuat hari esok akan naik, mereka akan menyimpan sebagian hasil produksinya untuk dijual hari esoknya, sehingga jumlah penawaran hari ini akan berkurang.

2.1.5 Teori Penawaran Ekspor

Menurut Salvatore (1997), volume ekspor suatu negara ditentukan oleh harga komoditas di pasar domestik, harga internasional, dan secara tidak langsung

dipengaruhi oleh perubahan nilai tukar dan mata uang suatu negara dibandingkan dengan mata uang negara lain. Penawaran ekspor merupakan jumlah barang yang diekspor ke luar negeri. Menurut Lipsey (1995), faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran ekspor suatu komoditas yaitu:

1. Harga komoditas itu sendiri

Semakin tinggi harga, maka semakin tinggi komoditas yang ditawarkan semakin tinggi, *ceteris paribus*. Artinya harga suatu komoditas yang mempunyai hubungan positif dengan jumlah komoditas yang ditawarkan. Hubungan positif ini terjadi karena kenaikan harga komoditas menyebabkan peningkatan keuntungan yang diperoleh produsen sehingga dapat meningkatkan produksi maupun penjualan hasil produksinya.

2. Harga komoditas lain

Harga komoditas lain yaitu seperti barang substitusi dan barang komplementer. Peningkatan harga komoditas substitusi akan mempengaruhi jumlah penawaran pada komoditas yang bersangkutan, jika terjadi peningkatan harga komoditas substitusi akan menurunkan jumlah penawaran komoditas yang bersangkutan. Sedangkan perubahan harga komoditas komplementer, jika terjadi peningkatan harga komoditas komplementer akan mempengaruhi jumlah yang ditawarkan yaitu akan meningkatkan jumlah penawaran komoditas yang bersangkutan.

3. Harga faktor produksi

Harga faktor produksi ini merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi komoditas tersebut. Keuntungan yang

diperoleh perusahaan akan berbeda-beda tergantung perubahan harga faktor produksi. Ketika harga faktor produksi naik menurut asumsi *ceteris paribus*, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan akan menurun. Hal ini menyebabkan penurunan produksi dan jumlah produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. Tingkat teknologi

Jika kemajuan teknologi terjadi maka akan meningkatkan efisiensi dari segi waktu, tenaga dan modal. Peningkatan ini berasal dari peningkatan pendapatan dan penurunan biaya dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang sama, sehingga menyebabkan peningkatan produksi dan jumlah yang ditawarkan oleh produsen juga akan meningkat. Semakin meningkatnya jumlah produksi yang dihasilkan oleh produsen maka menunjukkan bahwa tingkat teknologinya semakin meningkat. Hal ini terjadi ketika tingkat teknologi dapat direpresentasikan dengan jumlah produksi.

2.1.6 Produksi

2.1.6.1 Pengertian Produksi

Produksi merupakan menciptakan atau peningkatan kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan meningkat jika memberikan manfaat baru atau lebih banyak manfaat. Secara umum produksi adalah penciptaan kegunaan (*utility*), yaitu kemampuan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusiawi tertentu. Guna atau manfaat mengandung pengertian kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Oleh

karena itu, produksi mencakup semua aktifitas yang berkaitan dengan menciptakan barang dan jasa (Sudarman, 2004).

Istilah produksi didefinisikan sebagai penggunaan atau pemanfaatan sumber daya yang mengubah suatu komoditas menjadi komoditas lain yang sama sekali berbeda, baik dari segi apa, bagaimana, dimana, dan kapan komoditas tersebut dialokasikan. Istilah ini berlaku untuk barang dan jasa, karena istilah komoditas mengacu pada barang dan jasa. Keduanya diproduksi dengan menggunakan modal dan tenaga kerja. Produksi merupakan konsep aliran, yang berarti merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat output per unit dalam suatu periode/waktu, sedangkan output itu sendiri selalu diasumsikan memiliki kualitas yang konstan.

Dasar teori ekonomi berpendapat bahwa peningkatan penawaran ekspor yang terjadi karena peningkatan produksi dan sebaliknya (Salvatore, 1997). Hal ini terjadi karena produksi yang meningkat akan didistribusikan ke pasar internasional melalui ekspor. Peningkatan produksi ini berpengaruh positif terhadap penawaran ekspor.

2.1.6.2 Proses Produksi

Menurut Assauri, proses produksi dapat dibedakan menjadi dua proses yaitu:

1. Proses produksi yang terputus-putus (*intermittent process*)

Perencanaan produksi pada perusahaan/pabrik yang proses produksinya terputus-putus dilakukan secara terencana karena proses produksi dilakukan berdasarkan jumlah pesanan (*order*) yang diterima. Oleh karena

kegiatan yang dilakukan berdasarkan pesanan, maka jumlah produksi relatif kecil.

2. Proses produksi yang terus-menerus (*continuous process*)

Proses produksi ini tidak dilakukan berdasarkan pesanan (*order*), akan tetapi proses produksi ini dilakukan atas dasar prakiraan penjualan, digunakan untuk memenuhi pasar dalam jumlah yang besar secara berulang-ulang dan mempunyai rancangan selama jangka waktu tertentu.

2.1.6.3 Faktor Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang dapat menambah nilai guna suatu produk atau barang. Suatu barang akan mempunyai nilai guna apabila barang tersebut mempunyai manfaat baru atau lebih dari sebelumnya. Menurut Mankiw (2006), ada dua faktor terpenting dalam produksi yaitu modal (*capital*) dan tenaga kerja (*labor*). Modal (*capital*) merupakan seperangkat alat yang digunakan oleh pekerja. Tenaga kerja (*labor*) adalah waktu yang dihabiskan untuk bekerja. Faktor produksi (*factors of production*) merupakan input yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa.

Dalam proses produksi, perusahaan mengubah faktor produksi (*input*) menjadi produk (*output*). Suatu fungsi produksi menunjukkan hubungan antara jumlah (*output*) yang dihasilkan untuk setiap kombinasi output tertentu. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = f(K, L, R, T) \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Q = Jumlah produksi yang dihasilkan dari berbagai jenis faktor-faktor produksi

K = Jumlah stok modal

L = Jumlah tenaga kerja

R = Kekayaan alam

T = Tingkat teknologi yang digunakan

2.1.7 Harga

Harga adalah satuan alat tukar berbentuk nominal yang diberikan pada suatu komoditas sebagai informasi yang berasal dari produsen komoditi. Dalam teori ekonomi harga juga disebut sebagai harga barang atau jasa dengan pasar kompetitif. Penyebab dari tinggi rendahnya harga suatu barang disebabkan adanya permintaan penawaran. Adanya peningkatan suatu barang bisa mempengaruhi keputusan konsumen.

Teori harga merupakan teori ekonomi yang menerangkan tentang perilaku harga-harga atau jasa-jasa. Isi dari teori harga pada intinya adalah harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Perilaku permintaan merupakan salah satu perilaku yang mendominasi dalam praktek ekonomi mikro, walaupun berlaku juga pada ekonomi makro. Oleh sebab itu, pembahasan mengenai permintaan yang ditinjau dari segi determinasi harga terhadap permintaan selalu menjadi pokok kajian dalam ilmu ekonomi. Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh

penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu.

Kotler (2001) berpendapat bahwa harga yaitu salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, faktor lain menciptakan biaya. Harga adalah unsur yang paling mudah disesuaikan dalam bauran pemasaran yaitu; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang diinginkan perusahaan di pasar untuk produk dan mereknya.

Dalam menetapkan harga suatu produk dan jasa, perusahaan perlu mempertimbangkan dua faktor berikut:

1. Faktor Internal Perusahaan (dari dalam perusahaan), meliputi:

a. Tujuan pemasaran perusahaan

Semakin jelas tujuan suatu perusahaan, semakin mudah pula perusahaan tersebut dalam menetapkan harganya. Tujuan tersebut dapat berupa memaksimalkan keuntungan saat ini, demi kelangsungan hidup perusahaan, mencapai pangsa pasar yang besar, kepemimpinan dalam hal kualitas produk, dan lain-lain.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan salah satu alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.. Perusahaan juga sering memposisikan produknya berdasarkan harga, dalam hal ini harga merupakan faktor penentu pasar produk, persaingan, dan rancangan produk.

c. Biaya

Biaya menjadi dasar harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya agar tidak mengalami kerugian.

d. Pertimbangan organisasi

Perusahaan menetapkan harga dengan cara yang berbeda. Dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditentukan oleh manajemen tingkat atas, dan bukan oleh departemen pemasaran atau penjualan. Perusahaan besar, penetapan harga seringkali dikelola oleh manajer divisi atau lini produk.

2. Faktor Eksternal Perusahaan (dari luar perusahaan), meliputi:

a. Pasar dan permintaan

Sebelum menetapkan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga, pasar, dan permintaan terhadap produknya. Apakah pasar tersebut termasuk ke dalam pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopolistik, maupun monopoli murni.

b. Pasar persaingan

Kebebasan perusahaan dalam menentukan harga bergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda. Berdasarkan bentuk persaingannya, ada empat jenis pasar, antara lain:

- 1) Pasar persaingan sempurna (*pure competition*), yaitu pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk yang seragam.

- 2) Pasar persaingan monopoli (*monopolistic competition*), yaitu pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar.
- 3) Pasar persaingan oligopoli (*oligopolistic competition*), yaitu pasar yang terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
- 4) Pasar Monopoli Murni (*pure monopoly*), yaitu pasar yang hanya ada satu penjual saja.

3. Faktor Eksternal Lainnya

Dalam menetapkan harga, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor lain di luar perusahaan. Kondisi ekonomi dapat mempengaruhi penetapan harga. Faktor ekonomi seperti inflasi, atau tingkat bunga dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga, karena dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk.

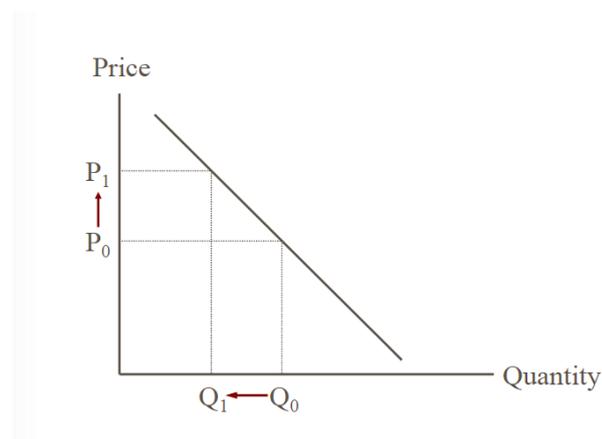
2.1.8 Teori Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor dari sisi permintaan dan sisi penawaran adalah teori perdagangan internasional. Menurut Sukirno (2013), permintaan merupakan jumlah suatu barang/jasa yang hendak dimiliki oleh individu pada tingkat harga tertentu. Sedangkan menurut Boediono (2017), permintaan juga diartikan sebagai keputusan seseorang untuk menentukan jumlah barang/jasa yang akan dibeli pada berbagai situasi. Kedua definisi tersebut

mencakup beberapa unsur yaitu kuantitas barang/jasa yang akan dibeli, harga, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Teori permintaan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang diminta oleh konsumen dengan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya. Teori permintaan ini terdapat suatu hukum permintaan yang mengatakan bahwa ketika harga suatu barang naik, maka dengan asumsi *Ceteris Paribus*, jumlah barang yang diminta tersebut turun. Begitupun sebaliknya, ketika harga suatu barang turun, maka dengan asumsi *Ceteris Paribus*, jumlah barang yang diminta tersebut meningkat.

Kurva permintaan (*Demand Curve*) merupakan penyederhanaan dari fungsi permintaan yang sesuai pada Hukum Permintaan yang menyatakan bahwa hubungan harga dan kuantitas yang diminta berbanding terbalik atau negatif. Dengan demikian, kurva permintaan merupakan gambar yang menunjukkan hubungan antara berbagai tingkat harga dan kuantitas yang diminta.



Gambar 2. 2 Kurva Permintaan

Dari gambar 2.2 tersebut dapat dilihat bahwa kurva permintaan memiliki kemiringan yang negatif. Ketika harga naik dari P_0 ke P_1 , maka jumlah barang

yang diminta turun dari Q_0 ke Q_1 . Oleh karena itu, gambar kurva tersebut menunjukkan penjelasan mengenai teori permintaan yang sesuai dengan hukum permintaan. Tingkat kemiringan kurva permintaan yang negatif menunjukkan ukuran akan seberapa besar respon atau kepekaan konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Mankiw (2006), terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi permintaan adalah :

1. Harga barang itu sendiri

Hukum permintaan pada dasarnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan:

“Semakin rendah harga suatu barang maka semakin tinggi permintaan terhadap barang tersebut”

Harga barang yang lebih rendah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi, selain itu lebih murah harga suatu barang akan meningkatkan pendapatan riil pembeli.

2. Harga barang lain

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli, harga barang pengganti, maupun harga barang pelengkap. Jika harga suatu produk terlalu tinggi, konsumen akan membatasi diri untuk membeli produk dalam jumlah yang diinginkan, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembelian kepada barang pengganti yang lebih murah harganya. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak

barang utamanya, bila permintaan barang utama meningkat, maka permintaan akan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya.

3. Pendapatan masyarakat

Pendapatan pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan terhadap berbagai barang. apabila pendapatan tidak ada atau tidak memadai maka konsumen tidak akan dapat melakukan pembelanjaan barang kebutuhan. Oleh karena itu, perubahan pendapatan menyebabkan konsumen untuk mengubah permintaan akan barang yang dibutuhkannya.

4. Jumlah penduduk

Peningkatan jumlah penduduk suatu wilayah akan menyebabkan pula peningkatan permintaan. Namun, biasanya dengan adanya penambahan penduduk diikuti oleh peningkatan kesempatan kerja. Dengan demikian, semakin banyak orang yang menerima pendapatan maka akan menambah daya beli dalam masyarakat untuk berbelanja. Ketika peningkatan daya beli masyarakat ini akan menambah jumlah permintaan.

5. Nilai guna

Suatu barang mempunyai nilai guna apabila barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan manusia. Seseorang meminta barang tertentu karena kepuasan atau manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi barang tersebut. Semakin banyak suatu barang yang dikonsumsi maka semakin tinggi nilai guna yang diperoleh sampai pada titik tertentu. Ada dua konsep dasar nilai guna, pertama menyebutkan bahwa nilai guna bisa

diukur atau diberikan nilai angka tertentu, kedua menyebutkan bahwa nilai guna suatu benda tidak dapat dihitung.

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Analisis Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Internasional (Al Ghozy, Soelistyo, & Kusuma, 2017)	- Produksi - Harga Dunia - Ekspor Kakao	- Nilai Tukar	Variabel produksi, harga dunia, nilai tukar berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Dan ketiga variabel independen tersebut secara berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.	Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 1 Jilid 4/Tahun 2017 Hal.453-473
2.	Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor Kakao di Indonesia Periode Tahun 2012-2021 (Utami, Nurlaila, & Hasibuan, 2023)	- Produksi - Harga Dunia - Ekspor Kakao	- Permintaan kakao	Hasil dari penelitian yaitu, Produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao di Indonesia. Harga Internasional berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao di Indonesia. Nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao di Indonesia.	Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah, 05 (6) ; 3724-3740
3.	<i>Analysis of Factors Affecting The Value of Export of Indonesian Cocoa Beans in 1996-2015</i> (Hadi & Setyo, 2019)	- Produksi - Harga Dunia	- PDB - Nilai Ekspor Biji Kakao - Luas Lahan - Nilai Tukar - Permintaan kakao	Variabel harga internasional biji kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor biji kakao Indonesia. Kurs rupiah terhadap US\$ berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai ekspor biji kakao Indonesia. Produksi domestik biji	Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi Vol. 14 No 1 (2019), Page : 16-30 http://jurnal.umpo.ac.id/index.php/e_kuilibrium

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				kakao Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor biji kakao Indonesia.	
				Gross Domestic Product (GDP) dunia berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor biji kakao Indonesia tahun 1996-2015.	
4.	Pengaruh Luas Lahan, Produksi, Harga Kakao Internasional Terhadap Ekspor Kakao Indonesia	- Produksi - Harga Kakao Internasional - Ekspor Kakao	- Nilai Tukar - Luas Lahan	Secara bersama-sama luas lahan, produksi, harga kakao internasional internasional berpengaruh terhadap ekspor kakao Indonesia.	Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal Volume 02 Nomor 01 Mei 2019
	(Hakiki & Asnawi, 2019)			Secara parsial luas lahan, produksi produksi, dan harga kakao internasional bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia	http://ojs.unimal.ac.id/index.php/JEPU
5.	Determinant of Cocoa Export in Indonesia	- Produksi - Harga Kakao Internasional	- Volume Ekspor Biji kakao - Harga Kakao Domestik - Luas Lahan - Nilai Tukar	Variabel produksi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0.642607.	Economics Development Analysis Journal 7 (3) (2018)
	(Wardhany & Adzim, 2018)			Variabel Harga kakao domestik tidak berpengaruh terhadap volume ekspor biji kakao.	http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj
				Variabel harga kakao internasional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor biji kakao Indonesia dengan nilai koefisien sebesar - 7.073793.	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				Variabel nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor biji kakao Indonesia dengan nilai koefisien sebesar 15,22362.	
6.	Peningkatan Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Internasional (Larasati., et. al., (2022))	- Ekspor Kakao	- PDB - Jarak Antar Negara - Kebijakan Bea Keluar - Luas Lahan - Nilai Tukar	Faktor PDB negara tujuan, jarak antar negara, nilai tukar riil, dan kebijakan bea keluar memiliki pengaruh nyata dan signifikan terhadap peningkatan ekspor kakao Indonesia	Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Volume 6, Nomor 3 (2022); 1025-1037
7.	Analisis Tren Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jepang Terhadap Komoditas Jahe (<i>Zingiber officinale</i>) Tahun 1995 - 2018 (Rintoko, Suryantini, & Astuti, 2020)	- Variabel Permintaan - Variabel Ekspor - Variabel Produksi - Variabel Harga Internasional	- Variabel Kurs - Variabel Pendapatan Nasional	Hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa variasi variabel bebas mampu menjelaskan 77,1% variasi variabel terikat. Uji R2 simultan menunjukkan hasil bahwa variabel bebas berpengaruh simultan terhadap impor jahe ke Jepang. Variabel harga internasional, pendapatan nasional, dan produksi jahe domestik berpengaruh negatif dan berpengaruh terhadap permintaan Jepang terhadap jahe. Sedangkan variabel kurs Yen/US\$, produksi acar jahe domestik, dan ekspor acar jahe berpengaruh positif terhadap permintaan Jepang terhadap komoditas jahe.	Jurnal Ilmiah Agritas Vol 4 No.1 (2020): 39-51
8.	The Analysis of Factors Affecting Indonesian Cocoa Bean Exports 1981-2019	- Nilai Tukar - Harga Dunia	- Jumlah Produksi Biji Kakao - Harga Domestik	Jumlah produksi biji kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor biji kakao Indonesia	International Journal of Multicultural and Multireligious

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	(Feni, Marwan, Kesumawati, & Efendi, 2022)		Biji Kakao - Ekspor Biji Kakao - Luas Lahan	Nilai tukar biji kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor biji kakao Indonesia. Harga domestik biji kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor biji kakao Indonesia. Harga dunia berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor biji kakao Indonesia.	Understanding Volume 9, Issue 1 January, 2022 Pages 377-384
9.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kakao Indonesia Periode 2006-2015 (Wibowo, 2018)	- Jumlah Produksi - Kakao Indonesia - Harga Internasional	- Permintaa n Kakao - Harga Domestik - Biji Kakao - Pajak Ekspor - Volume Ekspor Biji Kakao - Luas Lahan	Variabel harga domestik berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia. Variabel harga internasional berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia. Variabel nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol. 7, No. 1, (2018)
10.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kakao (<i>Theobroma cacao, L</i>) Indonesia (Putri & Prihtanti, 2020)	- Jumlah Produksi Kakao - Harga Internasional - Nilai tukar	- Harga Domestik - Produk Domestik Bruto - Volume Ekspor Kakao - Luas Lahan	Harga domestik kakao berpengaruh nyata dan signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia. Jumlah produksi kakao, harga internasional, nilai tukar rupiah, dan produk domestik bruto tidak berpengaruh terhadap volume ekspor kakao Indonesia.	Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Volume 4, Nomor 3 (2020): 528-536
11.	Analisis Pengaruh Produksi, Harga dan Nilai Tukar	- Produksi - Harga - Nilai Tukar	- Inflasi - Nilai Ekspor	Secara simultan variabel produksi, harga dan nilai tukar	Jurnal Ilmiah Indonesia,

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Terhadap Ekspor Biji Kakao Indonesia Ke Belanda		Biji Kakao - Luas Lahan	berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia ke Belanda.	April 2021, 1 (4), 448-455
	(Azizah & Setiawina, 2021)			Secara parsial variabel produksi dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia ke Belanda. Secara parsial variabel nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia ke Belanda	
12.	Perkembangan Produktivitas, Luas Lahan, Harga Domestik, Permintaan, dan Ekspor Biji Kakao Indonesia Periode 1990-2013	- Variabel Harga Dunia - Variabel Permintaan Kakao - Variabel Produksi -	- Variabel Harga Domestik - Biaya Tenaga Kerja - Variabel Harga Pupuk	Hasil analisis menunjukkan produksi dipengaruhi oleh harga domestik kakao, harga pupuk, biaya tenaga kerja, teknologi. Permintaan kakao dipengaruhi oleh jumlah harga domestik olahan kakao. Ekspor kakao dipengaruhi oleh produksi, harga dunia, nilai tukar, ekspor kakao dari tahun sebelumnya, permintaan domestik untuk kakao. Harga domestik dipengaruhi oleh harga dunia, pasokan dalam negeri, harga domestik dari tahun sebelumnya.	Jurnal Manajemen dan Agribisnis Volume 14 Issue 2 (2017) Pages 2407-2524
	(Kindangen, Hartoyo, & Baga, 2017)				
13.	Analisis Pengaruh Jumlah Produksi, Harga, dan Kurs Terhadap Nilai Ekspor Kakao Indonesia	- Produksi Kakao - Harga Kakao - Kurs	- Nilai Ekspor Kakao - Luas Lahan	Produksi kakao Indonesia berpengaruh positif terhadap nilai ekspor kakao Indonesia. Harga kakao Internasional berpengaruh positif terhadap nilai ekspor	Jurnal Ekonomi Integra, Volume 12 Nomor 2 Hal 323-339
	(Zakiah, 2022)				

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				kakao Indonesia.	
				Nilai kurs memiliki pengaruh negatif terhadap nilai ekspor kakao Indonesia.	
14.	Pengaruh Luas Lahan, Produksi, Harga Internasional dan Kurs Dollar Amerika terhadap Ekspor Kakao Indonesia	- Jumlah Produksi - Harga di Pasar Dunia - Ekspor Kakao	- Permintaa n Kakao	Hasil dari penelitian ini ialah secara serempak luas lahan, produksi, harga internasional, kurs dollar kakao berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia. Secara parsial luas lahan, produksi, dan kurs dollar amerika berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia.	Majalah Ilmiah Methoda, 13(02): 175-182
	(Sipayung, Sitepu, & Nainggolan, 2023)			Sedangkan secara parsial harga internasional berpengaruh tidak signifikan terhadap volume ekspor kakao Indonesia.	
15.	Analisis Pengaruh Kebijakan Bea Keluar Biji Kakao, Impor Biji Kakao, Ekspor Biji Kakao, dan Harga <i>Cocoa Butter</i> Terhadap Ekspor <i>Cocoa Butter</i>	- Variabel Harga - Variabel Impor Kakao - Variabel Ekspor Kakao	- Variabel Ekspor <i>cocoa butter</i> - Kebijakan Bea Keluar	Hasil analisis menunjukkan bahwa impor biji kakao berpengaruh positif dan ekspor biji kakao berpengaruh negatif terhadap perkembangan ekspor cocoa butter. Sedangkan faktor harga cocoa butter dan besaran tarif bea keluar tidak berpengaruh secara signifikan.	. <i>Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik</i> , 4(3), 233-242.
	(Hermawan, 2019)			Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan utama adalah pada kinerja industri pengolahan kakao yang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan bahan bakunya. Selain itu, walaupun terjadi peningkatan impor biji kakao masih dapat diimbangi dengan adanya peningkatan	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				ekspor produk kakao olahannya yang memiliki nilai tambah.	

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Mengacu pada teori yang ada maka garis besar penelitiannya ini yaitu melihat hubungan antara jumlah produksi kakao, harga internasional kakao, dan permintaan kakao dunia terhadap ekspor kakao Indonesia tahun 2001-2022.

2.2.1 Hubungan Jumlah Produksi Kakao dengan Ekspor Kakao Indonesia

Keterkaitan antara jumlah produksi terhadap volume ekspor kakao Indonesia 2001-2022 yaitu ketika jumlah produksi kakao Indonesia mengalami kenaikan maka ketersediaan komoditas kakao meningkat dan penawaran komoditi kakao di dalam maupun luar negeri meningkat. Inilah yang menyebabkan volume ekspor kakao Indonesia ke pasar internasional juga akan mengalami kenaikan seiring dengan kenaikan jumlah produksi kakao di Indonesia. Sebaliknya, ketika jumlah produksi kakao Indonesia mengalami penurunan maka volume ekspor kakao Indonesia ke pasar internasional juga akan mengalami penurunan. Semakin besar produksi biji kakao yang dihasilkan maka semakin besar juga ekspor yang dilakukan. Ini sesuai dengan teori dari fungsi produksi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Al-Ghozy, *et al.* (2017) ditemukan bahwa secara parsial jumlah produksi kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami, *et al.* (2023), Sipayung (2023) yang mengemukakan bahwa jumlah

produksi kakao berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia. Dasar teori ekonomi berpendapat bahwa peningkatan penawaran ekspor yang terjadi karena peningkatan produksi dan sebaliknya (Salvatore, 1997). Hal ini terjadi karena produksi yang meningkat akan didistribusikan ke pasar internasional melalui ekspor. Maka, dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi yang dihasilkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan ekspor di suatu negara.

Disisi lain terdapat studi yang menemukan bahwa produksi kakao berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor kakao Indonesia yang dikemukakan oleh (Putri & Prihtanti, 2020). Sejalan dengan konsep Hamdani (2012), bahwa kemampuan suatu produk yang diproduksi untuk tujuan ekspor hendaknya merupakan produk yang harus memiliki potensi dalam negeri dan berdaya saing tinggi di pasar Internasional. Hasil regresi linier berganda model volume ekspor kakao Indonesia menunjukkan bahwa nilai koefisien produksi kakao Indonesia adalah negatif. Ketidakesesuaian tersebut diduga karena mungkin kualitas kakao Indonesia yang rendah dikarenakan tidak mengalami proses fermentasi terlebih dahulu sebelum di ekspor. Sehingga tidak semua kakao Indonesia yang diproduksi bisa diekspor ke pasar Internasional.

2.2.2 Hubungan Harga Internasional Kakao dengan Ekspor Kakao Indonesia

Keterkaitan antara harga internasional terhadap ekspor, harga internasional merupakan harga suatu barang yang berlaku di pasar dunia. Dalam kegiatan perdagangan internasional, jika harga dunia lebih tinggi daripada harga domestik,

maka suatu negara akan cenderung melakukan perdagangan ke luar negeri dengan melakukan kegiatan ekspor. Pada kondisi ini, produsen di dalam negeri akan lebih tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih tinggi di pasar dunia dan mulai menjual produknya pada konsumen di negara lain untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Sebaliknya, jika harga dunia lebih rendah dari harga domestik, maka ketika melakukan kegiatan perdagangan internasional, negara tersebut akan mengimpor barang karena konsumen di negara tersebut akan tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih rendah yang ditawarkan oleh negara lain.

Selain itu, naik turunnya harga dunia dalam perdagangan internasional disebabkan oleh kondisi perekonomian negara pengekspor, dimana dengan tingginya inflasi di pasar domestik akan menyebabkan kenaikan harga di pasar domestik dan harga di pasar internasional semakin meningkat, dimana harga internasional merupakan keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor global terhadap suatu komoditas di pasar dunia meningkat, sehingga jika komoditas di pasar domestik stabil maka selisih harga internasional dan domestik akan semakin besar (Sukirno, 2019).

Secara umum, meningkatnya suatu ekspor pada komoditas kakao di Indonesia ini akan mempengaruhi harga pada suatu produk. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hakiki dan Asnawi (2019), menyatakan variabel harga kakao internasional berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zakiah (2022) menunjukkan bahwa pengaruh harga kakao terhadap nilai ekspor kakao tahun

2001-2020 berbanding positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kakao tahun 2001-2020.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Darmansyah (1986), tentang faktor-faktor yang mengubah wajah ekspor saat ini, semakin besar selisih antar harga di pasar internasional dan harga domestik akan menyebabkan jumlah komoditas yang akan diekspor bertambah banyak. Begitupun keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor dunia suatu komoditas di pasaran dunia meningkat sehingga jika komoditas di pasaran domestik tersebut stabil, maka selisih harga internasional dan domestik akan semakin besar.

Namun di sisi lain, harga internasional ini berpengaruh negatif atau secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap volume ekspor kakao Indonesia (Putri dan Prihtanti, 2020). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa permintaan dan harga mempunyai hubungan yang berbanding terbalik/negatif (Arifin, 2017). Jika harga suatu barang naik, maka permintaan terhadap barang tersebut akan menurun. Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, maka permintaan akan meningkat, sedangkan faktor-faktor lainnya konstan (*ceteris paribus*). Dengan kata lain, semakin tinggi harga kakao internasional maka semakin rendah permintaan kakao sehingga akan menurunkan ekspor kakao Indonesia di pasar Internasional.

2.2.3 Hubungan Permintaan Kakao Dunia dengan Ekspor Kakao Indonesia

Keterkaitan antara permintaan kakao dunia terhadap ekspor kakao di Indonesia yaitu ketika permintaan suatu negara meningkat maka akan meningkatkan juga ekspor suatu negara. Negara yang mengalami kelebihan

produksi kakao pada suatu negara, negara tersebut akan melakukan ekspor untuk memenuhi permintaan dari negara yang kekurangan kebutuhannya. Perdagangan internasional terjadi ketika suatu negara mengalami kelebihan penawaran, sedangkan negara lain mengalami kelebihan permintaan (Salvatore, 1997).

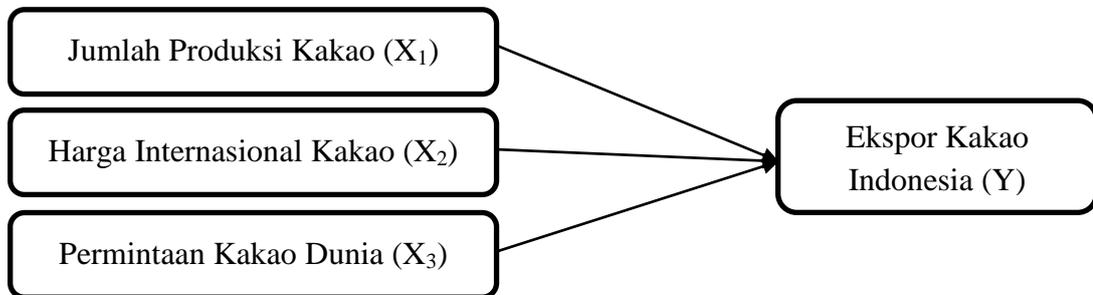
Pada hakikatnya permintaan dunia terhadap kakao ini dapat dilihat dalam pemenuhan bahan baku kakao yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Bahan baku biji kakao yang berasal dari dalam negeri akan disediakan oleh sektor perkebunan kakao. Apabila produksi dari perkebunan kakao dalam negeri mengalami penurunan maka kebutuhan kakao memerlukan tambahan pasokan bahan baku dari luar negeri, sehingga diperlukan kegiatan impor kakao untuk menunjang keberlangsungan industri kakao dalam negeri (Hermawan, 2019).

Secara umum, meningkatnya suatu ekspor pada komoditas kakao di Indonesia ini akan mempengaruhi permintaan kakao dunia. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hermawan (2019), menyatakan bahwa variabel permintaan atau impor biji kakao secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor *cocoa butter*.

Hal serupa juga disebutkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rintoko, Suryantini, dan Astuti (2020) yang menyebutkan bahwa variabel permintaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor. Hal ini membuktikan bahwa kinerja industri pengolahan kakao sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku biji kakao dari impor maupun dari dalam negeri sendiri.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut bahwa jumlah produksi kakao (X1), harga internasional kakao (X2), dan permintaan kakao dunia (X3)

mempengaruhi ekspor kakao Indonesia (Y). Secara jelasnya mengenai kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini.



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah dibahas sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial jumlah produksi kakao, harga internasional kakao, dan permintaan kakao dunia berpengaruh positif terhadap ekspor kakao Indonesia tahun 2001-2022.
2. Diduga secara bersama-sama jumlah produksi kakao, harga internasional kakao, dan permintaan kakao dunia berpengaruh terhadap ekspor kakao Indonesia tahun 2001-2022.