

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu negara ekspor merupakan salah satu komponen yang menjadi perhatian penting. Semakin tinggi kinerja ekspor suatu negara, semakin tinggi pula dampak positifnya terhadap perekonomian negara. Kegiatan ekspor dapat terjadi ketika ada proses diolah atau diproduksinya sumber daya alam dari negara tersebut menjadi sebuah komoditas yang dapat dikomersialkan dan dalam proses produksi tersebut negara yang bersangkutan mengalami kelebihan produksi, sehingga kelebihan produksi ini akan dimanfaatkan oleh sebuah negara untuk menyalurkan kelebihan *output* produksinya ke negara lain (Ely, 2019).

Di pasar dunia, Indonesia merupakan salah satu negara pemasok ekspor migas dan non migas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), kinerja ekspor migas-nonmigas total Indonesia terus mengalami fluktuasi sejak tahun 2005 sampai dengan tahun 2021. Pada tahun 2005 total nilai ekspor migas-nonmigas adalah US \$ 85.659,9 juta, nilainya terus meningkat hingga tahun 2008 yaitu menjadi US \$ 137.020,4 juta. Pada tahun 2009 total ekspor menurun menjadi US \$ 116.510,0 juta tetapi kembali meningkat pada tahun 2010 dan 2011 yaitu US \$ 157.779,1 juta pada tahun 2010 menjadi US \$ 203.496,6 juta pada tahun 2011. Pada tahun 2012 hingga tahun 2016 nilai total ekspor terus menurun yaitu sebesar US \$ 190.020,3 juta di tahun 2012 menjadi US \$ 145.134,0 juta pada tahun

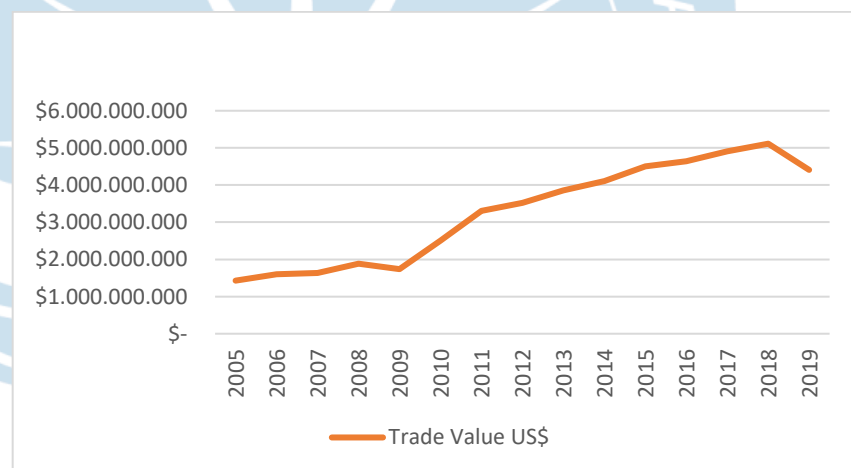
2016. Total nilai ekspor migas-nonmigas kembali meningkat di tahun 2017 hingga tahun 2018 yaitu sebesar US \$ 168.828,2 juta pada tahun 2017 dan sebesar US \$ 180.012,7 juta pada tahun 2018 akan tetapi di tahun 2019 nilai tersebut menurun menjadi US \$ 167.683,0 juta.

Pada dasarnya Indonesia memiliki banyak pilihan produk yang potensial untuk dikembangkan dalam rangka upaya meningkatkan ekspor. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2019), Indonesia memiliki sepuluh komoditi utama beberapa di antaranya yaitu udang, kopi, minyak kelapa sawit, kakao, karet dan produk karet, tekstil dan produk tekstil (TPT), alas kaki, elektronika, komponen kendaraan bermotor dan *furniture*. Alas kaki merupakan salah satu komoditi utama ekspor Indonesia setelah udang, kopi, minyak kelapa sawit, kakao, karet dan tekstil dan produk tekstil (TPT).

Industri alas kaki Indonesia berkembang secara pesat terjadi pada awal 1980-an seiring dengan perkembangan ekonomi Indonesia. Pada saat itu secara sektoral industri alas kaki belum menunjukkan kinerja yang mengembirakan namun tumbuh secara stabil dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut juga terjadi ketika investor asing masuk ke Indonesia untuk memasuki pasar luar negeri. Selain adanya investor asing perkembangan industri alas kaki Indonesia juga didukung oleh pemerintah yang membuat kebijakan terkait dengan bisnis yang ramah serta menjaga kondisi politik dan ekonomi yang stabil (Gusti, 2017). Pada akhirnya untuk mendukung perkembangan yang pesat ini, pemerintah dari pihak

Departemen Perindustrian pada tahun 1988 mengumpulkan produsen sepatu dari daerah Jabodetabek, Jawa Barat, dan Jawa Tengah membentuk Asosiasi Persepatuan Indonesia (APRISINDO) agar alas kaki Indonesia memiliki pengelolaan yang lebih baik. Organisasi ini diharapkan mampu menjaga perkembangan industri sepatu di segala aspeknya.

Hasilnya pertumbuhan industri alas kaki dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Ekspor alas kaki Indonesia pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2019 terus meningkat walaupun mengalami fluktuasi di pasar internasional, seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1 berikut ini.



Sumber : *UN comtrade* (2021). Data diolah

Gambar 1.1

Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Dunia

Di perdagangan dunia, Indonesia merupakan salah satu produsen alas kaki terbesar. Apabila dilihat dari tabel di atas nilai ekspor alas kaki Indonesia pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2019 mengalami fluktuasi. Total ekspor alas kaki pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2008 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu sebesar US \$

1.885.437.466 namun mengalami penurunan pada tahun 2009 menjadi US \$ 1.736.114.442. Nilai ekspor tersebut terus meningkat dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2018 di mana tahun 2018 Indonesia dinyatakan sebagai produsen terbesar keempat dunia. Namun pada tahun 2019 ekspor alas kaki mengalami penurunan menjadi US \$ 4.409.287.072. Pertumbuhan ekspor alas kaki di pasar dunia menunjukkan bahwa industri alas kaki juga memberikan devisa yang sangat besar bagi negara.

Menurut Gusti (2017) saat ini dapat dikatakan bahwa alas kaki menjadi barang kebutuhan superior bukan lagi inferior. Alas kaki saat ini memiliki beragam model *fashion* sama halnya seperti busana. Tidak hanya beragam untuk alas kaki yang umumnya milik wanita namun alas kaki untuk pria kini juga memiliki banyak model seperti pantofel, *boots*, *sneakers*, *loafers* dan *derby*. Mengikuti perkembangan model *fashion* menjadi salah satu alasan alas kaki menjadi salah satu barang superior. Ketika seseorang mengalami peningkatan pendapatan tentu akan lebih mencari kualitas alas kaki yang semakin baik dan mewah demi menunjang penampilan. Perkembangan *fashion* juga akan terus berubah dari waktu ke waktu begitu juga halnya dengan alas kaki sehingga mendorong seseorang untuk terus mengikuti *trend fashion* tersebut sesuai dengan pendapatan dan kebutuhannya. Perlu diketahui juga bahwa banyak *brand* sepatu luar negeri yang ternyata bahan pembuat alas kakinya merupakan produksi alas kaki Indonesia bahkan proses produksinya dilakukan di Indonesia.

Melihat perkembangan model *fashion* tersebut maka alas kaki Indonesia sangat berkesempatan untuk lebih mengembangkan pangsa pasarnya. Komoditi ini memiliki peluang untuk berkembang di masa depan mengingat komoditi alas kaki ini merupakan industri padat karya yang sesuai dengan sumber daya manusia yang tersedia di Indonesia. Hal ini terbukti dengan nilai *export product share* Indonesia pada tahun 2017 menduduki peringkat kedua di antara sepuluh eksportir alas kaki di dunia, seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
Top 10 Eksportir Alas Kaki (Footwear) di Dunia Tahun 2017

Negara	<i>Export Product Share Footwear (%)</i>
Vietnam	7.26
Indonesia	3.20
China	2.70
Italia	2.34
Spanyol	1.08
Perancis	0.77
Belanda	0.75
Hongkong	0.62
Jerman	0.58
United Kingdom	0.56

Sumber : WITS (2017). Data diolah

Tabel 1.1 di atas menunjukkan nilai *export product share* dari sepuluh eksportir alas kaki terbesar di dunia. Menurut catatan WITS pada tabel 1.1, Indonesia menduduki peringkat kedua dari sepuluh eksportir alas

kaki terbaik dunia berdasarkan nilai *export product share* yaitu sebesar 3,20 persen. Sedangkan negara yang menduduki peringkat pertama merupakan negara Asia juga yaitu Vietnam yang di mana memiliki nilai *export product share* sebesar 7,26 persen. Dengan nilai *export product share* pada alas kaki tersebut diharapkan dapat berperan besar untuk mengatasi permasalahan defisit neraca anggaran perdagangan.

Melihat perkembangan zaman yang semakin pesat, di mana munculnya liberalisasi di era perdagangan bebas di bidang ekonomi oleh para aktor negara, menuntut pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen Perindustrian yang mempunyai otoritas untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri khususnya alas kaki agar tetap eksis menghadapi pasar bebas dan mampu berkompetisi di era perdagangan bebas. Adanya perdagangan bebas, bagi negara maju merupakan lahan baru untuk memperbesar jangkauan pasar serta meningkatkan keuntungan di berbagai aspek. Sementara untuk negara-negara berkembang seperti Indonesia perdagangan bebas menjadi tantangan baru yang harus dihadapi dan sekaligus menjadi ancaman bagi eksistensi negara tersebut. Karena dengan alasan apa pun negara berkembang tersebut harus mampu bersaing dengan negara lain khususnya negara maju yang keadaan perekonomiannya sudah mapan (Zahro, 2013)

Menurut Yunia (2015) masalah dalam ekspor alas kaki Indonesia adalah bahwa perlu mengimpor beberapa beberapa bahan baku seperti kulit dan karet untuk produksi sepatu. Meskipun Indonesia sebuah produsen karet

utama, Indonesia masih perlu mengimpor bahan karet untuk pembuatan sepatu karena negara ini tidak memiliki fasilitas dalam negeri yang memadai. Namun tidak dapat dipungkiri industri alas kaki Indonesia telah memenuhi 4% kebutuhan alas kaki dunia.

Pada era globalisasi yang semakin berkembang dewasa ini, adanya liberalisasi perdagangan tentu membuka peluang yang sangat besar untuk Indonesia dalam meningkatkan kegiatan ekspor nya. Terdapat beberapa negara yang menjadi pasar utama dalam kegiatan eskpor alas kaki Indonesia antara lain, Amerika Serikat, Jerman, Belgia, Italia, China, Britania Raya, Denmark, Belanda, Meksiko dan Perancis. Namun dari keseluruhan negara tersebut, Amerika Serikat merupakan negara yang menjadi tujuan utama kegiatan ekspor Indonesia karena kontribusi dari nilai alas kaki Indonesia sangat besar ke negara tersebut dibandingkan dengan negara lainnya. Berikut tabel nilai ekspor alas kaki Indonesia ke berbagai negara tahun 2007-2012 :

Tabel 1.2
Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Berbagai Negara Tahun 2007-2012
(Juta US\$)

Negara	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Growth (%)
Amerika Serikat	384.008	394.014	401.595	564.105	721.703	890.502	19.26
Jerman	156.535	187.077	156.880	212.818	273.460	254.415	12.11
Belgia	146.779	187.861	183.935	213.578	295.186	303.081	16.57
Italia	119.746	139.548	133.817	164.602	187.771	146.548	5.51
China	37.720	64.366	39.637	55.965	86.813	125.899	34.72
Britania Raya	126.466	152.847	141.963	196.495	226.679	227.562	13.58
Denmark	30.803	39.607	40.291	51.587	77.684	73.270	20.65
Belanda	99.213	100.265	99.606	105.718	209.630	194.678	16.73
Meksiko	34.293	39.964	31.334	72.747	94.151	91.094	30.65
Perancis	43.315	47.181	42.604	74.914	94.529	75.262	16.17

Sumber : *UN Comtrade* (2021). Data diolah

Berdasarkan Tabel 1.2 besarnya pertumbuhan nilai ekspor produk alas kaki terhadap sepuluh negara pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2012 cukup besar. Pertumbuhan nilai ekspor yang paling tinggi terhadap negara Cina yaitu mencapai 34.72 persen kemudian di peringkat kedua adalah negara Meksiko 30.65 persen selanjutnya Denmark 20.65 persen, Amerika Serikat 19.26 persen, Belanda sebesar 16.73 persen, Belgia 16.57 persen, Perancis sebesar 16.17 persen, Britania Raya 13.58 persen, Jerman 12.11 persen dan di urutan terakhir adalah negara Italia sebesar 5.51 persen.

Menurut Ely (2019) ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama dipengaruhi oleh beberapa faktor atau variabel ekonomi yang ada di negara tujuan seperti daya beli penduduk negara tujuan ekspor yang

bisa ditunjukkan dengan besarnya pendapatan nasional negara tujuan. Penduduk negara tujuan juga merupakan salah satu faktor yang menunjukkan besarnya permintaan. Ekspor juga dipengaruhi oleh daya saing negara Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama ekspor alas kaki Indonesia, karena daya saing akan menentukan suatu komoditas dari suatu negara dapat bertahan di pasar internasional atau tidak, oleh sebab itu negara Indonesia perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi aliran ekspor alas kaki, agar Indonesia dapat meningkatkan daya saing dan meraih pangsa pasar alas kaki yang lebih luas.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh *Revealed Comparative Advantage* (RCA) ekspor alas kaki Indonesia ke negara tujuan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019?
2. Bagaimanakah pengaruh *Gross Domestic Product* (GDP) negara tujuan ekspor terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019?
3. Bagaimanakah pengaruh Populasi Penduduk (PP) negara tujuan ekspor terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dilampirkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Revealed Comparative Advantage* (RCA) ekspor alas kaki Indonesia ke negara tujuan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Gross Domestic Product* (GDP) negara tujuan ekspor terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Populasi Penduduk (PP) negara tujuan ekspor terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke sepuluh negara tujuan utama tahun 2005-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi yang lebih jelas mengenai ekspor alas kaki Indonesia dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu memberikan referensi untuk penelitian berikutnya dan dapat menambah informasi lebih serta pengalaman dalam dilakukannya penelitian ini.

1.5 Hipotesis

Berdasarkan pada studi terkait di atas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Diduga *Revealed Comparative Advantage* (RCA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia pada tahun 2005-2019.
2. Diduga *Gross Domestic Product* (GDP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia pada tahun 2005-2019.
3. Diduga Populasi Penduduk (PP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia pada tahun 2005-2019.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan perdagangan internasional, ekspor dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai jenis penelitian, objek penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, variabel-variabel penelitian, dan teknik serta model data yang diteliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisa data, hasil penelitian yang diuji, dan hasil interpretasi dari hasil yang telah diuji.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.