

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan merupakan salah satu dari kegiatan bisnis, pengertian bisnis akan lebih luas dari pada perdagangan, sebab bisnis meliputi banyak masalah daripada perdagangan, sedangkan perdagangan hanyalah salah satu kegiatan dari bisnis yang kaitannya dengan transaksi barang dan jasa (Hamdani, 2012: 36). Pramana (2013) mengatakan apabila suatu barang atau jasa melintasi batas suatu negara untuk diperjualbelikan yang mencakup aktivitas ekspor dan impor maka bisa disebut dengan perdagangan internasional. Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perdagangan Internasional (Sukirno, 2004: 360) di antaranya:

- 1) Faktor alam atau potensi alam.
- 2) Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri.
- 3) Keinginan memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara.
- 4) Perbedaan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengelola sumber daya ekonomi.
- 5) Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu baru untuk menjual produk tersebut.
- 6) Adanya perbedaan keadaan seperti sumber daya alam, iklim, tenaga kerja, budaya, dan jumlah penduduk yang menyebabkan adanya perbedaan hasil produksi dan adanya keterbatasan produksi.
- 7) Adanya persamaan selera terhadap suatu barang.
- 8) Keinginan membuka kerja sama, hubungan politik dan dukungan dari negara lain.

- 9) Terjadinya era globalisasi sehingga tidak suatu negara pun di dunia dapat hidup sendiri.
- 10) Perdagangan internasional bertujuan untuk mendapatkan manfaat atau *gains of trade* dari perdagangan itu sendiri, manfaat yang didapat apabila suatu negara melakukan perdagangan internasional di antaranya adalah pertumbuhan ekonomi.

2.1.2 Teori Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif adalah kemampuan untuk mendapatkan suatu barang yang dapat dihasilkan dengan tingkat biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan barang-barang lain. Menurut hukum keunggulan komparatif, meskipun suatu negara mengalami kerugian atau ketidakunggulan absolut untuk memproduksi dua komoditi jika dibandingkan dengan negara lain, namun perdagangan yang saling menguntungkan masih dapat berlangsung selama rasio harga antar negara masih berbeda jika dibandingkan tidak ada perdagangan (Lindert dan Kindleberger, 1993). David Ricardo menekankan bahwa keunggulan suatu negara atas negara lain disebabkan oleh perbedaan efisiensi relatif antar negara dalam memproduksi dua atau lebih jenis barang yang menjadi dasar terjadinya perdagangan internasional (Tambunan, 2001). Menurut David Ricardo dalam Kuncoro (2005: 151), negara sebaiknya memfokuskan pada produksi komoditas yang mempunyai keunggulan komparatif dibandingkan negara lain. Aspek yang dapat dilihat adalah seberapa jauh produktivitas tenaga kerja dalam memproduksi suatu barang. Apabila dua negara masing-masing melakukan spesialisasi dalam memproduksi suatu barang yang mempunyai keunggulan produktivitas maka keduanya akan mendapat keuntungan dari perdagangan.

2.1.3 Pengertian Tekstil dan Produk Tekstil

Perdagangan antar negara dapat memberikan keuntungan bagi pertumbuhan ekonomi di berbagai subsektor industri atau non industri. Dari bermacam-macam sub sektor yang ada, akan terjadi perdagangan internasional karena setiap negara tidak dapat memenuhi kebutuhan nya sendiri karena adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh setiap negara serta kemampuan memproduksi barang maupun jasa (Sarwono dan Pratama, 2014).

Salah satu industri manufaktur yang menjadi prioritas adalah industri tekstil dan pakaian jadi (TPT). Tekstil merupakan benang dan serat yang diolah menjadi bahan pakaian dan bahan olahan lainnya, sedangkan produk tekstil merupakan tekstil yang sudah diolah lebih lanjut seperti pakaian jadi maupun setengah jadi serta keperluan industri lainnya (Devy dan Jamal, 2017). Jika dilihat dari segi manfaat nya, tekstil tidak hanya digunakan sebagai pakaian, tapi juga bergunabagi kebutuhan rumah tangga atau industri lainnya, seperti kain kasur, gorden, taplak meja, tas, koper, dan lain-lain. Menurut Sa'idy (2013) industri TPT mampu menyerap tenaga kerja paling tinggi di antara sub sektor lainnya. Kinerja Industri TPT dalam persaingan pasar ekspor tekstil dan produk tekstil yaitu dengan meningkatkan daya saing nya (Ragimun, 2018).

2.1.4 Ekspor

Kegiatan ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain. Menurut (Utomo dan Priadi, 2000) ekspor merupakan total barang dan jasa yang dijual oleh sebuah negara ke negara lain, termasuk diantaranya barang-barang, asuransi dan jasa-jasa pada tahun tertentu. Menurut (Amir, 2004: 101) tujuan ekspor di antaranya yaitu :

- a. Membuka pasar baru di luar negeri sebagai perluasan pasar domestik
- b. Memanfaatkan kelebihan kapasitas terpasang (*idle capacity*)
- c. Membiasakan diri bersaing dalam pasar internasional sehingga terlatih dalam persaingan yang ketat.

Langkah-langkah dalam pemenuhan prosedur kegiatan ekspor menurut (Hamdani, 2003: 50) di antaranya yaitu: Korespondensi; Pembuatan kontrak dagang; Penerbitan *Letter of Credit* (L/C); Eksportir menyiapkan barang ekspor; Eksportir mendaftarkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB); Pemesanan barang ke pelabuhan; Pengiriman barang ke pelabuhan; Pemeriksaan Bea Cukai; Pemuatan barang ke kapal; Surat Keterangan Asal Barang (SKA); Pencairan *Letter of Credit* dan Pengiriman barang ke importir.

2.1.5 Daya Saing Ekspor

Daya saing ekspor adalah kemampuan suatu komoditi untuk masuk dan bertahan di pasar luar negeri. Daya saing merupakan hal yang penting bagi suatu negara untuk mengukur sejauh mana negara tersebut dapat bersaing dengan negara lain dalam segi makro ekonomi (Rifana, 2017). Dari segi ekonomi, daya saing adalah kemampuan negara dalam suatu kompetisi pasar bebas yang mampu menguasai ekonomi negara lain dan memperluas di dalamnya (Wulansari et al. 2016). Daya saing ekspor dapat diukur dengan beberapa faktor, misalnya nilai tukar, keunggulan komparatif, ketentuan perdagangan, kebijakan perdagangan dan lain-lain (Saqib, 2017). Untuk dapat bersaing di pasar dunia maka suatu komoditi harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif suatu komoditi adalah suatu keunggulan yang dapat dikembangkan, jadi keunggulan ini harus diciptakan untuk dapat memilikinya (Tambunan, 2001: 197).

2.1.6 Teori Penawaran Ekspor dan Permintaan Ekspor

Penawaran suatu komoditi merupakan jumlah komoditi yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen dalam suatu pasar pada tingkat harga dan waktu tertentu. Lipsey et al. (1995) menyatakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran suatu komoditi adalah harga komoditi yang bersangkutan, harga faktor produksi, tingkat teknologi, pajak dan subsidi. Permintaan ekspor suatu komoditi merupakan hubungan yang menyeluruh antara kuantitas komoditi yang akan dibeli konsumen selama periode tertentu pada suatu tingkat harga. Permintaan pasar suatu komoditi merupakan penjumlahan secara horizontal dari permintaan-permintaan individu suatu komoditi.

Pada sisi permintaan, pertumbuhan ekspor dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dunia. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan berdampak pada semakin besarnya ekspor Indonesia. Jika di lihat dari sisi penawaran, kinerja ekspor dipengaruhi oleh kompetisi yang tercermin dari jumlah atau kualitas faktor-faktor produksi, derajat teknologi, dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi produksi. Kinerja ekspor suatu komoditas ditunjukkan oleh perubahan pangsa komoditas tersebut pada suatu pasar. Perubahan pangsa ini disebabkan oleh perubahan harga relatif sebuah komoditas. Jika harga untuk sebuah komoditas lebih murah dibandingkan dengan komoditas dari pesaingnya maka pangsa dari komoditas tersebut akan meningkat.

2.1.7 RCA

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif di suatu wilayah (kawasan, negara, propinsi). RCA pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa (1965) dalam penelitian tentang pengaruh liberalisasi perdagangan luar negeri terhadap keunggulan komparatif

hasil industri Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara yang tergabung dalam pasar Eropa (MEE) dan pada tahun 1977 untuk negara yang sama ditambah Kanada dan Swedia. Konsep dasar dari metode RCA itu sendiri yaitu perdagangan antar wilayah menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah. Rumus RCA adalah sebagai berikut:

Jika nilai RCA dari suatu negara untuk suatu komoditi tertentu lebih besar dari satu (1) berarti negara bersangkutan mempunyai keunggulan komparatif (di atas rata-rata dunia) dalam komoditi tersebut. Sebaliknya, bila lebih kecil dari satu berarti keunggulan komparatifnya untuk komoditas tersebut di bawah rata-rata dunia (Tambunan, 2001: 197). Nilai daya saing suatu komoditi dengan hasil dari perhitungan metode RCA memiliki dua alternatif penafsiran yaitu:

Nilai $RCA > 1$, maka suatu negara memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sehingga dapat diartikan komoditi tersebut memiliki daya saing yang kuat. Nilai $RCA < 1$, maka suatu negara memiliki keunggulan komparatif di bawah rata-rata dunia sehingga dapat diartikan komoditi tersebut memiliki daya saing yang rendah.

Penelitian ini mengukur daya saing komoditi tekstil Indonesia di pasar Amerika Serikat, maka yang di ukur adalah kinerja ekspor komoditi tekstil Indonesia ke pasar Amerika Serikat terhadap total ekspor Indonesia ke pasar Amerika Serikat kemudian di bandingkan dengan nilai ekspor komoditi tekstil dunia ke pasar Amerika Serikat terhadap total nilai ekspor dunia ke pasar Amerika Serikat. Dalam penelitian ini rumus nya menjadi:

$$RCA = \frac{x_{ij}/x_{it}}{w_j / w_t}$$

Dimana:

RCA	= Tingkat daya saing produk tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia ke pasar Amerika Serikat
X _{ij}	= Nilai ekspor komoditi tekstil dan produk tekstil (TPT) dari Indonesia ke pasar Amerika Serikat
X _{it}	= Nilai total ekspor Indonesia ke pasar Amerika Serikat
W _j	= Nilai ekspor komoditi tekstil dan produk tekstil dunia
W _t	= Nilai total ekspor dunia
i	= Indonesia
j	= Amerika Serikat.

2.2 Studi Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Septiani dan Wahyuningsih (2020) adalah menganalisis daya saing ekspor komoditi tekstil di negara ASEAN dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan regresi data panel. Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa ekspor tekstil Indonesia memiliki daya saing yang kuat di negara Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam karena nilai RCA lebih dari 1. Sedangkan pada analisis regresi data panel variabel nilai tukar Indonesia terhadap *dollar* Amerika memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap RCA, variabel *Gross Domestic Product* (GDP) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap RCA, variabel tenaga kerja memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap RCA, dan untuk variabel *Foreign Direct Investment* (FDI) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap RCA.

Analisis permintaan ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat dengan analisis regresi linier berganda dilakukan oleh Dinata dan Arka (2019) untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial kurs dollar Amerika Serikat, harga,

produk domestik bruto Amerika Serikat dan kuota impor terhadap ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat tahun 1991-2016. Hasil uji menunjukkan bahwa kurs dollar Amerika Serikat, harga, produk domestik bruto Amerika Serikat dan kuota impor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa kurs dollar Amerika Serikat dan PDB Amerika Serikat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat. Penghapusan kuota impor meningkatkan ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika.

Keunggulan kompetitif di pasar Internasional dan di negara pembanding India dan Vietnam dilakukan dengan menggunakan analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan). Analisis ini dilakukan oleh Zahir dan Sanawiri (2018) untuk mencari apakah Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar Internasional dan untuk mengetahui apakah Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada dua negara pembandingnya yaitu India dan Vietnam. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada jenis mete gelondongan dan Indonesia masuk golongan negara eksportir karena nilai ISP menunjukkan angka positif (+).

Daya saing produk ekspor juga telah banyak dilakukan di Indonesia. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Devy dan Jamal (2017) dalam menganalisis daya saing ekspor tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Faktor-faktor lain seperti kurs, kesiapan teknologi, neraca pembayaran, dan ukuran pasar dianalisis menggunakan model regresi linier berganda untuk melihat tingkat daya saing ekspor TPT Indonesia menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat daya saing ekspor TPT Indonesia adalah 1.96 artinya daya saing ekspor TPT Indonesia memiliki daya saing tinggi. Dan sebesar 87 persen variabel nilai tukar rupiah terhadap *dollar* AS, kesiapan teknologi dan neraca pembayaran berpengaruh terhadap daya saing ekspor TPT Indonesia. Sisanya sebesar 13 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Secara parsial, variabel nilai tukar terhadap dollar dan variabel neraca pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor TPT Indonesia. Variabel kesiapan teknologi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor TPT Indonesia, sedangkan variabel ukuran pasar (*market size*) tidak diukur karena terdapat gejala multikolinearitas dengan variabel nilai tukar.

Warni dan Setyari (2019) melakukan penelitian untuk menganalisis daya saing, pangsa pasar dan tahapan pengembangan ekspor pakaian jadi Indonesia ke pasar Jerman. Negara pembanding yang digunakan dalam penelitian ini adalah China dan Bangladesh dengan menggunakan alat uji *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA), *Market Share Index* (MSI) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat dalam ekspor pakaian jadi di pasar Jerman, namun lebih rendah di China dan Bangladesh. Dalam nilai MSI dan ISP juga ekspor pakaian jadi Indonesia di pasar Jerman lebih rendah dibandingkan China dan Bangladesh.

Sebagai negara yang mendapat fasilitas US-GSP dari Amerika Serikat, Indonesia mendapatkan keringanan bea masuk terhadap ekspor produk nya ke negara Amerika Serikat. Amerika Serikat adalah salah satu negara maju yang membuat neraca perdagangan di Indonesia menjadi surplus. Permatasari dan Taufiq (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat seberapa besar dampak dari adanya skema

kebijakan *Generalized System Of Preference* (GSP) oleh Amerika Serikat terhadap kinerja ekspor produk plywood Indonesia periode 2010-2019 dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan variabel dummy sebagai pengukuran variabel dari variabel kebijakan US-GSP. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan data runtun waktu (*time series*) selama 10 tahun. Hasil empiris menunjukkan bahwa dampak dari skema US-GSP sangat minim dan negatif. Hal ini karena rata-rata tarif ekuivalen NTBs yang diberlakukan negara-negara tujuan ekspor relatif masih tinggi. Oleh karena itu tim lobi Indonesia perlu melakukan peninjauan ulang terkait setiap kebijakan proteksionis pemerintahan Trump.

Pengaruh perang tarif Amerika Serikat-Tiongkok terhadap ekspor impor Indonesia dilakukan oleh Ratana dan Anindita (2020) dengan menggunakan analisis deskriptif dan uji beda rata-rata untuk membandingkan perdagangan negara Amerika Serikat dan Tiongkok sebelum dan setelah Juli 2018 dan pengaruhnya terhadap perdagangan Indonesia ke dua negara tersebut. Hasil analisis yang dilakukan sesuai dengan prediksi bahwa nilai impor kedua negara menurun setelah Juli 2018, namun impor Amerika Serikat pada *HS Code* 87 justru menunjukkan peningkatan yang dapat diartikan bahwa tidak ada negara yang dapat menggantikan kemampuan Tiongkok pada kategori tersebut. Sedangkan bagi Indonesia, terjadi pergeseran ekspor dan impor dari kedua negara tersebut. Sitorus (2021) melakukan penelitian kualitatif deskriptif terhadap dampak dari perang dagang Amerika Serikat-Tiongkok bagi perekonomian Indonesia pada tahun 2017-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perang dagang antara Amerika Serikat-Tiongkok memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perekonomian Indonesia khususnya pada ekspor dan investasi saham.