

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

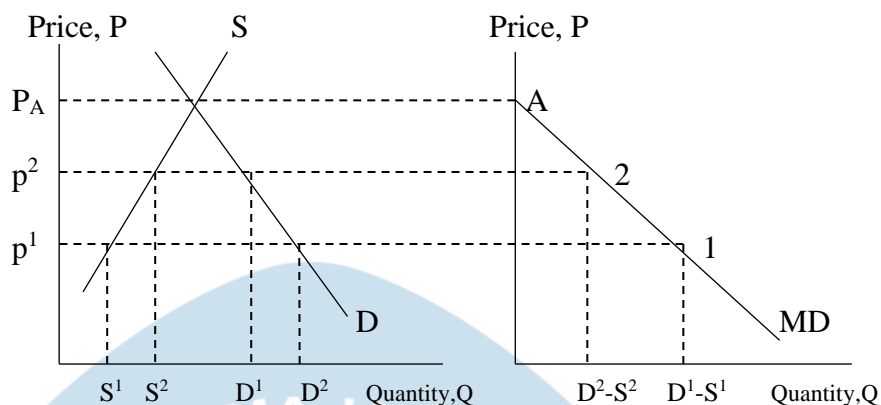
##### **2.1.1 Permintaan Impor dan Penawaran Ekspor**

Pada dasarnya, setiap negara di dunia melakukan perdagangan internasional karena dua alasan khusus. Pertama, karena setiap negara memiliki perbedaan satu sama lain. Kedua, untuk mencapai skala ekonomis dalam berproduksi. Negara-negara yang memproduksi suatu barang tertentu dengan melakukan spesialisasi, akan menghasilkan barang-barang dengan skala yang lebih besar dan hal tersebut akan lebih efisien dibandingkan jika negara-negara tersebut mencoba untuk memproduksi berbagai jenis barang (Krugman dan Obstfeld, 2003).

Ada dua jenis kurva yang dapat menjelaskan besarnya harga ekspor dunia dan jumlah yang diperdagangkan sebagai berikut :

#### **1. Kurva Permintaan Impor**

Kurva permintaan impor ditunjukkan dengan garis kurva yang miring ke bawah yang menunjukkan bahwa ketika harga suatu komoditas naik maka permintaan impor akan komoditas tersebut akan menurun. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar kurva sebagai berikut (Krugman *et all*, 2018 : 238) :



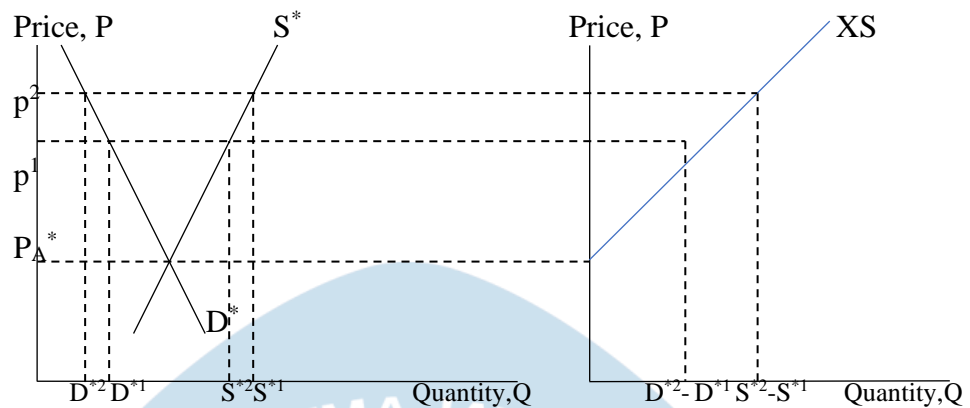
**Gambar 2.1**

**Kurva permintaan Impor**

Gambar 2.1 menunjukkan bagaimana kurva permintaan impor dalam negeri diturunkan. Dengan harga  $P^1$  maka permintaan konsumen ditunjukkan di  $D^1$  sedangkan produsen hanya menyediakan  $S^1$ . Sebagai hasilnya, permintaan impor dalam negeri adalah  $D^1 - S^1$ . Jika harga naik menjadi  $P^2$  sedangkan konsumen hanya meminta  $D^2$  sementara produsen menaikkan jumlah barang yang disediakan menjadi  $S^2$  maka permintaan impor akan turun menjadi  $D^2 - S^2$ . Kurva MD merupakan kurva permintaan impor, miring ke bawah menunjukkan ketika harga naik jumlah impor yang diminta menurun.

**2. Kurva Penawaran Ekpor**

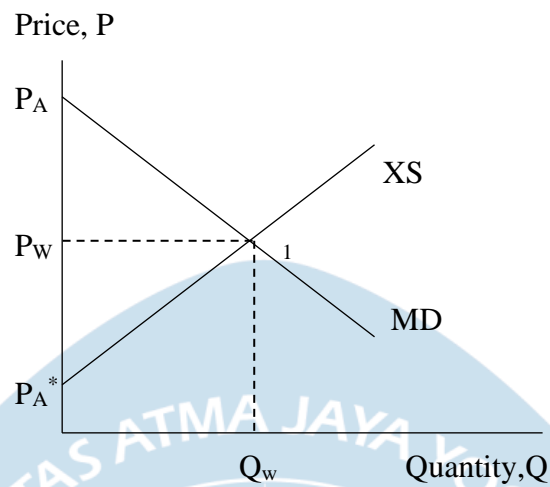
Kurva penawaran ekspor ditunjukkan dengan garis kurva miring ke atas yang menunjukkan bahwa ketika harga suatu komoditas naik maka penawaran ekspor akan komoditas tersebut akan meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar kurva sebagai berikut :



**Gambar 2.2**  
**Kurva Penawaran Ekspor**

Gambar 2.2 menunjukkan bagaimana kurva penawaran ekspor luar negeri XS diturunkan. Di  $P^1$  luar negeri produsen memasok  $S^{*1}$ , sedangkan konsumen luar negeri hanya meminta  $D^{*1}$ , jadi besarnya total persediaan untuk ekspor adalah  $S^{*1} - D^{*1}$ . Produsen luar negeri menaikkan kuantitas yang ingin disuplai menjadi  $S^{*2}$  dan konsumen luar negeri menurunkan jumlah yang diminta ke  $D^{*2}$ , sehingga total penawaran yang tersedia untuk diekspor naik menjadi  $S^{*2} - D^{*2}$ .

Penentuan harga *equilibrium* di dunia terjadi pada saat permintaan impor (Kurva MD) sama dengan penawaran ekspor (Kurva XS) yang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



**Gambar 2.3**  
**Kurva Keseimbangan Dunia**

Gambar 2.3 menunjukkan keseimbangan dunia terjadi ketika permintaan impor dalam negeri sama dengan penawaran luar negeri. Pada harga  $P_w$  di mana kedua kurva bersilangan. Pada titik keseimbangan 1 pada Gambar 2.3,  $\text{Permintaan dalam negeri} - \text{Penawaran dalam negeri} = \text{Penawaran luar negeri} - \text{Permintaan luar negeri}$ . Dengan menjumlahkan dan mengurangi kedua ruas, persamaan ini dapat disusun kembali menjadi,  $\text{Permintaan dalam negeri} + \text{Permintaan luar negeri} = \text{Penawaran dalam negeri} + \text{Penawaran luar negeri}$  atau dengan kata lain  $\text{Permintaan dunia sama dengan Penawaran dunia}$ .

### 2.1.2 Teori Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*)

Teori keunggulan absolut (*absolute advantage*) dibangun oleh Adam Smith. Keunggulan absolut merupakan adanya suatu keuntungan ketika membuat perbandingan produktivitas satu orang, perusahaan atau negara dengan kompetitornya. Sebagai konsekuensi, negara yang memiliki

keunggulan absolut akan berspesialisasi untuk memproduksi barang dan ditukarkan terhadap negara yang tidak memiliki keunggulan absolut. Berikut salah satu contoh yang menggambarkan keunggulan absolut yang sama-sama memanfaatkan satu tenaga kerja yaitu Frank dan Ruby yang bekerja selama 8 jam per hari untuk memproduksi daging dan kentang. Ruby memerlukan 20 menit untuk menghasilkan 1 ons daging dan 10 menit untuk 1 ons kentang sedangkan Frank 60 menit untuk 1 ons daging dan 15 menit untuk 1 ons kentang. Selama 8 jam kerja Frank dapat menghasilkan 8 ons daging dan 32 ons kentang sedangkan Ruby menghasilkan 24 ons daging dan 48 ons kentang. Berikut tabel yang menjelaskan keunggulan absolut (Mankiw, 2018) :

**Tabel 2.1**

**Keunggulan Absolut**

	Waktu yang dibutuhkan memproduksi		Jumlah produksi selama 8 jam	
	Daging	Kentang	Daging	Kentang
Frank	60 menit/ons	15 menit/ons	8 ons	32 ons
Ruby	20 menit/ons	10 menit/ons	24 ons	48 ons

Sumber : *Principles of Economics* (2018).

Tabel 2.1 tersebut menunjukkan bahwa Ruby membutuhkan jumlah input yang lebih kecil dibanding Frank baik dalam memproduksi daging maupun kentang. Ruby hanya memerlukan 20 menit untuk memproduksi 1 ons daging sedangkan Frank membutuhkan waktu 60 menit. Untuk memproduksi kentang Ruby hanya memerlukan 10 menit per ons sedangkan Frank membutuhkan 15 menit. Waktu yang Ruby dan Frank gunakan

merupakan salah satu bagian dari keunggulan absolut. Berdasarkan kuantitas input Ruby memiliki biaya produksi daging dan kentang yang lebih rendah.

### 2.1.3 Teori Keunggulan Komparatif

David Ricardo merupakan pelopor hukum keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif merupakan kemampuan satu orang, perusahaan atau negara menghasilkan suatu barang dan jasa dengan *opportunity cost* yang lebih rendah dibandingkan dengan produsen yang lain. Berikut contoh yang menggambarkan keunggulan komparatif di mana Ruby memiliki *opportunity cost* yang rendah dalam memproduksi kentang dan Frank memiliki *opportunity cost* yang rendah dalam memproduksi daging. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ruby memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi daging dan Frank memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi kentang. *Opportunity cost* dapat dijelaskan pada tabel berikut ini (Mankiw 2018) :

**Tabel 2.2**

#### ***Opportunity Cost Kentang dan Daging***

	Biaya Peluang	
	1 ons daging	1 ons kentang
Ruby	2 ons kentang	½ ons daging
Frank	4 ons kentang	¼ ons daging

Sumber : *Principles of Economics* (2018).

Berdasarkan Tabel 2.1 Ruby dapat memproduksi 1 ons kentang membutuhkan waktu 10 menit kerja sedangkan untuk membuat 1 ons daging Ruby membutuhkan 20 menit kerja. Oleh karena itu 10 menit kerja Ruby dapat menghasilkan  $\frac{1}{2}$  ons daging. Dapat disimpulkan bahwa *opportunity cost* Ruby memproduksi 1 ons kentang adalah menghasilkan  $\frac{1}{2}$  ons daging. Sedangkan *opportunity cost* dari Frank memproduksi kentang sebesar 1 ons adalah menghasilkan  $\frac{1}{4}$  ons daging karena Frank membutuhkan 60 menit kerja untuk menghasilkan 1 ons daging dan 15 menit kerja untuk menghasilkan 1 ons kentang. Selanjutnya Tabel 2.2 menunjukkan *opportunity cost* daging dan kentang untuk Ruby dan Frank. *Opportunity cost* daging merupakan kebalikan dari *opportunity cost* kentang. Frank memiliki *opportunity cost* produksi kentang yang lebih rendah dibanding Ruby karena *opportunity cost* 1 ons kentang Frank hanya menghasilkan  $\frac{1}{4}$  ons daging sedangkan Ruby menghasilkan  $\frac{1}{2}$  ons daging. Sebaliknya, Ruby memiliki *opportunity cost* produksi daging yang lebih rendah dibanding Frank, 1 ons daging Ruby memiliki *opportunity cost* menghasilkan 2 ons kentang tetapi Frank memiliki *opportunity cost* menghasilkan 4 ons kentang. Dengan demikian Frank memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi kentang dan Ruby memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi daging.

#### **2.1.4 Revealed Comparative Advantage (RCA)**

RCA merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kinerja ekspor suatu komoditi dari suatu negara dengan mengevaluasi

peranan ekspor komoditi tertentu dalam ekspor total suatu negara dibandingkan dengan pangsa komoditi tersebut dalam perdagangan dunia. Variabel yang digunakan untuk mengukur nilai RCA adalah variabel ekspor, yaitu kinerja ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor suatu wilayah yang dibandingkan dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan internasional (Kementrian Perdagangan, 2011). Metode RCA pertama kali ditemukan oleh Ballasa pada tahun 1965. Ballasa memandang bahwa keunggulan komparatif suatu negara merupakan refleksi dari nilai ekspornya. Suatu negara memiliki keunggulan komparatif bila dapat memproduksi barang dengan biaya pengorbanan yang rendah daripada negara-negara lainnya (Krugman dan Obstfeld, 2003).

Dalam laporan penelitian dan kajian empiris yang dijadikan sebagai indikator keunggulan komparatif suatu produk dan digunakan sebagai acuan spesialisasi banyak menggunakan konsep RCA. Menggambarkan bahwa keunggulan komparatif atau daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas terhadap dunia ditunjukkan oleh indeks RCA (Tambunan, 2001).

Jika nilai indeks RCA dari suatu negara untuk komoditas tertentu lebih dari satu, berarti negara bersangkutan memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia untuk komoditas tersebut. Sebaliknya, jika nilai RCA kurang dari satu artinya keunggulan komparatif negara tersebut rendah dan berada di bawah rata-rata dunia untuk komoditas tersebut.



Secara matematis, RCA dapat dihitung dengan formula sebagai berikut  
(Tambunan,2001)

$$\text{Indeks } RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{in}}{X_{rj}/X_m}$$

Keterangan :

X = Ekspor (US \$)  
i = Negara  
j = Komoditas  
t = Seluruh negara selain negara i  
n = Seluruh komoditas selain komoditas i

Dalam pengujian daya saing yang tidak efisien dengan menggunakan perhitungan RCA, Laursen melakukan perbaikan indeks RCA yang dikenal dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RCSA). Hasil dari perbaikan tersebut menggunakan interval antara -1 dan +1. Hal tersebut terjadi jika komoditas yang memiliki keunggulan komparatif yang tinggi maka memiliki nilai *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RCSA) yang positif (Nihayah, 2012: 40). Menurut Prasad (2004) dalam (Nihayah, 2012: 39) Adapun perbaikan yang dilakukan oleh Laursen dengan menyempurnakan formula sebagai berikut :

$$RSCA_j^i = (RCA_j^i - 1)/(RCA_j^i + 1)$$

Nilai dari RSCA yang positif atau negatif akan menentukan *disadvantage* pada ekspor produk alas kaki Indonesia.

### **2.1.5 Hubungan *Revealed Comparative Advantage* Indonesia ke Negara Tujuan terhadap Ekspor**

Peningkatan aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui pengembangan ekspor dapat mendorong ekspor negara menjadi lebih baik. Untuk dapat melakukan pengembangan ekspor, negara perlu memperhatikan daya saing produk yang diperdagangkannya. Artinya bahwa daya saing memiliki pengaruh terhadap ekspor suatu negara. Menurut teori Porter (1994), daya saing adalah produktivitas yang merupakan bagian dari *output* yang dihasilkan oleh tenaga kerja, kapital, dan sumber daya alam di suatu negara.

### **2.1.6 Hubungan *Gross Domestic Product* Negara Tujuan terhadap Ekspor**

GDP merupakan nilai barang dan jasa yang diproduksi dalam kurun waktu tertentu di dalam negara yang bersangkutan. *Gross Domestic Product* (GDP) atau disebut juga dengan Produk Domestik Bruto (PDB) adalah pendapatan nasional yang diukur dari sisi pengeluaran konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah dan ekspor-impor. Permintaan akan ekspor akan dipengaruhi oleh GDP riil dari negara tujuan sehingga terdapat korelasi positif antara GDP negara tujuan ekspor dengan permintaan produk impornya. Sedangkan untuk negara importer, peningkatan GDP merupakan peningkatan pendapatan masyarakat.

### **2.1.7 Hubungan Populasi Penduduk Negara Tujuan terhadap Ekspor**

Menurut Salvatore (2013) meningkatnya populasi atau jumlah penduduk akan meningkatkan konsumsi domestik suatu negara, artinya permintaan domestik negara tersebut akan meningkat terhadap suatu komoditi. Sedangkan menurut Lipsey *et al.* (1995), populasi penduduk memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap banyaknya komoditi yang diminta. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah komoditi yang dibeli pada setiap tingkat harga akan meningkat ketika jumlah penduduk suatu negara meningkat.

### **2.2 Studi Terkait**

Nurlaili (2021), meneliti mengenai “Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat serta pandangan ekonomi Islam terkait daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor. Hasil analisis menunjukkan bahwa indeks  $RCA > 1$ , maka ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat berdaya saing dunia. Secara parsial juga GDP AS dan nilai tukar berpengaruh dan signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS, harga berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS, dan produksi tidak berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS. Secara

simultan, GDP AS, nilai tukar harga dan produksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Bram Agustian Zahro (2013), meneliti mengenai “Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Aliran Ekspor Alas Kaki Indonesia di Kawasan Asean dan China”. Analisis penelitian ini menggunakan model *Gravity model* dan regresi data panel mencakup lima negara tujuan ekspor Indonesia tahun 2000-2011 yang menggunakan variabel bebas (*Gross Domestic Product*) GDP Indonesia, GDP negara tujuan, jarak ekonomi, nilai tukar riil rupiah serta dummy pemberlakuan ACFTA. Hasil penelitian melalui metode RCA menunjukkan bahwa produk alas kaki Indonesia berdaya saing tinggi baik di pasar Asia Tenggara maupun pasar dunia. Aliran ekspor alas kaki Indonesia dipengaruhi oleh GDP riil Indonesia dan GDP nominal negara tujuan, dan nilai tukar riil rupiah.

Nayah Mariati (2018), meneliti mengenai “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat”. Metode yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel ekspor alas kaki seperti kurs, produk domestik bruto Amerika Serikat, dan inflasi yang ditetapkan berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kurs, PDB Amerika Serikat, dan inflasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia. Pengujian secara parsial variabel kurs dan inflasi menunjukkan hasil yang tidak

signifikan, sedangkan untuk variabel PDB Amerika Serikat menunjukkan hasil yang signifikan.

Ukke Hentresna Lestari (2011), meneliti mengenai “Analisis Daya Saing Ekspor Alas Kaki Indonesia di Pasar Amerika Serikat Periode 2000-2009”. Metode yang digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif alas kaki Indonesia dan China di pasar Amerika Serikat yakni dengan menggunakan metode *Revealed Comparatif Advantage* (RCA). Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing adalah metode *Constant Market Share Analysis* (CSMA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya saing secara komparatif baik untuk komoditi sepatu olahraga yang menggunakan bahan kulit maupun sepatu olahraga yang menggunakan bahan kulit atau plastik lebih baik jika dibandingkan dengan Cina. Perkembangan indeks RCA menunjukkan bahwa pangsa pasar Indonesia dan Cina ke Amerika Serikat untuk sepatu olahraga yang menggunakan bahan kulit dan sepatu olahraga yang menggunakan bahan plastik cenderung berfluktuasi. Sedangkan hasil penelitian dengan menggunakan CSMA menunjukkan bahwa kekuatan penawaran ekspor Indonesia yang dicerminkan oleh kekuatan daya saing dari alas kaki Indonesia masih di bawah kekuatan daya saing alas kaki Cina.