

Gambar di atas menunjukkan bahwa bahwa surplus produsen naik dari C menjadi B yang dapat ditunjukkan dari $C + D$. Gambar tersebut juga menunjukkan bahwa surplus konsumen turun menjadi $A + B$, sehingga total surplus naik dengan jumlah yang sama dengan area D. Area D adalah perdagangan yang akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi suatu negara secara keseluruhan. Kurva penawaran (DS) yang ditunjukkan pada gambar tersebut adalah jumlah yang ditawarkan dalam negeri (*Domestic Supply*). Kurva permintaan (DD) dalam gambar tersebut adalah jumlah permintaan luar negeri (*Domestic Demand*).

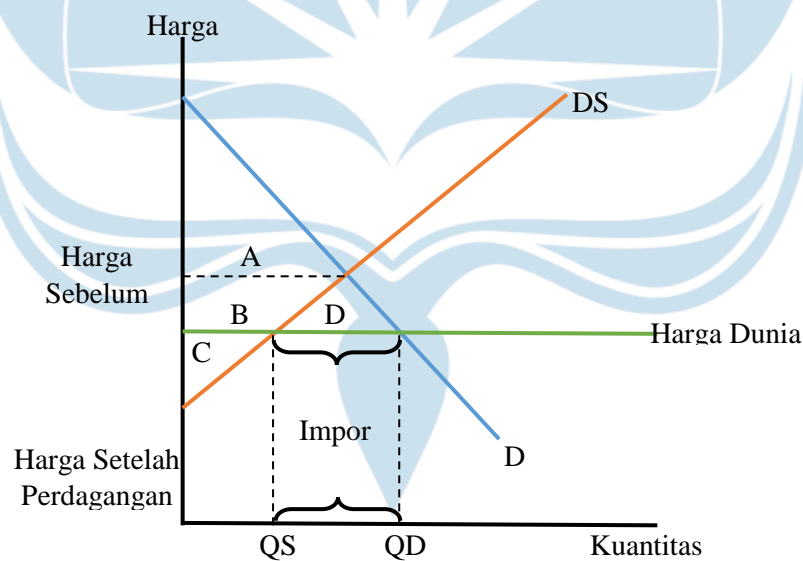
Pada saat harga dalam negeri naik dan menjadi setara dengan harga dunia, maka harga kuantitas yang ditawarkan (QS) akan berbeda dari harga yang diminta (QD). Hal tersebut menunjukkan bahwa pasar dalam komoditas misalnya kayu memiliki keseimbangan di pasar dunia. Garis horizontal yang ada pada gambar tersebut adalah garis harga dunia. Maka dengan demikian negara yang memproduksi barang dalam negeri, mampu menjual barang dengan harga yang lebih tinggi, tetapi pembeli yang ada dalam negeri harus membeli komoditas tersebut dengan harga yang lebih tinggi.

Perdagangan mengakibatkan harga dalam negeri naik menjadi harga dunia. Perdagangan juga mengakibatkan surplus konsumen menurun yang terletak diantara kurva permintaan dan harga dunia (A), sedangkan surplus produsen akan meningkat dari adanya perdagangan yang terletak diantara kurva penawaran dan harga dunia (area $A + B + C$). Hal tersebut memungkinkan pengekspor mendapatkan keuntungan sedangkan konsumen mengalami kerugian. Berdasarkan

penjelasan tersebut maka kita dapat membuat kesimpulan yang dapat menjelaskan kegiatan ekspor antar negara. Berikut adalah kesimpulan yang timbul.

1. Saat suatu negara setuju untuk melakukan perdagangan, pengeksport akan memproduksi barang yang baik dan konsumen yang tidak baik.
2. Perdagangan suatu negara mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mendapatkan keuntungan pada perdagangan tersebut.

Setelah dibahas mengenai penawaran ekspor suatu negara dalam perdagangan internasional, maka selanjutnya akan dibahas mengenai permintaan impor dalam perdagangan antar negara. Menurut Mankiw (2018) kurva permintaan impor dapat ditunjukkan seperti gambar berikut.



Sumber: Mankiw, 2018

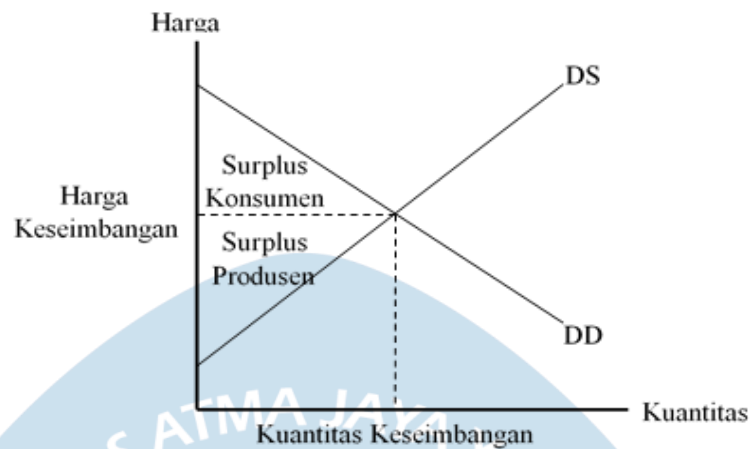
Gambar 2.2
Kurva Permintaan Impor

Gambar di atas merupakan gambar yang menunjukkan perdagangan dalam kegiatan impor. Gambar tersebut menunjukkan bahwa setelah adanya perdagangan, harga dalam negeri turun menjadi sama dengan harga dunia. Dalam gambar tersebut

kurva penawaran (DS) merupakan jumlah yang dihasilkan dalam negeri (*Domestic Supply*). Kurva permintaan (DD) merupakan jumlah yang dikonsumsi dalam negeri (*Domestic Demand*). Surplus konsumen akan naik dari area A menjadi $A + B + D$, serta surplus produsen berubah dari B menjadi C. Total surplus naik dengan jumlah yang sama yaitu area D. Area D menunjukkan perdagangan suatu negara mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Sebelum melakukan perdagangan surplus konsumen berada pada area A dan surplus produsen berada di area $B + C$ sehingga total surplus keseluruhan adalah $A + B + C$. Namun, setelah adanya perdagangan surplus konsumen berada pada area $A + B + D$ dan surplus produsen berada pada area $A + B + C + D$. Maka dengan demikian, kesimpulan yang bisa kita ambil adalah sebagai berikut.

1. Ketika suatu negara melakukan perdagangan sebagai importir, maka barang yang dibeli konsumen adalah barang yang baik.
2. Perdagangan suatu negara akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mendapatkan keuntungan dari adanya perdagangan tersebut.

Berikut adalah kurva keseimbangan dunia tanpa adanya perdagangan menurut Mankiw (2018).



Sumber: Mankiw, 2018

Gambar 2.3
Kurva Keseimbangan Dunia

Gambar di atas menunjukkan surplus konsumen serta surplus produsen dalam keseimbangan tanpa adanya perdagangan. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa jumlah surplus produsen dan konsumen merupakan pengukuran total surplus yang diterima oleh pembeli dan penjual dalam melakukan perdagangan internasional.

2.1.2. Teori Keunggulan Absolut

Menurut Adam Smith dalam Salvatore (2013), perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut, di mana ketika suatu negara lebih efisien (lebih memiliki keunggulan absolut) atas negara lain dalam memproduksi suatu komoditas tetapi kurang efisien dalam memproduksi komoditas kedua jika dibandingkan dengan negara lain. Maka dengan demikian kedua negara tersebut mendapat keuntungan dengan masing-masing mengkhususkan diri dalam produksi barang dagangan dengan keunggulan absolutnya dapat menukarkan sebagian dari outputnya dengan negara lain untuk barang dagangan yang tidak bisa optimal mereka produksi. Maka dengan demikian sumber daya dimanfaatkan dengan cara

yang paling efisien dan output dari kedua komoditas akan meningkat. Peningkatan output kedua komoditas ini mengukur keuntungan dari spesialisasi dalam produksi yang tersedia untuk dibagi ke dua negara tersebut melalui perdagangan. Berikut ini adalah tabel yang akan menjelaskan tentang contoh keunggulan absolut.

Tabel 2.1
Keunggulan Absolut

Komoditas	Jamaika	Meksiko
Gandum (gantang/jam)	6	1
Kain (meter/jam)	4	5

Sumber: Salvatore (2013)

Tabel di atas menunjukkan bahwa satu jam waktu kerja menghasilkan enam gantang gandum di Jamaika tetapi hanya satu di Meksiko. Di sisi lain, satu jam waktu kerja menghasilkan lima meter kain di Meksiko tetapi hanya empat di Jamaika. Jadi, Jamaika lebih efisien daripada atau memiliki keunggulan absolut atas Meksiko dalam produksi gandum, sedangkan Meksiko lebih efisien daripada atau memiliki keunggulan absolut atas Jamaika dalam produksi kain. Maka dengan perdagangan, Jamaika akan mengkhususkan diri dalam produksi gandum dan menukar sebagiannya dengan kain Meksiko. Hal sebaliknya berlaku untuk Meksiko.

Jika Jamaika menukar enam gantang gandum (6W) dengan enam meter kain Meksiko (6C), Jamaika memperoleh 2C atau menghemat 1/2 jam atau 30 menit waktu kerja (karena Jamaika hanya dapat menukar 6W dengan 4C di dalam negeri). Demikian pula, 6W yang diterima Meksiko dari Jamaika setara dengan atau akan membutuhkan enam jam waktu kerja untuk diproduksi di Meksiko. Enam jam yang sama ini dapat menghasilkan 30C di Meksiko (6 jam kali 5 meter kain per jam).

Maka dengan menukar 6C (membutuhkan sedikit lebih dari satu jam untuk diproduksi di Meksiko) dengan 6W dengan Jamaika, Meksiko memperoleh 24C, atau menghemat hampir lima jam kerja.

2.1.3. Teori Keunggulan Komparatif

Menurut Krugman (2018) salah satu alasan mengapa perdagangan internasional mampu menciptakan peningkatan output dunia adalah karena hal tersebut memungkinkan setiap negara berspesialisasi dalam satu komoditas untuk menghasilkan keuntungan yang lebih. Menurut Salvatore (2013), dalam hukum keunggulan komparatif mengatakan bahwa bahkan jika satu negara kurang efisien (memiliki kerugian mutlak) dari pada negara lain dalam produksi kedua komoditas, masih ada dasar untuk melakukan perdagangan yang saling menguntungkan. Negara pertama harus berspesialisasi dalam memproduksi komoditas yang keunggulan komparatifnya lebih tinggi dan dapat mengimpor komoditas yang keunggulan komparatifnya lebih kecil di negara mereka. Menurut Krugman (2018), suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi suatu barang jika biaya peluang untuk memproduksi barang tersebut dalam bentuk barang lain lebih rendah di negara tersebut daripada barang yang memiliki komparatif di negara lain. Berikut ini adalah sebuah tabel yang akan menjelaskan keunggulan komparatif.

Tabel 2.2
Keunggulan Komparatif

Komoditas	Jamaika	Meksiko
Gandum (gantang/jam)	6	1
Kain (meter/jam)	4	2

Sumber: Salvatore (2013)

Perbedaan antara Tabel 2.2 di atas dengan Tabel 2.1 adalah Meksiko sekarang hanya memproduksi dua meter kain per jam, bukan lima. Jadi, Meksiko sekarang memiliki kerugian mutlak dalam produksi gandum dan kain dibandingkan dengan Jamaika. Namun, karena tenaga kerja Meksiko setengah produktif dalam kain tetapi enam kali lebih sedikit produktif dalam gandum dibandingkan dengan Jamaika, Meksiko memiliki keunggulan komparatif dalam kain. Di sisi lain, Jamaika memiliki keunggulan absolut dalam gandum dan kain dibandingkan dengan Meksiko, tetapi karena keunggulan absolutnya lebih besar pada gandum (6:1) daripada kain (4:2), Jamaika memiliki keunggulan komparatif dalam gandum. Untuk meringkas, keunggulan absolut Jamaika lebih besar pada gandum, jadi keunggulan komparatifnya terletak pada gandum. Kerugian mutlak Meksiko lebih kecil pada kain, sehingga keunggulan komparatifnya terletak pada kain. Menurut hukum keunggulan komparatif, kedua negara dapat memperoleh keuntungan jika Jamaika mengkhususkan diri dalam produksi gandum dan mengekspor sebagiannya untuk ditukar dengan kain Meksiko. Dengan catatan, pada saat yang sama, Meksiko mengkhususkan diri dalam produksi dan ekspor kain. Jika dilihat di dua negara, dua komoditas, setelah ditentukan bahwa satu negara memiliki keunggulan komparatif dalam satu komoditas, maka negara lain harus memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas lainnya.

2.1.3.1. Teori Daya Saing

Menurut Maulana dan Kartiasih (2017) daya saing atau yang lebih dikenal dengan sebutan RCA (*Revealed Comparative Advantage*) adalah kemampuan sebuah komoditas untuk dapat memasuki pasar luar negeri dan mampu bertahan di

dalam pasar tersebut. RCA mampu menunjukkan perbandingan pangsa pasar ekspor komoditas atau sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. RCA ini merupakan sebuah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Balassa tahun 1965, di mana dia menganggap bahwa keunggulan komparatif yang dimiliki sebuah negara direfleksikan atau terungkap dalam eksportnya.

Apabila nilai indeks RCA sebuah negara dalam komoditas tertentu lebih besar dari satu, maka hal tersebut memiliki arti negara yang bersangkutan memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia dalam komoditas tersebut. Sebaliknya, jika nilai indeks RCA lebih kecil dari satu, maka dapat dikatakan bahwa keunggulan komparatif negara tersebut masih rendah dan masih berada di bawah rata-rata dunia. RCA dapat dihitung dengan menggunakan formula berikut ini.

$$\text{Indeks } RCA_{ijk} = \frac{X_{ijk}/X_{ij}}{X_{wjk}/X_{wj}}$$

Keterangan:

- X : Ekspor.
- i : Indonesia.
- j : Negara Tujuan.
- k : Komoditas Kayu.
- w : Dunia.

Penjelasan rumus di atas yang sesuai dengan penelitian ini berdasarkan WITS (2013) adalah RCA_{ijk} merupakan nilai RCA Indonesia ke negara tujuan misalnya China dalam komoditas kayu. X_{ijk} adalah besarnya ekspor Indonesia ke China

dalam komoditas kayu. X_{ij} adalah besarnya ekspor Indonesia ke China. X_{wjk} adalah besarnya total ekspor dunia ke China dalam komoditas kayu. X_{wj} adalah besarnya ekspor dunia ke China. Data RCA penelitian ini menggunakan data RCA yang sudah dihitung yang bersumber dari WITS (*World Integrated Trade Solution*).

Selain RCA, untuk melihat bagaimana daya saing sebuah komoditas di pasar luar negeri juga dapat menggunakan perhitungan RSCA. Menurut Dewi *et al* (2020) mengatakan bahwa RSCA atau *Revealed Symmetric Comparative Advantage* adalah sebuah bentuk penyempurnaan dari RCA karena RCA memiliki masalah *upward-biased*. Dalam perhitungan RSCA, untuk menentukan daya saingnya, Jika indeks RSCA lebih besar dari nol ($RSCA > 0$) maka negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif untuk produk tersebut. Sebaliknya, jika indeks RSCA lebih kecil dari nol ($RSCA < 0$) maka hal itu berarti bahwa negara tersebut tidak mempunyai keunggulan komparatif atau memiliki daya saing yang rendah pada produk tersebut.

Formula perhitungan RSCA adalah sebagai berikut:

$$\text{indeks } RSCA_{ij} = \frac{(RCA_{ij} - 1)}{(RCA_{ij} + 1)}$$

Keterangan:

$RSCA_{ij}$: *Revealed Symmetric Comparative Advantage* Indonesia dalam komoditas kayu.

RCA_{ij} : *Revealed Comparative Advantage* Indonesia dalam komoditas Kayu.

2.2. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Hubungan GDP Per kapita Negara Tujuan dengan Nilai Ekspor Kayu Indonesia

GDP per kapita yang meningkat akan meningkatkan pula daya beli (*Purchasing Power*) masyarakat negara tersebut untuk melakukan impor. Maka hal tersebut akan memiliki hubungan terhadap nilai ekspor kayu Indonesia. Ketika GDP per kapita negara tujuan ekspor kayu Indonesia meningkat, maka hal tersebut sangat memungkinkan untuk meningkatkan jumlah permintaan impor atas produk kayu Indonesia.

2.3.2. Hubungan Daya Saing Kayu Indonesia dengan Nilai Ekspor Kayu Indonesia

Menurut Wardani dan Mulatsih (2017), jika suatu komoditas memiliki daya saing, maka produk tersebut akan diminati oleh konsumen. Dalam hal ini, jika suatu negara A memiliki daya saing suatu komoditas dibandingkan negara B, maka hal tersebut bisa memicu kenaikan permintaan impor negara B dalam komoditas tersebut terhadap negara A. Jika terjadi perdagangan tersebut, maka negara A akan meningkatkan nilai ekspornya dalam komoditas tersebut.

2.3. Studi Terkait

Krisna dan Kesumawijaya (2013) melakukan penelitian mengenai “Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Amerika Serikat”. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah

analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dengan menggunakan variabel independen volume ekspor, kurs rupiah terhadap dollar Amerika Serikat, dan PDB Amerika Serikat, serta dengan menggunakan variabel dependen ekspor kayu olahan Indonesia. Penelitian menemukan hasil bahwa rata-rata tingkat daya saing ekspor kayu olahan Indonesia adalah sebesar 4,4 yang memiliki arti bahwa ekspor kayu olahan Indonesia memiliki daya saing yang tinggi jika dibandingkan dengan ekspor kayu olahan dari negara Malaysia serta Thailand pada tahun 1992-2011.

Marbun (2015) meneliti tentang “Pengaruh Produksi, Kurs, dan Gross Domestic Product (GDP) Terhadap Ekspor Kayu Lapis”. Analisis yang digunakan pada penelitian tersebut adalah *Error Correction Model* di mana variabel yang digunakan adalah jumlah produksi, kurs, dan GDP sebagai variabel independen dan ekspor kayu lapis sebagai variabel dependen. Data yang digunakan adalah data *time series* dari tahun 1980 sampai dengan 2012. Penelitian ini menemukan hasil bahwa produksi kayu lapis Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kayu lapis dalam jangka panjang dan jangka pendek. Kurs juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam jangka panjang, akan tetapi tidak signifikan pada jangka pendek. Sementara GDP tidak berpengaruh terhadap ekspor kayu lapis Indonesia ke Jepang baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Puspita (2020) meneliti tentang “Analisis Daya Saing Kayu Manis (*Cinnamon Burmannii*) Ekspor Indonesia dan China ke USA”. Analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode RCA dengan periode waktu yang digunakan selama 15 tahun yakni dari tahun 2005-2019. Data yang digunakan adalah data *time*

series. Penelitian tersebut menemukan hasil bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif bila dibandingkan dengan China.

