

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Perdagangan Internasional

Teori perdagangan internasional merupakan salah satu indikator untuk dapat mengetahui maju tidaknya pertumbuhan perekonomian dalam negeri. Kegiatan utama yang berjalan di dalamnya ada dua, yaitu impor dan ekspor. Kegiatan impor dan ekspor inilah yang dapat meningkatkan kemajuan ekonomi. Keuntungan yang didapatkan dari sektor impor dapat memenuhi kebutuhan rakyatnya yang tidak bias dipenuhi secara mandiri. Keuntungan dari sektor ekspor yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mendatangkan devisa untuk negara. Perdagangan internasional muncul karena ada beberapa hal yang mendorongnya. Adapun perbedaan yang menyebabkan munculnya perdagangan internasional yaitu adanya keterbatasan sumber daya dan teknologi. Adanya perbedaan permintaan dan penawaran, ikut menyebabkan terjadinya perdagangan internasional.

Berdasarkan teori Heckser-Ohlin terdapat perbedaan *opportunity cost* suatu komoditi karena adanya perbedaan jumlah dan proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara. Teori perdagangan internasional merupakan aspek mikroekonomi yang berhubungan dengan masing-masing negara sebagai individu yang diperlukan sebagai unit tunggal serta berhubungan dengan harga relative satu komoditas. Menurut Heckser-Ohlin, negara akan mengekspor komoditi yang padat

dan faktor produksi yang ketersediaannya di negara tersebut murah dan melimpah. Sedangkan di sisi lain, negara akan mengimpor komoditi yang padat dengan faktor produksi yang di negaranya merupakan faktor produksi yang mahal dan langka.

Dalam teori perdagangan internasional manfaat perdagangan (*gains from trade*) dipilih menjadi dua, yaitu manfaat perdagangan langsung (manfaat statis) dan manfaat tidak langsung (manfaat dinamis). Teori perdagangan internasional memperlihatkan bahwa dengan mengalokasikan faktor produksi untuk mengkonsumsi total barang lebih banyak daripada yang bisa diproduksi. Dengan kata lain batas kemungkinan produksinya.

Inilah yang dimaksud sebagai manfaat statis perdagangan internasional. Teori spesialis ini berdasarkan pada teori keunggulan komperatif yang pertama kali ditemukan oleh David Ricardo (1772-1883) yang telah menjadi teori standar perdagangan internasional.

Menurut Amir (2004) ada beberapa faktor khusus yang dipengaruhi, sama halnya dengan perdagangan luar negeri yakni melakukan transaksi jual-beli maka dalam perdagangan luar negeri pun juga dilakukan aktivitas beli yang lazim disebut impor pada barang.

1. Faktor yang harus diperhatikan adalah faktor hasil (*proceeds*) dan biaya (*cost*). Barang-barang yang akan dijual ke luar negeri adalah barang yang biaya produksinya relatif lebih murah dibandingkan dengan ongkos pembuatannya di luar negeri, dalam arti kata kalau diekspor akan dapat dijual dengan menguntungkan. Sebaliknya barang-barang

yang akan di impor adalah barang yang biaya produksinya di dalam negeri terlalu tinggi atau yang sama sekali belum bisa diproduksi.

2. Aktivitas tersebut hanya dapat dilakukan dalam batas tertentu sesuai dengan kebijakan umum pemerintah. Ada kalanya suatu jenis barang harus diekspor sekalipun akan menderita rugi kalau dihitung dengan mata uang sendiri, tetapi jika pemerintah mengutamakan penghasilan dalam bentuk valuta asing, maka ekspor harus dijalankan.

Dalam melaksanakan perdagangan luar negeri, diperlukan pengetahuan yang cukup misalkan dalam segi teknis pembiayaan baik impor maupun ekspor, masalah perasuransian, masalah *shipping*, urusan pabean dan lain-lain. Setiap transaksi perdagangan luar negeri dilihat baik sebagai transaksi impor maupun sebagai ekspor. Dari sudut penjual transaksi ini disebut ekspor dan sebaliknya dari sudut pembeli disebut transaksi impor. Oleh karena itu ada baiknya secara sepintas lalu dipelajari prosedur ekspor dan impor.

Adapun teori yang berkaitan dengan perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

1. Teori Merkantilisme

Dasar teori merkantilisme menganggap pertumbuhan ekonomi suatu negara tumbuh sebagai akibat adanya pengeluaran dari negara lain. Bagi merkantilisme sistem perekonomian terdiri dari tiga komponen yakni: Sektor manufaktur, sektor rural, sektor *foreign colonies*. Penganut merkantilisme yang dipelopori oleh Mun (1571-1641) dalam karyanya

England's Tresuary By Foreign Trade, bahwa satu-satunya cara bagi sebuah negara untuk menjadi kaya dan kuat adalah dengan melakukan sebanyak mungkin ekspor dan sedikit mungkin impor. Surplus ekspor yang dihasilkan kemudian dibentuk dalam logam mulia khususnya emas dan perak, semakin banyak logam mulia yang dimiliki suatu negara semakin kaya dan kuat negara tersebut.

Dalam sistem perekonomian terbuka, perdagangan internasional tidak terlepas dari perkembangan ekonomi dunia secara keseluruhan. Perkembangan ekonomi dunia sangat penting untuk dipertimbangkan dampaknya terhadap sisi permintaan, terutama permintaan di sisi ekspor. Menurut teori H-O suatu negara akan dispesialisasi dalam produksi dan ekspor barang-barang yang di-*input* (faktor produksi) utamanya relatif sangat banyak negara tersebut dan impor salah satu utamanya yang tidak dimiliki oleh negara tersebut (jumlahnya terbatas). Teori H-O menggunakan asumsi $2 \times 2 \times 2$ dalam artian perdagangan internasional terjadi antara dua negara, masing-masing negara memproduksi dua macam barang yang sama, masing-masing negara menggunakan dua macam faktor produksi yaitu tenaga kerja dan mesin, tetapi dengan jumlah atau proporsi yang berbeda.

2. Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Teori yang dikemukakan oleh David Ricardo ini berdasarkan pada nilai tenaga kerja atau *Theory of labor value* yang mana teori ini menyatakan bahwa harga ataupun nilai dari suatu produk ditentukan oleh jumlah yang akan waktu diperlukan dalam proses produksinya. Menurut teori

keunggulan komparatif adalah suatu negara akan mendapatkan manfaat dari terjalannya perdagangan internasional ketika melakukan spesialisasi produk serta akan meng-ekspor barangnya ke negara lain yang produksinya akan relatif dan lebih efisien dan akan mengimpor barang jika pada proses produksinya sendiri tidak relatif efisien.

Dalam teori keunggulan komparatif, David Ricardo dalam buku Hamdy Hamid (2004), menjelaskan bahwa harga ataupun nilai dari suatu barang akan diasumsikan maupun ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi barang tersebut. Yang mana dari pernyataan David Ricardo maka memberikan sebuah indikasi, bahwa tenaga kerja adalah satu-satunya faktor produksi dan tenaga kerja adalah bersifat homogen.

3. Teori Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*)

Teori keunggulan mutlak dari Adam Smith adalah perdagangan internasional antara dua negara yang terjadi, jika kedua negara saling memperoleh manfaat dan ini hanya terjadi bila masing masing negara memiliki keunggulan mutlak berbeda, sehingga muncul teori keunggulan komparatif dari J.S Mill dan David Ricardo yang dianggap kritik sekaligus penyempurnaan atau perbaikan terhadap keunggulan mutlak.

J.S Mill beranggapan bahwa suatu negara akan mengkhususkan diri pada ekspor barang tertentu bila negara tersebut memiliki keunggulan komparatif (*Comparative Advantage*) tersebut dan akan mengkhususkan diri pada impor barang bila negara tersebut memiliki kerugian komparatif

(*Comperative Disadvantage*), atau suatu negara akan melakukan ekspor barang bila barang itu dapat diproduksi biaya lebih rendah dan akan melakukan impor barang bila barang itu di produksi sendiri akan memerlukan biaya produksi lebih besar.

Sedangkan pemikiran David Ricardo adalah perdagangan antara dua negara akan terjadi bila masing-masing negara memiliki biaya relatif lebih kecil untuk jenis barang yang berbeda. Penekanan Ricardo pada perbedaan efisiensi biaya relatif antar negara dalam memproduksi dua atau lebih jenis barang yang menjadi dasar terjadinya perdagangan internasional.

2.1.2 Peranan Perdagangan Internasional

Perkembangan spesialisasi berarti perkembangan pula bagi perdagangan. Dalam dunia modern dewasa ini negara sulit untuk memenuhi seluruh kebutuhannya sendiri dengn kata lain tanpa adanya kerja sama dengan negara lain. Dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat sangat membantu proses kerja sama antar negara tersebut, perdagangan antar negara pun berkembang dengan pesat, dan dengan demikian perdagangan antar negara ini saling menginginkan

1. Pertukaran dan perluasan penggunaan teknologi sehingga dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi negara-negara yang terlibat di dalamnya,
2. Tukar menukar barang dan jasa,
3. Pergerakan sumber daya melalui batas negara.

Bagi Indonesia perdagangan bukanlah hal yang baru karena sejak dahulu bangsa Indonesia telah menjalankan perdagangan antar negara dan di ikuti oleh

negara asing lainnya, seperti Amerika, Eropa, Australia dan Amerika Latin. Manfaat dari perdagangan timbul karena adanya perbedaan selera antara konsumsi-konsumsi tersebut dan perbedaan dalam jumlah awal dari barang-barang yang dimiliki oleh masing-masing. (Boediono, 1995).

Seperti yang kita ketahui perdagangan internasional sangat membantu dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara sehingga dapat kita lihat manfaatnya secara langsung dari perdagangan internasional yaitu meningkatkan hasil produksi dan pendapatan produsen dan disamping itu bertambahnya lapangan pekerjaan serta mendorong perbaikan mutu dari barang-barang yang diproduksi dan dihasilkan oleh masing-masing perusahaan yang memproduksi barang yang diperdagangkan maupun dalam bentuk layanan jasa. Manfaat tidak langsung seperti pemindahan modal dan teknologi dari negara maju ke negara berkembang

2.1.3 Teori Ekspor

Menurut Curry (2001) ekspor adalah barang dan jasa yang dijual kepada negara asing untuk ditukarkan dengan barang lain (produk). Proses ekspor pada umumnya adalah tindakan untuk mengeluarkan barang atau komoditas dari dalam negeri untuk memasukannya ke negara lain. Ekspor barang secara besar umumnya membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima.

Perkembangan ekspor dari suatu negara tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor keunggulan komperatif tetapi juga oleh faktor-faktor keunggulan kompetitif. Inti dari pada paradigma keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan suatu negara di dalam persaingan global selain ditentukan oleh keunggulan komperatif yang dimiliki dan juga karena adanya proteksi atau bantuan fasilitas dari

pemerintah, juga sangat ditentukan oleh keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif tidak hanya dimiliki oleh suatu negara, tetapi juga dimiliki oleh perusahaan-perusahaan di negara tersebut secara individu atau kelompok. Perbedaan lainnya dengan keunggulan komperatif adalah bahwa keunggulan kompetitif sifatnya lebih dinamis dengan perubahan-perubahan, misalnya teknologi dan sumber daya manusia (Tambunan, 2001).

Menurut Krugman (1997), ekspor merupakan salah satu bentuk perdagangan luar negeri yang memberikan keuntungan bagi suatu negara, bahwa perdagangan akan menciptakan keuntungan dengan memberikan peluang kepada setiap negara untuk mengekspor barang-barang yang diproduksinya menggunakan sebagian besar sumber daya yang berlimpah dan meng-impor barang-barang produksi menggunakan sumber daya yang langka. Para ahli ekonomi klasik dan neo klasik mengungkapkan betapa pentingnya arti perdagangan internasional dalam pembangunan suatu negara sampai dianggap sebagai mesin pertumbuhan. Dengan adanya kegiatan ekspor maka secara tidak langsung negara tersebut telah memperluas pasar (Jhingan, 1992).

Menurut teori klasik Adam Smith dan David Ricardo (Sukirno, 1994), menyatakan bahwa perdagangan luar negeri dapat memberikan beberapa sumbangan pada akhirnya akan dapat memperlaju perkembangan ekonomi suatu negara, dapat dikatakan bahwa ahli ekonomi klasik mengemukakan sumbangan yang penting dari kegiatan perdagangan luar negeri di dalam pembangunan ekonomi.

2.1.4 Teori Produksi

Produksi menurut Pindyck (2007) dalam (Yeniwati, 2015) adalah semua kegiatan yang tujuannya untuk menghasilkan atau untuk menambah nilai guna (Utility) atas barang dan jasa dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan

Menurut Sukirno (1995), menjelaskan bahwa hukum hasil lebih yang semakin berkurang merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari teori produksi. Hukum tersebut menjelaskan bahwa sifat pokok dari perkaitan diantara tingkat produksi dan tenaga kerja yang digunakan untuk mewujudkan produksi tersebut. Hasil hukum yang semakin berkurang menyatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak pertambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif dan ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya mencapai tingkat yang maksimum dan kembalinya menurun.

Menurut Soekartawi (1991), ada beberapa faktor produksi yang paling penting jika dibandingkan dengan faktor produksi yang lain yaitu lahan, modal pupuk, obatobatan, tenaga kerja dan aspek manajemen.

Dalam praktek, faktor-faktor produksi yang mempengaruhi produksi ini dibedakan atas dua kelompok (Soekartawi, 1991):

- a) Faktor biologis, seperti lahan pertanian dengan macam dan tingkatkesuburannya, bibit, varietas, pupuk, obat-obatan, gulma dan lain sebagainya.

- b) Faktor sosial ekonomi, seperti biaya produksi, harga tenaga kerja, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, resiko dan ketidakpastian, kelembagaan, tersedianya kredit dan sebagainya.

2.1.5 Teori Konsumsi

Menurut Mankiw (2007), menjelaskan bahwa konsumsi adalah pembelanjaan atas barang dan jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dan yang dimaksud dengan barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama yaitu, kendaraan. Adapun barang yang tidak tahan lama yaitu, makanan, dan pakaian. Pembelanjaan atas jasa yang dimaksud adalah pembelanjaan atas barang yang tidak berwujud konkrit seperti pendidikan.

Mankiw (2003), menjelaskan bahwa dalam teorinya Keynes mengandalkan analisis statistic dan juga membuat dugaan mengenai konsumsi yang berdasarkan intropeksi dan observasi kasual.

1. Pertama, Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi (*Marginal Propensity to Consume*) jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu.
2. Kedua, Keynes menjelaskan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan yang biasa disebut dengan kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*Average Propensity to Consume*) turun ketika pendapatan naik atau meningkat.
3. Ketiga, Keynes menjelaskan bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting.

Menurut Nordhaus dan Samuelson (2001), konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan guna memenuhi pembelian barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan maupun untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumsi digolongkan menjadi dua yakni konsumsi rutin dan konsumsi sementara.

Konsumsi yang sifatnya rutin memiliki arti sebagai pengeluaran yang dilakukan untuk pembelian barang maupun jasa secara berulang-ulang selama bertahun-tahun lamanya, sedangkan arti konsumsi sifatnya sementara adalah setiap tambahan yang sifatnya sementara adalah setiap tambahan yang sifatnya tidak terduga dalam konsumsi rutin.

2.1.6 Peranan Ekspor

Ekspor memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara terutama bagi negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia. Manfaat ekspor secara langsung yakni jika suatu negara dapat memproduksi barang dengan spesialisasi maka biaya yang dikeluarkan relatif rendah. Hal ini dikarenakan negara memperoleh keuntungan berupa peningkatan jumlah *output* yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sementara itu manfaat ekspor secara tidak langsung yakni berupa peningkatan penggunaan teknologi, mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas tenaga kerja, menurunkan biaya produksi, dan lain sebagainya. Ekspor akan menghasilkan devisa yang akan dimanfaatkan sebagai pembiayaan dalam kegiatan impor dan pembangunan sektor-sektor ekonomi dalam negeri.

Menurut Tan (2010) dalam teori perdagangan internasional, paham merkantilisme memperkenalkan bahwa emas lambing kekayaan suatu negara. Emas

diciptakan melalui surplus ekspor, yang menghasilkan negara makin kuat. Ekspor merupakan aktivitas suatu negara menjual barang dan jasa keluar batas negara. Pada dasarnya ekspor bertujuan meningkatkan devisa berupa mata uang asing yang dapat dipergunakan dalam transaksi perdagangan internasional. Ekspor yang semakin besar akan menunjukkan kemampuan suatu negara dapat membeli barang impor dan membayar hutang luar negeri serta semakin kuat cadangan devisa yang dimiliki suatu negara.

Ekspor adalah salah satu komponen pengeluaran agregat, oleh sebab itu ekspor dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nasional yang akan dicapai. Apabila ekspor bertambah, pengeluaran agregat bertambah tinggi dan selanjutnya akan menaikkan pendapatan nasional. Akan tetapi sebaliknya pendapatan nasional tidak akan mempengaruhi ekspor. Ekspor belum tentu bertambah apabila pendapatan nasional bertambah atau ekspor dapat mengalami perubahan walaupun pendapatan nasional tetap. Kegiatan ekspor adalah system perdagangan dengan cara mengeluarkan barang-barang dari dalam ke luar negeri dengan memenuhi ketentuan yang berlaku (Tan, 2004).

Menurut Mankiw (2003), ekspor adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi didalam negeri lalu dijual di luar negeri, sedangkan menurut (Jhingan, 2000) fungsi terpenting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional naik, kemudian menaikkan jumlah *output* dan laju pertumbuhan ekonomi. Dengan tingginya tingkat *output* maka akan mematahkan lingkaran setan kemiskinan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan.

Menurut Amir M.S (2004), ekspor adalah mengeluarkan barang-barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam bentuk valuta asing ataupun ekspor merupakan upaya melakukan penjualan komoditi yang kita miliki kepada bangsa lain atau negara asing, dengan mengharapkan bayaran dengan valuta asing.

2.1.7 Permintaan dan Penawaran

Permintaan dan penawaran bersifat saling berkebalikan. Keduanya akan mencapai titik keseimbangan pasar ketika saling bertemu, itulah yang kemudian disebut sebagai hukum permintaan dan penawaran. Hukum permintaan dan penawaran ini menjelaskan antara harga dan jumlah yang ditawarkan.

Teori dasar perdagangan adalah hasil interaksi antara permintaan dan penawaran atau sediaan yang terus menerus bersaing.

Inilah konsep *supply* dan *demand* dalam dunia perdagangan. Pada dasarnya perdagangan internasional terjadi karena adanya aliran barang dari negara yang mempunyai *excess supply* ke negara yang mempunyai *excess demand*. Proses inilah yang menyebabkan terjadinya suatu transaksi perdagangan antar satu negara.

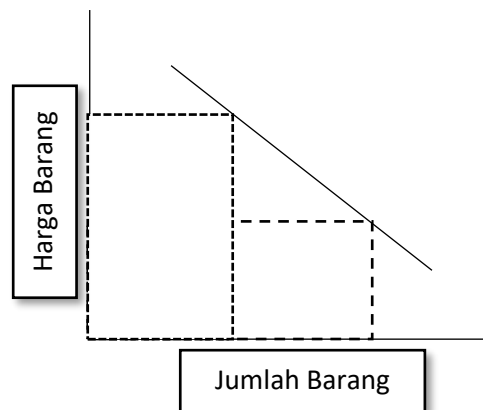
Tujuan dari transaksi perdagangan tersebut tidak lain adalah bagi negara pengimpor dapat memperoleh barang dengan harga yang lebih murah dibandingkan harus memproduksi sendiri barang tersebut. Sedangkan keuntungan bagi negara pengekspor adalah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan devisa.

Perilaku permintaan dan penawaran relatif mendominasi dalam perekonomian baik dalam skala makro maupun mikro. Kekuatan permintaan dan

daya dorong penawaran berdampak pada tingkat kemakmuran suatu rumah tangga, masyarakat atau negara.

1. Pengertian Permintaan

Kurva Permintaan adalah diagram yang menunjukkan bagaimana banyak suatu barang yang akan dibeli oleh pembeli dan harganya pada suatu waktu tertentu.



Sumber : Mankiw, 2007

Gambar 2.1 Grafik Permintaan

Kurva permintaan memiliki sifat yang negatif, karena apabila harga naik maka permintaan konsumen terhadap produk akan menurun.

Permintaan adalah banyaknya jumlah komoditi yang diminta (keseluruhan jumlah komoditi yang diminta) pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Permintaan terhadap suatu barang dan jasa diartikan kuantitas barang dan jasa yang orang lain bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Kemampuan tersebut sering kali diberi istilah daya beli. Jadi, konsep permintaan terhadap barang dan jasa hanya memperlihatkan konsumen yang

memiliki preferensi dan daya beli sekaligus. Oleh karena itu, teori permintaan (*demand*) adalah jumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan seorang individu atau masyarakat terhadap suatu komoditi diantaranya adalah:

- a. Harga komoditi yang dimaksud,
- b. Tingkat pendapatan rata-rata,
- c. Jumlah populasi atau jumlah penduduk,
- d. Komoditi substitusi dan harganya,
- e. Distribusi,
- f. Estimasi atau prediksi,
- g. Selera,
- h. Non fungsional.

Hukum permintaan menyatakan makin rendah harga suatu barang atau jasa, maka semakin banyak permintaan terhadap barang dan jasa tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga barang dan jasa maka semakin rendah permintaan suatu barang dan jasa tersebut.

Permintaan terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang. Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang selain harga barang itu sendiri.

Perubahan pada faktor-faktor selain harga akan menyebabkan kurva permintaan bergeser, adapun arah pergeseran adalah ke kiri ataupun ke kanan tergantung pada

efek perubahan masing-masing variabel terhadap jumlah permintaan pada tahap harga tertentu. Misalnya pendapatan masyarakat meningkat.

Dalam keadaan seperti ini kurva bergeser ke kanan sebaliknya apabila pendapatan masyarakat menurun, permintaan terhadap barang kebutuhan juga menurun.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan :

a. Harga barang lain yang terkait

Apabila harga barang pengganti dan barang pelengkap turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin berkurang.

b. Harga barang itu sendiri

Harga barang yang murah namun berkualitas umumnya akan mendatangkan banyak peminat, sehingga permintaan tinggi. Sebaliknya jika harga cenderung tinggi, maka permintaan terhadap barang tersebut akan cenderung sedikit.

c. Tingkat pendapatan dan daya beli konsumen

Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya beli konsumen. Semakin tinggi pendapatan maka semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang tersebut.

d. Selera masyarakat

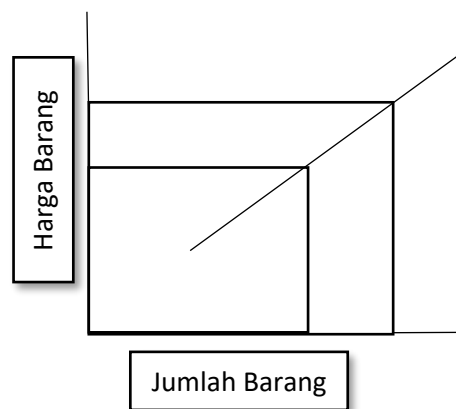
Jika suatu produk sesuai dengan selera atau kebiasaan konsumen, maka permintaan terhadap suatu produk itu akan meningkat. Selera yang meningkat dengan diikuti tren produk yang mengikuti selera, maka akan meningkatkan permintaan barang tersebut.

e. Jumlah penduduk

Semakin besar jumlah penduduk suatu daerah atau negara, maka akan semakin tinggi permintaan suatu barang dengan harga tertentu.

2. Pengertian Penawaran

Kurva penawaran adalah grafik yang memperlihatkan bagaimana harga barang atau jasa mempengaruhi jumlah produk yang akan dijual.



Gambar 2.2 Grafik Penawaran

Sumber : Mankiw, 2007

Kurva penawaran memiliki sifat positif itu artinya ketika adanya kenaikan harga, maka jumlah penawaran barang ataupun produk akan meningkat dengan memenuhi syarat *Ceteris paribus*.

Penawarn (*supply*) adalah jumlah barang yang ingin dijual dengan harga tertentu. Dalam teori ekonomi, penawaran dapat diartikan sebagai keseluruhan barang dan jasa yang ditawarkan dalam berbagai kemungkinan harga yang berlaku dipasar dalam satu periode. Dalam pemahaman tersebut, terdapat dua variabel ekonomi yaitu jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau dijual dan tingkat harga barang dan jasa itu sendiri.

Menurut Iskandar Putong, yang dimaksud dengan penawaran adalah banyaknya jumlah komoditi yang ditawarkan pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu, pada tingkat biaya tertentu dan jumlah periode tertentu.

Dalam hukum penawaran dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya pada harga tinggi, dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barang tersebut pada harga rendah. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan.

Perbedaan yang mendasar antara permintaan dan penawaran adalah dalam permintaan menggunakan kata membeli, dalam penawaran menggunakan kata-kata menjual.

Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi, barang yang ditawarkan akan meningkat. Sebaliknya apabila harga barang turun maka barang yang akan ditawarkan akan sedikit.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran :

1. Faktor penjual atau produsen

Banyaknya jumlah produsen yang memproduksi suatu barang, berbanding lurus dengan ketersediaan barang. Maka, produsen atau penjual memiliki sebuah keyakinan untuk melakukan penawaran, karena ketersediaan barang mendukung adanya proses penawaran.

2. Adanya sumber daya yang tersedia

Penawaran dapat terjadi jika ketersediaan barang mencukupi. Jika barang atau jasa yang ditawarkan terbatas atau langka maka hal ini berpotensi membuat harga naik. Kelangkaan barang atau jasa sangat berpengaruh langsung pada elastisitas penawaran.

3. Harga

Harga merupakan faktor pendukung pertama dalam suatu penawaran. Jika tidak ada harga, penjual atau produsen pasti bingung untuk melakukan penawaran dan sebaliknya begitu juga terhadap pembeli. Mereka akan mengalami kebingungan ketika memiliki suatu kebutuhan, namun tidak mengetahui harga barang yang akan dibelinya.

4. Biaya produksi

Untuk melakukan produksi, seorang produsen memerlukan modal untuk membiayai produksinya. Jika biaya produksi meningkat, maka harga barang akan menjadi tinggi, akibatnya barang yang ditawarkan jumlahnya hanya sedikit.

5. Waktu produksi

Waktu produksi berpengaruh terhadap ketersediaan barang. Penawaran akan terjadi ketika barang yang ditawarkan dapat diprediksi akan tersedia dalam tenggang waktu tertentu. Ketersediaan barang ini bergantung pada seberapa lama waktu produksi yang diperlukan.

6. Kemajuan teknologi

Kemajuan teknologi membantu mempermudah produsen dalam menyediakan barang maupun jasa. Pemanfaatan teknologi dapat mempersingkat waktu produksi, meningkatkan kualitas produksi, meningkatkan kapasitas produksi, dan biaya produksi dapat ditekan.

2.1.8 Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan. Budiarto menyatakan bahwa harga adalah nilai pertukaran atas manfaat suatu barang bagi konsumen maupun produsen yang dinyatakan dalam satuan moneter seperti rupiah. Dalam bisnis, harga ditentukan oleh penjual atau produsen. Disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus diberikan pembeli kepada penjual guna memperoleh barang atau jasa dan jumlah uang yang diberikan sesuai dengan nilai barang atau jasa tersebut.

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksud untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya. Kristanto menyatakan ada tiga fungsi utama dari harga yaitu untuk menentukan volume penjualan, untuk menentukan besarnya untung, dan menentukan citra atau *image* produk.

Gilarso menyatakan bahwa jumlah barang yang dibeli berbanding terbalik dengan harga barang, yang mana saat harga tinggi maka pembelian akan menurun, begitu pula sebaliknya hal ini berhubungan dengan hukum permintaan.

2. Penetapan Harga

Harga suatu Produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Keputusan dalam penentuan harga terus konsisten dengan strategi pemasaran. Strategi penentuan harga harus memperhatikan tujuan umum penentuan harga, yaitu bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, gengsi atau *prestise*, dan pengembalian atas investasi.

Penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang diikuti dengan jangka waktu tertentu, jika harga yang ditetapkan lebih tinggi dari nilai yang diterima, maka suatu perusahaan akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba. Jika harganya lebih rendah dari pada nilai yang diterima suatu perusahaan tidak akan berhasil dalam memperoleh laba.

Dalam menetapkan harga perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tujuan dari penetapan harga tersebut.

Tujuan penetapan harga adalah :

a. Elastisitas Harga dari Permintaan Perusahaan

Penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan. Akan tetapi perubahan harga memiliki

dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Elastisitas harga dan sensitif harga merupakan dua konsep yang berkaitan namun berbeda. Perubahan harga menyebabkan terjadinya perubahan dalam unit penjualan.

b. Aksi dan Reaksi Pesaing

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.

Jika perubahan harga disamai oleh semua pesaing, maka sebenarnya tidak akan ada perubahan pangsa pasar. Oleh sebab itu manajer pemasaran harus berusaha menentukan kemungkinan reaksi penetapan harga pesaing.

c. Biaya dan Konsekuensinya Pada Profitabilitas

Struktur biaya perusahaan merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga. Artinya, tingkat harga minimal harus dapat menutup biaya.

Harga yang murah akan menyebabkan penurunan biaya jika penurunan tersebut dapat menaikkan volume ekspor secara signifikan. Dalam menetapkan harga terdapat empat pendekatan dalam penetapan harga.

- 1) Pertama, strategi harga premium, menghasilkan produk bermutu tinggi dan memasang harga paling tinggi.

- 2) Kedua, strategi ekonomi, menghasilkan produk bermutu rendah dan memasang harga paling rendah.
- 3) Ketiga, strategi nilai baik, menghasilkan suatu produk tinggi tetapi dengan harga yang lebih rendah.
- 4) Keempat, strategi penetapan harga tinggi, menetapkan harga produk tinggi berhubungan dengan produk tinggi.

3. Hubungan Harga Internasional Dengan Nilai Ekspor

Harga barang merupakan aspek pokok dalam pembahasan teori ekonomi dan pembentukan harga dari suatu barang terjadi di pasar melalui suatu mekanisme. Dalam mekanisme ini terdapat dua kekuatan pokok yang saling berinteraksi, yaitu permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Apabila pada suatu tingkat tertinggi kuantitas barang yang diminta melebihi kuantitas barang yang diminta melebihi kuantitas barang yang ditawarkan pada harga tersebut lebih banyak daripada kuantitas permintaan, maka harga cenderung turun. Tingginya harga mencerminkan ke langkaan dari barang tersebut. Sampai pada tingkat harga tinggi konsumen cenderung menggantikan barang tersebut dengan barang lain yang mempunyai hubungan dekat dan relatif lebih murah.

Menurut Gregory Mankiw (2009), harga internasional (*word price*) merupakan harga suatu barang yang berlaku di pasar dunia. Jika harga internasional lebih tinggi dari pada harga domestik, maka ketika perdagangan mulai dilakukan, suatu negara akan cenderung menjadi eksportir.

Para produsen di negara tersebut tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih tinggi di pasar dunia dan mulai menjual produknya pada pembeli di negara lain. Sebaliknya ketika harga internasional lebih rendah dari pada harga domestic, maka ketika hubungan perdagangan mulai dilakukan, negara tersebut akan tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih rendah yang ditawarkan oleh negara lain.

2.1.9 Nilai Tukar Rupiah

1. Pengertian Nilai Tukar

Menurut Sukirno (2006:397), Nilai tukar rupiah menunjukkan harga atau nilai mata uang suatu negara yang dinyatakan dalam nilai mata uang lain. Nilai tukar uang *Exchange Rate* atau yang lebih populer dengan sebutan kurs mata uang adalah catatan (*quotation*) harga pasar dari mata uang asing (*foreign currency*) dalam harga mata uang domestic (*domestic currency*) atau resiprokalnya, yaitu harga mata uang domestic dalam mata uang asing. Nilai tukar mata uang adalah macam pertama dari harga yang dimiliki uang suatu negara.

Kurs valuta asing atau kurs mata uang asing menunjukkan harga atau nilai mata uang suatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain. Teori lain mengenai kurs diantaranya, menurut Mankiw kurs (*exchange rate*) antara dua negara adalah tingkat harga yang disepakati penduduk kedua negara untuk saling melakukan perdagangan. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kurs merupakan besaran mata uang domestic yang dipakai dalam mendapatkan satu unit nilai mata uang asing. Kurs antar negara lain akan berbeda dan beragam

dikarenakan oleh pemerintah dan penawaran terhadap mata uang pada pasar bebas ataupun dikarenakan oleh kebijakan pemerintah.

Soekartawi menyatakan bahwa nilai tukar merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi ekspor. Nilai tukar bertujuan untuk memperbaiki neraca pembayaran negara yang defisit melalui ekspor yang ditingkatkan. Dapat dicontohkan saat nilai tukar mata uang rupiah mengalami devaluasi atau melemah terhadap US Dollar, volume ekspor Indonesia cenderung meningkat karena harga komoditas yang menjadi murah dipasar global. Sebaliknya saat nilai tukar rupiah mengalami revaluasi atau menguat terhadap US Dollar, volume ekspor Indonesia cenderung menurun karena harga komoditas menjadi mahal dipasar global.

2. Jenis-jenis Nilai Tukar

Kurs bias disebut sebagai valuta asing atau nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain. Para ekonom membedakan kurs menjadi dua. Kurs nominal (*nominal exchange rate*) adalah harga relatif dari mata uang dua negara. Sebagai contoh, jika kurs antara dollar AS dan yen Jepang adalah 120 yen per dollar, maka kita bisa menukar 1 dollar untuk 120 yen di pasar uang. Masyarakat Jepang yang ingin memiliki dollar akan membayar 120 yen untuk setiap dollar yang ia bayar, begitu pula sebaliknya. Ketika orang-orang mengacu pada kurs diantar kedua negara, mereka biasanya mengartikan sebagai kurs nominal. Dan Kurs riil (*real exchange rate*) adalah harga relatif dari barang-barang diantara dua negara.

Kurs riil menyatakan tingkat dimana kita bisa memperdagangkan barang-barang dari suatu negara untuk barang-barang dari negara lain. Kurs riil kadang-kadang disebut *term of trade*. Setiap negara memiliki mata uang yang berbeda

dengan negara lainnya. Dari beberapa banyak mata uang yang beredar di dunia, hanya terdapat beberapa mata uang yang sering dipergunakan sebagai satuan hitung dan banyak dicari dalam transaksi perdagangan dan alat pembayaran internasional.

Mata uang yang dimaksud adalah mata uang yang berasal dari negara-negara maju yang perekonomiannya kuat dan relatif stabil, dan biasanya mata uang tersebut sering mengalami apresiasi (kenaikan nilai) dibandingkan dengan mata uang lainnya. Mata uang itu diantaranya adalah Yen-Jepang, USD-AS, Deutchmark-Jerman, Poundsterling-Inggris, Franc-Prancis dan lain sebagainya. Mata uang yang dimaksud diatas itulah yang sering disebut sebagai ***hard currency***.

Berbeda dengan *hard currency*, maka terdapat juga mata uang yang jarang digunakan sebagai alat pembayaran dan kesatuan hitung serta nilainya sering mengalami depresiasi (penurunan nilai).

Mata uang ini disebut dengan ***soft currency***. Umumnya mata uang ini berasal dari negara-negara yang sedang berkembang, perekonomiannya relatif baru dan sedang tumbuh, misalnya Indonesia, Malaysia, Philipina dan lain sebagainya.

3. Sistem Nilai Tukar

Menurut Ishmanthono (2015:154) nilai tukar rupiah merupakan nilai penukaran uang antara suatu valuta lainnya yang dibedakan antara kurs beli dengan kurs jual. Pada dasarnya terdapat tiga system nilai tukar yaitu :

a. Sistem Nilai Tukar Tetap (*Fixed Exchange Rate*)

Sistem nilai tukar tetap adalah system nilai tukar yang menetapkan nilai tukar uang asing terhadap mata uang negara yang bersangkutan dengan

nilai tertentu yang selalu sama dalam periode tertentu (artinya tidak terpengaruh oleh konjungtur ekonomi)

b. Sistem Tukar Mengambang (*Floating Exchange Rate-FER*)

Dalam sistem ini nilai tukar ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran pada pasar uang secara resmi. Pada sistem ini terdapat dua macam sistem yaitu, ***clean float*** (mengambang murni) dan ***dirty float*** (mengambang terkendali). ***Clean float*** adalah penentuan nilai mata uang tanpa adanya campur tangan dari pemerintah, sedangkan ***dirty float*** adalah pemerintah ikut serta mempengaruhi penentuan nilai mata uang. Campur tangan pemerintah biasanya secara langsung masuk ke pasar uang dengan kebijakan moneter kuantitatif dan kebijakan fiskalnya, ataupun yang bersifat tidak langsung seperti himbauan dan semacamnya.

c. Sistem Tukar Terkait (*Pegged Exchange Rate-FER*)

Sistem nilai tukar terkait adalah sistem nilai tukar yang dikaitkan dengan nilai mata uang negara lain, atau sejumlah mata uang tertentu.

Bila sebelumnya uang hanya sebagai perantara maka kini uang selain tetap sebagai fungsi utamanya juga sebagai komoditi yang diperdagangkan. Akan halnya komoditi yang sudah lazim diperdagangkan berlaku padanya mekanisme pasar yaitu teori permintaan dan penawaran. Secara umum, faktor yang mempengaruhi kurs valuta asing adalah permintaan dan penawaran valas, tingkat inflasi, tingkat bunga, tingkat pendapatan dan produksi, neraca

pembayaran luar negeri, pengawasan pemerintah, dan perkiraan atau spekulasi.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pergerakan nilai tukar, yaitu (Madura, 1993) :

1. Faktor Fundamental

Faktor fundamental berkaitan dengan indikator-indikator ekonomi seperti inflasi, suku bunga, perbedaan relatif pendapatan antar negara, ekspektasi pasar dan intervensi Bank Sentral.

2. Faktor Teknis

Faktor Teknis berkaitan dengan kondisi penawaran dan permintaan valuta pada saat-saat tertentu. Apabila ada kelebihan permintaan, sementara penawaran tetap, maka harga valuta akan naik dan sebaliknya

3. Sentimen Pasar

Sentimen pasar lebih banyak disebabkan oleh rumor atau berita politik yang bersifat insidental, yang dapat mendorong harga valuta naik atau turun secara tajam dalam jangka pendek.

2.1.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Determinan Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2011-2022. Penelitian-penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun/Judul /Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Nadia Handika Putri/2020/ Analisis Determinan Nilai Ekspor Kopi Indonesia Ke Amerika Serikat Dengan Pendekatan ECM	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-Luas Lahan -Nilai Ekspor Kopi	Secara individual luas lahan kopi tidak berpengaruh signifikan Variabel produksi kopi Indonesia berpengaruh signifikan dalam jangka pendek, tetapi dalam jangka panjang variabel produksi kopi Indonesia tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel ekspor kopi Indonesia.	https://jom.untidar.ac.id/index.php/dinamic/article/view/1439
2.	Aditya Putra Raharja/2014/ “DAYA SAING DAN FAKTOR PENENTU EKSPOR KOPI INDONESIA KE JERMAN	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-GDP -RCA	Ekspor kopi Indonesia ke Jerman memiliki keunggulan komparatif dengan rata-rata nilai RCA 12,53. Hasil produksi, harga ekspor kopi, dan Gross Domestic Product (GDP) per kapita Jerman secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Jerman.	http://repositori.unsil.ac.id/3231/
3.	Konita Iladini, Neli Agustina/2018/ Analisis Time Series Pendekatan Error Correction Mechanism Pengaruh Penerapan ACFTA Terhadap Ekspor Kopi Indonesia ke China.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-Harga Ekspor Kopi -Nilai Ekspor Kopi -Harga Teh Dunia	Harga ekspor kopi Indonesia ke China, dan kurs rupiah terhadap yuan berpengaruh signifikan Pada jangka panjang, variabel nilai ekspor kopi Vietnam ke China, harga teh dunia, harga ekspor kopi Indonesia ke China, kurs rupiah terhadap yuan, dan pemberlakuan ACFTA berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke China.	https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/statistika/article/view/17561

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4.	Jhon Firman Fau/2020/ ANALISIS EKSPOR KARET DAN KOPI INDONESIA KE NEGARA JEPANG DAN NEGARA SINGAPURA PENDEKATAN MODEL GRAVITY.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-GDP -Nilai Ekspor Karet -Inflasi	Variabel eksogen signifikan terhadap nilai ekspor karet artinya semua variabel memiliki gaya tarik terhadap ekspor karet Indonesia dan jika dilihat dari koefesienya maka GDP negara Jepang, GDP perkapita negara Singapura, nilai tukar dolar Singapura ke dolar AS dan inflasi negara Jepang serta inflasi negara Singapura memili ki gaya tarik terhadap nilai ekspor karet Indonesia.	https://journal.ipts .ac.id/index.php/E D/article/view/207 6
5.	Yustinus Wahyudi, Anna Wijayanti, Sotya Fevriera/1985- 2018/Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Ke Amerika Serikat.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-GDP -PDB Riil -Jumlah Penduduk -Inflasi -Permintaan Ekspor Kopi	GDP riil per kapita Amerika Serikat, nilai tukar efektif riil Amerika Serikat, inflasi Indonesia, harga kopi dunia, dan jumlah penduduk Amerika Serikat berpengaruh terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia. Secara individual, inflasi di Indonesia, harga kopi dunia dan jumlah penduduk Amerika Serikat berpengaruh positif signifikan sedangkan nilai tukar efektif riil Amerika Serikat berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia dari Amerika Serikat, tetapi PDB riil per kapita Amerika Serikat dan harga kopi dunia tidak berpengaruh terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia	https://www.sema nticscholar.org/pa per/Faktor-Faktor- Yang- Mempengaruhi- Permintaan- Ekspor-Wahyudi- Wijayanti/47358e 2c5521ce2138876 26c62c11b4cb54b 3c2f

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6.	Harianto, Doni Hartoyo/2019-2020/PERMINTAAN BIJI KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-Permintaan Biji Kopi -Impor	Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kopi biji Indonesia di Amerika Serikat adalah harga kopi row, Carea NTM, di Jepang adalah harga kopi Vietnam, populasi Jepang dan NTR Jepang terhadap Dollar, di Jerman adalah harga row dan Carea NTM. Kopi Indonesia bersifat elastis di negara importir utama Amerika Serikat, Jepang dan Jerman.	https://www.semanticscholar.org/paper/Permintaan-Kopi-Biji-Indonesia-di-Pasar-Manalu-Harianto/ecef90def5c22908b1198685314004d46ee0f565
7.	Y Kristian Adi, Fernanda/2017/Analisis Ekspor Komoditas Kopi Indonesia di Pasar Dunia	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-Nilai Ekspor	Perkembangan nilai ekspor Indonesia dari periode tahun 1990-2017, sebesar 165925 ton. Ekspor kopi paling tinggi terjadi pada tahun 2013 yaitu 9.355 ton. Kenaikan ekspor kopi paling tinggi terjadi pada tahun 2012 yaitu kenaikan hingga 52,23% dari tahun 2011. Hasil 2018 hingga 2022 menunjukkan adanya kenaikan setiap tahunnya.	https://ejournal.uaaj.ac.id/24261/ .
8.	Rifki Khoirudin, Diki Bintoro/2018-2020/Analisis Perdagangan Komoditas Kopi Antara Indonesia dan 14 Negara Mitra dengan Pendekatan Model Gravitasi.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-PDB -Perjanjian Perdagangan	Diketahui bahwa dalam kurun tahun 2013 hingga 2019 PDB Nominal negara mitra berpengaruh positif terhadap net ekspor kopi Indonesia sedangkan jarak ekonomi dan kurs riil negara mitra berpengaruh negatif terhadap net ekspor kopi Indonesia. Indikator lain berupa PDB Nominal Indonesia, populasi Indonesia, populasi negara mitra, kurs riil	https://ejournal.unperba.ac.id/index.php/pjeb/article/view/31

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				Indonesia, dan perjanjian perdagangan TICA 2007.	
9.	Anki Utari/2020/Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Hijau (Green Coffee Beans) Indonesia. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57060	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-Luas Lahan -Nilai Ekspor -Harga ekspor biji kopi hijau	Bertujuan untuk mengetahui posisi daya saing Indonesia dalam memasarkan komoditas biji kopi hijau menggunakan data nilai ekspor dan melengkapi dengan menganalisis pengaruh luas lahan, harga ekspor biji kopi hijau, dan harga ekspor teh terhadap volume ekspor biji kopi hijau Indonesia.	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57060
10.	Arief Darmawan,Lili Adi Wibowo,Adhie Surachman/2011-2015/Penerapan Rantai Nilai Global Sebagai Strategi Peningkatan Ekspor Produk Kopi.”	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-PDB -Kredit Investasi	Penurunan pasar ekspor kopi menyebabkan berkurangnya kontribusi dan distribusi komoditas kopi terhadap PDB tanaman perkebunan.	https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/277
11.	Fairuz Yasmin Anwar/2015-2018/Pengaruh Produksi Kopi Domestik, Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Ekspor Kopi Indonesia	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-PDB -RCA	Produksi, Konsumsi masyarakat dan nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Konsumsi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor. Nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor.	https://repository.ub.ac.id/id/eprint/192451/1/0520030085-%20Fairuz%20Yasmin%20Anwar.pdf
12.	Reyandi Desnky, Syaparuddin, Siti A/2018/ Ekspor Kopi Indonesia dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya.	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-PDB Amerika S -PDB Indonesia	Perdagangan internasional terutama pada kegiatan ekspor, salah satu yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya nilai ekspor kopi yaitu harga. Harga yang berlaku dipasar internasional memiliki pengaruh dalam tolak ukur daya	https://mail.online-journal.unja.ac.id/pim/article/view/4656/8735

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				beli penduduk dunia dalam mengkonsumsi kopi.	
13.	Silvi Amanda, Nia Rosiana/2023/Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Dalam Menghadapi Perdagangan Kopi Dunia	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-RCA -DRCA -ISP	Daya saing komoditas kopi Indonesia akan tinggi jika adanya penguatan agribisnis secara utuh. Oleh karena itu, dalam upaya pengembangan agribisnis kopi Indonesia maka perlu dilakukan pengembangan secara komprehensif mulai dari hulu, onfarm, hilir sampai penunjang	https://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/2922
14.	Nur Fadila, Safrida Safrida, Zulkarnain/2021/Analisis Trend Volume Ekspor Biji Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-trend linier	trend ekspor biji kopi Indonesia ke Amerika Serikat cenderung menurun. Walaupun volume ekspor berfluktuasi namun karna secara nominal nilai volume ekspor cenderung terus menurun sehingga trend volume ekspor mendatang mengalami penurunan	https://jurnal.usk.ac.id/agrisep/article/view/20399
15.	Annastia Novianti/1995-2014/Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Malaysia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	-Volume Ekspor Kopi -Produksi Kopi -Konsumsi Kopi -Harga Kopi Internasional -Nilai Tukar	-GDP Malaysia -PDB	Petani kopi perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi Indonesia, perlunya sertifikasi mutu kopi Indonesia guna menjamin kepercayaan konsumen dan meningkatkan nilai jual biji kopi dan memudahkan perluasan pangsa pasar dan diperlukan kebijakan yang tepat guna melindungi petani kopi dalam negeri agar ekspor kopi Indonesia dapat mengalami peningkatan.	https://dspace.uin.c.id/bitstream/handle/123456789/33085/13313097%20annastia%20novianti.pdf?sequence=1

2.2 Kerangka Pemikiran

Kopi merupakan produk perkebunan yang mempunyai peluang besar, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang memiliki daya saing tinggi terutama untuk Indonesia yang menjadi negara sub tropis yang dapat menghasilkan produk kopi yang besar.

Kopi menjadi suatu komoditas ekspor perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi di dunia dan telah di budidayakan di banyak negara salah satunya Indonesia (Meiri,Nurmalin, dan Rifin,2013).

2.2.1 Hubungan Produksi Kopi dengan Ekspor Kopi

Produksi merupakan suatu kegiatan guna menambah nilai guna suatu barang agar dapat meningkatkan daya guna. Dalam melakukan kegiatan produksi perlu dilakukan perencanaan dan penghitungan secara cermat dan teliti untuk dapat menghasilkan suatu produk dengan jumlah yang maksimal.

Dengan begitu, kebutuhan manusia dapat terpenuhi dan juga bisa memperoleh keuntungan yang maksimal. Kemampuan memproduksi suatu produk sebanyak mungkin selama proses produksi, prosedur manajemen yang efektif juga penting. Dengan cara ini, baik besarnya dapat dipenuhi. Besar kecilnya ekspor sebagian besar ditentukan oleh kapasitas produksi dalam negeri, semakin tinggi dan semakin baik hasil produksi, maka volume ekspor semakin meningkat.

Kapasitas produk suatu barang atau jasa yang semakin tinggi maka akan menyebabkan tingkat permintaan atas barang atau jasa tersebut tinggi juga. Ekspor kopi suatu negara adalah merupakan kelebihan penawaran domestik. Mengingat masih rendahnya konsumsi kopi di dalam negeri, dapat dipastikan

bahwa selalu terjadi kelebihan produksi kopi di dalam negeri dan kelebihan produksi ini akan di ekspor ke pasar internasional. Dengan demikian, besar kecilnya produksi kopi suatu negara akan memengaruhi volume ekspor kopi negara tersebut.

Oleh karena itu, kebijakan-kebijakan pengembangan yang dilakukan oleh negara pesaing Indonesia terhadap komoditas kopinya akan berdampak kepada peningkatan volume ekspor negara tersebut, dan selanjutnya akan dapat berdampak negatif kepada volume ekspor kopi Indonesia.

Dalam penelitian Komalasari (2008) menyatakan bahwa produksi yang meningkat akan berpengaruh positif terhadap ekspor. Saat produksi kopi Indonesia meningkat maka akan meningkatkan jumlah penawaran di dalam negeri maupun luar negeri. Kelebihan produksi akan mendorong suatu negara untuk mengekspor karena telah mampu memenuhi kebutuhan dalam negeri sehingga sisanya akan dijual ke luar negeri.

2.2.2 Hubungan Konsumsi Kopi dengan Ekspor Kopi

Konsumsi kopi dan ekspor kopi memiliki hubungan yang erat, konsumsi kopi adalah penggunaan atau pembelian kopi oleh masyarakat domestic untuk keperluan pribadi atau bisnis, sedangkan ekspor kopi adalah kegiatan menjual atau mengirimkan kopi ke luar negeri untuk memperoleh keuntungan. Konsumsi menunjukan salah satu pengaruh dari kegiatan ekspor. Jika suatu negara pengeksport bisa menyeimbangi antara konsumsi dan ekspor dengan baik maka ekspor akan tetap stabil.

Hal ini terjadi akibat preferensi produsen kopi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Apabila kebutuhan dalam negeri terpenuhi maka selanjutnya akan

dilakukan kegiatan ekspor ke negara tujuan ekspor. Konsumsi masyarakat ditentukan oleh besar kecilnya pendapatan (Keynes sadono sukirno 2000:6). Begitupun dalam mengkonsumsi kopi selain dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah penduduk juga akan mempengaruhi jumlah konsumsi. Konsumsi kopi bisa menggunakan produksi dalam negeri maupun luar negeri yang bersumber dari impor. Konsumsi dalam negeri bila penduduk menggunakan produk dalam negeri maka akan mempengaruhi volume ekspor kopi dengan demikian konsumsi memiliki hubungan negatif terhadap ekspor kopi di Indonesia.

Dalam penelitian Fairuz (2015-2018) Konsumsi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor.

2.2.3 Hubungan Harga Kopi Internasional dengan Ekspor Kopi

Hubungan harga kopi internasional terhadap ekspor kopi diduga memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor kopi Indonesia yaitu apabila harga ekspor atau harga komoditi diluar negeri meningkat maka ekspor kopi Indonesia akan meningkat. Harga kopi internasional menunjukkan fluktuasi yang berlaku ditingkat harga global, bila harga kopi internasional meningkat maka nilai eksportir untuk menjual ke luar negeri meningkat, sebab dengan harga kopi internasional peluang eksportir untuk memperoleh keuntungan akan meningkat.

Dalam penelitian Konita (2018) Harga ekspor kopi Indonesia ke China, dan kurs rupiah terhadap yuan berpengaruh positif signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke China.

2.2.4 Hubungan Nilai Tukar dengan Ekspor Kopi

Nilai tukar (kurs) menunjukkan bahwa nilai tukar (kurs) berpengaruh positif terhadap ekspor kopi Indonesia. Dalam pengaruh tersebut dapat dikatakan apabila nilai tukar mengalami kenaikan akan terjadi peningkatan yang akan menjadi apresiasi dan maka kualitas ekspornya juga akan mengalami kenaikan.

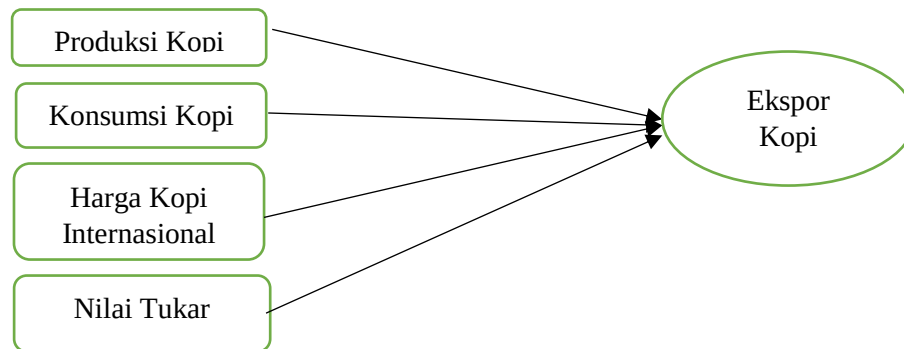
Hal ini menunjukkan berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi Indonesia. Dengan penawarannya yang besar dan terus naik, maka negara pengimpor akan tetap membeli kopi untuk memenuhi kebutuhan kopi dalam negerinya meskipun nilai tukar (kurs) melemah.

Ketika nilai tukar (kurs) domestik turun atau terdepresiasi maka ekspor akan bertambah karena harga komoditas juga akan turun dan di pasaran luar negeri, harga barang ekspor juga menjadi lebih murah sehingga mampu menaikkan permintaan barang ekspor.

Dalam penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Ekspor Indonesia periode 2005-2012) menunjukkan bahwa variable nilai tukar negatif dan berpengaruh signifikan terhadap ekspor.

Menurut penelitian Fairuz (2015-2018) Nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor.

Secara skematis kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



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 produksi kopi, harga kopi internasional dan nilai tukar berpengaruh positif, sedangkan konsumsi kopi berpengaruh negatif terhadap ekspor kopi di Indonesia tahun 2011-2022.
2. Diduga secara bersama-sama produksi, harga kopi internasional dan nilai tukar berpengaruh signifikan, sedangkan konsumsi kopi tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi di Indonesia tahun 2011-2022.