

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENENTUAN WILAYAH TUJUAN EKSPOR PRODUK
UNGGULAN INDONESIA (KOMODITAS NON-MIGAS HS 6
DIGIT)**

ARIF YOGI SAPUTRA

1701620136



Penelitian ini di susun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

***ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DETERMINATION
OF EXPORT DESTINATION AREAS OF INDONESIA'S
LEADING PRODUCTS (NON-OIL AND GAS COMMODITIES HS
6 DIGITS)***

ARIF YOGI SAPUTRA

1701620136



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

ECONOMICS EDUCATION STUDY PROGRAM

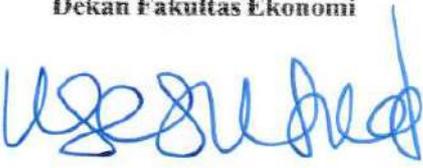
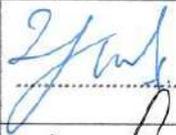
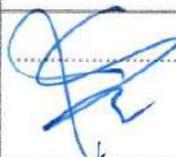
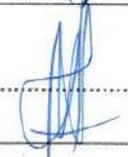
FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. NIP. 198507232010121002 (Ketua)		19-07-2024
2	Dr. Suparno, S.Pd, M.Pd NIP.197908282014041001 (Penguji 1)		19-07-2024
3	Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E NIP. 199108182019032019 (Penguji 2)		19-07-2024
4	Prof. Dr. Saparuddin M., M.Si NIP. 197701152005011001 (Pembimbing 1)		19-07-2024
5	Prof. Dr. Sri Indah Nikensari, SE., M.SE. NIP. 196208091990032001 (Pembimbing 2)		19-07-2024
Nama : Arif Yogi Saputra No. Registrasi : 1701620136 Program Studi : Pendidikan Ekonomi Tanggal Lulus : 16 Juli 2024			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Arif Yogi Saputra

NIM. 1701620136

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Arif Yogi Saputra
NIM : 1701620136
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Pendidikan Ekonomi
Alamat email : arifspray@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor Produk

Unggulan Indonesia (Komoditas Non-Migas HS 6 Digit)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Juli 2024

Penulis

Arif Yogi Saputra
NIM . 1701620136

ABSTRAK

ARIF YOGI SAPUTRA, 2024. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor Produk Unggulan Indonesia (Komoditas Non-Migas HS 6 Digit). Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia komoditas non-migas serta kesulitan yang dihadapi oleh eksportir UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi pada eksportir UMKM produk unggulan komoditas non-migas yang teridentifikasi dalam HS 6 digit. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan non migas yang teridentifikasi dalam HS 6 digit, yaitu daya saing harga, permintaan pasar, dan kebijakan perdagangan. Selain itu, terdapat tiga kesulitan utama yang dihadapi oleh eksportir UMKM dalam menentukan wilayah tujuan ekspor, yaitu keterbatasan literasi informasi, keterbatasan sumber daya manusia, dan keterbatasan analisis data lapangan secara langsung. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pemerintah dan eksportir UMKM untuk meningkatkan kinerja ekspor produk unggulan Indonesia.

Kata Kunci: Ekspor, Produk Unggulan, UMKM, Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor.

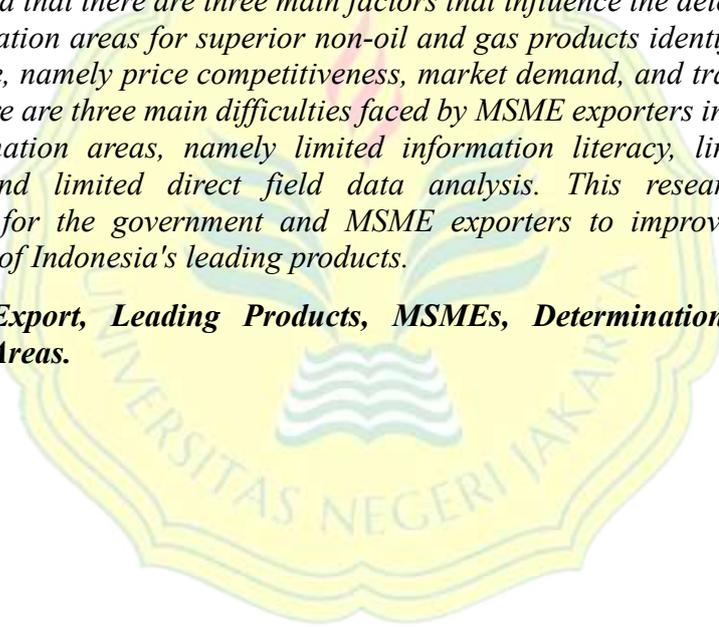
*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACK

ARIF YOGI SAPUTRA, 2024. *Analysis of Factors Affecting the Determination of Export Destination Areas of Indonesia's Leading Products (Non-Oil and Gas Commodities 6 Digit Hs Code). S1 Economics Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2024.*

This study aims to analyze the factors that influence the determination of export destination areas for Indonesia's superior non-oil and gas commodities and the difficulties faced by MSME exporters. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach to MSME exporters of superior non-oil and gas commodity products identified in the 6-digit HS code. The research data were collected through in-depth interviews, observations, and document studies. The results showed that there are three main factors that influence the determination of export destination areas for superior non-oil and gas products identified in the 6-digit HS code, namely price competitiveness, market demand, and trade policy. In addition, there are three main difficulties faced by MSME exporters in determining export destination areas, namely limited information literacy, limited human resources, and limited direct field data analysis. This research provides implications for the government and MSME exporters to improve the export performance of Indonesia's leading products.

Keywords: *Export, Leading Products, MSMEs, Determination of Export Destination Areas.*



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikah rahmat, bimbingan, nikmat, dan hidayah-Nya dan tidak lupa penulis panjatkan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor Produk Unggulan Indonesia.”

Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini, penulis telah dibantu oleh berbagai pihak yang telah memberikan bantuan secara material dan moril. Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memohon maaf jika penulisan skripsi masih terdapat berbagai kekurangan. Melalui tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kemudahan, kekuatan, dan segala kenikmatan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Agus Wibowo, S.Pd.I., S.Pd., M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Prof. Dr. Saparuddin M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan beserta saran dalam pembuatan proposal skripsi
5. Prof. Dr. Sri Indah Nikensari, SE., M.SE, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan beserta saran dalam pembuatan proposal skripsi
6. Seluruh dosen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dorongan moril dan material sehingga penulisan proposal skripsi dapat berjalan dengan lancar
8. Partner seperjuangan penulis yang telah mendampingi serta memberikan dukungan sehingga mampu menyelesaikan penulisan proposal skripsi

9. Sahabat-sahabat dunia dan akhirat yang telah memberikan dukungan dan waktunya sehingga penulis bisa berada di tahap ini.
10. Teman-teman Pendidikan Ekonomi B Angkatan 2020 yang telah membantu dan kebersamai selama menempuh perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon kepada pembaca agar memberikan kritik serta saran yang membangun sehingga penulisan proposal skripsi dapat menjadi lebih baik.



Jakarta, 23 Januari 2024

Arif Yogi Saputra

NIM. 1701620136

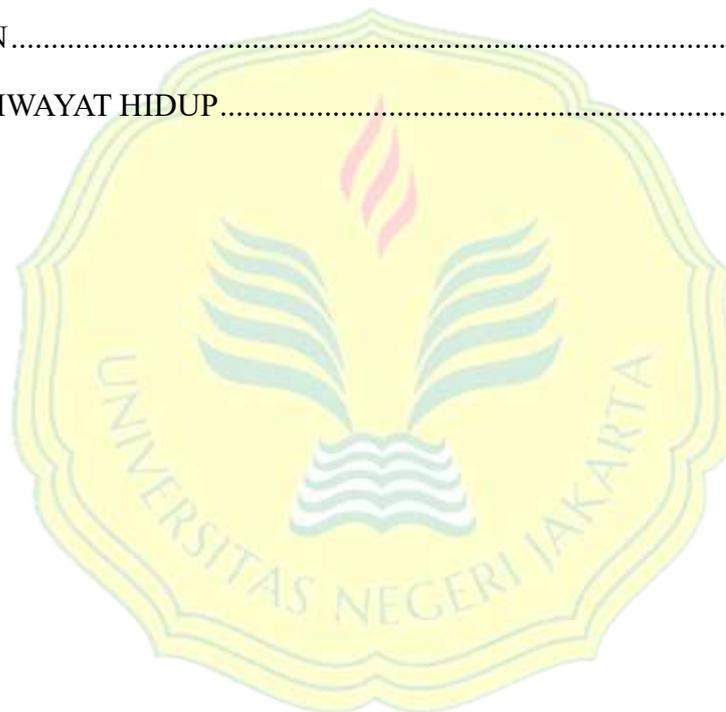
*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Konsep Yang Diteliti	6
2.1.1 Pedagangan Internasional.....	6
2.1.2 Ekspor	11
2.1.3 Pengertian Produk Unggulan	21

2.1.4	Faktor – Faktor Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor	23
2.2	Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	47
3.2	Informan.....	47
3.3	Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1	Wawancara Mendalam.....	49
3.3.2	Observasi Terus Terang.....	49
3.3.3	Dokumentasi	50
3.4	Validitas dan Reliabilitas Data	50
3.4.1	Uji Kredibilitas.....	50
3.4.2	Uji Transferabilitas (Transferability)	51
3.4.3	Uji Dependabilitas (Dependability)	52
3.4.4	Uji Konfirmabilitas/Objektivitas (Confirmability)	52
3.5	Teknik Pengolahan Data	53
3.5.1	Reduksi Data.....	54
3.5.2	Penyajian Data / Display Data	55
3.5.3	Tahap Penarikan Kesimpulan.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Hasil	57
4.1.1	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor	58
4.1.2	Kesulitan Yang Terjadi Dalam Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor	66
4.2	Pembahasan.....	72

BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian ⁿ Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	112



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi HS Code untuk yogurt.....	8
Gambar 2.2 Ilustrasi HS Code untuk botol kecap.....	9
Gambar 2.3 Paparan Kementerian Perdagangan RI (www.kemendag.go.id).....	22
Gambar 4.2 Komoditi Non Migas Kode HS 6 Digit.....	23
Gambar 4.5 Project Map Faktor-faktor dan kesulitan dalam penentuan wilayah tujuan ekspor.....	57
Gambar 4.6 <i>Project Map</i> Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor	59
Gambar 4.7 Halaman Depan Permanent Trade Exhibition.....	62
Gambar 4.8 Pemaparan platform InaExport kepada masyarakat UMKM oleh Direktur P2IE, Kementerian Perdagangan RI	65
Gambar 4.9 Pemaparan platform InaExport kepada masyarakat UMKM oleh Direktur P2IE, Kementerian Perdagangan RI	65
Gambar 4.10 Project Map Kesulitan Yang Terjadi Dalam Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor	67
Gambar 4.11 Acara pelatihan ekspor di Kementerian Perdagangan RI	69

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

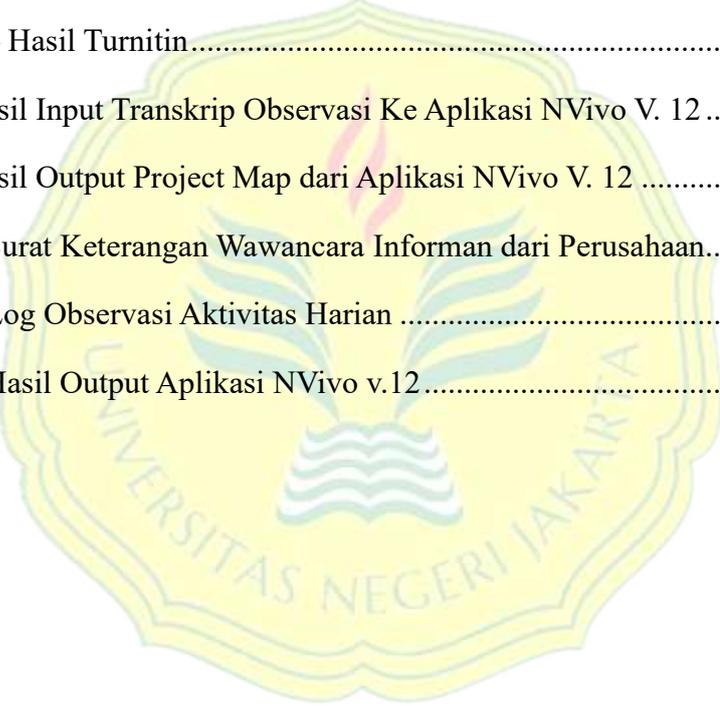
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor UMKM.	27
Tabel 2.2 Pengembangan Indikator.....	27



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Persetujuan Sidang Skripsi	86
Lampiran 2 – Form Saran dan Perbaikan Skripsi	87
Lampiran 3 – Surat Izin Observasi/Magang	88
Lampiran 4 – Surat Balasan Izin Observasi/Magang.....	89
Lampiran 5 – Hasil Turnitin.....	90
Lampiran Hasil Input Transkrip Observasi Ke Aplikasi NVivo V. 12	91
Lampiran Hasil Output Project Map dari Aplikasi NVivo V. 12	91
Lampiran – Surat Keterangan Wawancara Informan dari Perusahaan.....	92
Lampiran – Log Observasi Aktivitas Harian	97
Lampiran – Hasil Output Aplikasi NVivo v.12.....	110



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan ekonomi global yang semakin cepat telah menciptakan dunia yang saling terhubung dan bergantung satu sama lain. (Anggraini et, at, 2023). Perekonomian Indonesia, sebagai negara dengan sektor ekspor yang signifikan, terus menghadapi tantangan dan dinamika yang berkembang dalam pasar global. Dalam rangka meningkatkan kontribusi ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi, penentuan wilayah tujuan ekspor bagi produk-produk unggulan Indonesia menjadi krusial. Produk-produk unggulan, yang memiliki potensi daya saing tinggi, membutuhkan strategi penentuan wilayah ekspor yang cermat untuk memaksimalkan pangsa pasar global.

Sebagai negara dengan sumber daya alam dan industri yang beragam, Indonesia memiliki potensi untuk memperluas pasar ekspornya di berbagai belahan dunia. Namun, untuk mencapai hal tersebut, perlu pemahaman yang holistik terhadap dinamika pasar global serta adaptasi terhadap berbagai hal-hal yang memengaruhi keputusan memilih negara tujuan ekspor. Seiring dengan komitmen Indonesia untuk menjadi pemain utama dalam ekonomi global, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor penentu wilayah ekspor akan menjadi landasan strategis bagi pengembangan kebijakan yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Data Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa Tiongkok menjadi tujuan utama ekspor non-migas Indonesia pada September 2022, dengan pangsa pasar 26,23% dan nilai mencapai USD 6,16 miliar. Amerika Serikat dan Jepang menyusul di posisi kedua dan ketiga, masing-masing dengan pangsa pasar sekitar 9% dan nilai ekspor sedikit di atas USD 2 miliar. (Retno, 2023).

Total nilai ekspor Indonesia dari Januari hingga Oktober 2023 mencapai USD 214,41 miliar, mengalami penurunan sebesar 12,15 persen dibandingkan periode yang sama di tahun 2022. Secara khusus, ekspor nonmigas juga mengalami penurunan sebesar 12,74 persen, dengan nilai mencapai USD 201,25 miliar. (Kemendag, 2023). Nilai ekspor 20 komoditas primer utama Indonesia turun 16,95% pada Januari-September 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan terbesar terjadi pada turunan CPKO, limbah & sisa logam mulia, dan remah karet. Sebaliknya, bungkil, nikel, dan CPO mengalami peningkatan ekspor terbesar. (Kemendag, 2023).

Penurunan nilai ekspor sejumlah komoditas primer Indonesia pada periode Januari-September 2023 menunjukkan adanya tantangan dan perubahan dinamika dalam perdagangan global. Di sisi lain, beberapa komoditas primer justru mengalami peningkatan nilai ekspor, seperti bungkil, nikel, dan CPO. Hal ini menunjukkan adanya peluang di tengah tantangan. Selama studi dan observasi di departemen perdagangan, peneliti menemukan bahwa banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menentukan wilayah tujuan ekspor yang tepat untuk produk mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan dan pemahaman di kalangan UMKM terkait dengan proses ekspor, khususnya dalam hal pemilihan pasar yang sesuai. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat potensi pertumbuhan UMKM dan membatasi akses mereka ke pasar internasional yang lebih luas.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan dinamika perdagangan global, memahami faktor-faktor yang memengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor merupakan langkah strategis. Analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor tersebut akan memberikan wawasan mendalam tentang dinamika pasar global, kebijakan perdagangan, dan karakteristik konsumen di berbagai wilayah. Faktor-faktor yang melibatkan permintaan pasar, kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, serta lingkungan sosial dan budaya menjadi elemen kunci dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan wilayah tujuan ekspor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih

dalam dan menganalisis faktor-faktor tersebut guna memberikan kontribusi pemikiran baru bagi pengembangan kebijakan perdagangan nasional serta strategi pemasaran produk unggulan Indonesia di pasar internasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti merasa hal ini penting untuk dikaji lebih dalam mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor Produk Unggulan Indonesia Komoditas Non Migas HS 6 Digit” untuk mengetahui apa saja yang melatar belakangi penentuan wilayah tujuan ekspor produk-produk Indonesia serta melihat kesulitan yang terjadi pada UMKM siap ekspor.

Dalam konteks inilah, penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan dengan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan pemerintah, industri, dan pelaku ekspor untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar internasional.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mempersempit cakupan studi kualitatif dan penelitian secara keseluruhan, sehingga memudahkan dalam menentukan data mana yang penting dan mana yang tidak. (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif ini dibatasi berdasarkan tingkat kepentingan dan urgensi masalah yang dikaji. Penelitian ini akan difokuskan pada “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia.” yang objek utamanya merupakan masyarakat yang datang ke tempat pengembangan pasar dan informasi ekspor di jember kemendag yang telah di observasi oleh peneliti.

Fokus penelitian ini akan membantu dalam memilih tujuan wilayah ekspor dan memilih pasar mana yang cocok dalam penentuan wilayahnya. Studi ini dapat memberikan wawasan lebih dalam untuk pengambilan keputusan dalam penentuan tujuan ekspor untuk produk-produk unggulan Indonesia, serta dapat

menjadi panduan untuk pendamping ekspor dalam menentukan pasar yang tepat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini :

1. Bagaimana faktor-faktor mempengaruhi dalam penentuan wilayah tujuan ekspor untuk produk unggulan Indonesia?
2. Bagaimana kesulitan yang terjadi bagi eksportir dalam penentuan wilayah tujuan ekspor?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali pengalaman pribadi dan wawasan dari eksportir terkait faktor-faktor yang melatar belakang dalam penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia serta untuk mengetahui kesulitan yang terjadi bagi eksportir dalam penentuan wilayah tujuan ekspor.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai elemen :

1. Masyarakat
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat yang kesulitan dalam menentukan tujuan wilayah ekspor untuk produk mereka sehingga masyarakat dapat fokus dalam mentargetkan pemasaran di lokasi – lokasi yang potensial untuk melakukan transaksi di negara tujuan ekspor.
2. Lembaga Instansi Kementerian Perdagangan
Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan masukan dan referensi dalam membantu program pendidikan ekspor pada masyarakat.
3. Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai bahan masukan untuk membantu kampus agar terciptanya program wirausaha muda berorientasi ekspor untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Yang Diteliti

2.1.1 Pedagangan Internasional

Secara etimologis, perdagangan adalah segala kegiatan yang memperjualbelikan barang atau jasa pada suatu titik dimana kurva penawaran dan permintaan seimbang pada satu titik, yang sering disebut dengan titik keseimbangan. Sedangkan internasional berarti dunia yang luas dan global, bukan sebagian atau satu wilayah tertentu (Aam Slamet R, 2009). Secara historis, teori-teori yang berkaitan dengan konsep perdagangan internasional atau kegiatan ekspor dan impor antar wilayah/negara didasarkan pada teori keunggulan absolut dan keunggulan komparatif.

Teori keunggulan absolut yang dikemukakan oleh Adam Smith menyatakan bahwa perdagangan internasional akan saling menguntungkan jika setiap negara fokus memproduksi barang yang paling efisien mereka hasilkan, meskipun kurang efisien dalam memproduksi barang lain. Negara-negara tersebut kemudian dapat bertukar barang yang mereka hasilkan secara efisien dengan barang lain yang mereka butuhkan namun kurang efisien dalam produksinya. (Salvatore, 1997).

Adam Smith berpendapat bahwa suatu negara akan mengekspor barang tertentu jika mampu memproduksinya dengan biaya lebih murah daripada negara lain. Kemampuan ini disebut keunggulan absolut, yang berarti negara tersebut dapat menghasilkan barang atau jasa dengan sumber daya yang lebih sedikit dibandingkan negara lain. Dengan demikian, sumber daya di kedua negara dapat dimanfaatkan secara optimal, sehingga meningkatkan total produksi barang dan jasa.

Pada tahun 1817, David Ricardo memperkenalkan teori perdagangan komparatif. Salvatore (1997) berpendapat bahwa meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan dalam memproduksi dua barang dibandingkan negara lain,

perdagangan yang saling menguntungkan tetap dapat terjadi. Negara sebaiknya fokus memproduksi dan mengekspor barang yang memiliki kerugian absolut lebih rendah (barang dengan keunggulan relatif) dan mengimpor barang yang memiliki kerugian absolut lebih besar (barang dengan kerugian relatif). Keunggulan teori keunggulan komparatif ini adalah kemampuannya menjelaskan nilai tukar dan keuntungan dari pertukaran, yang tidak dapat dijelaskan oleh teori keunggulan absolut.

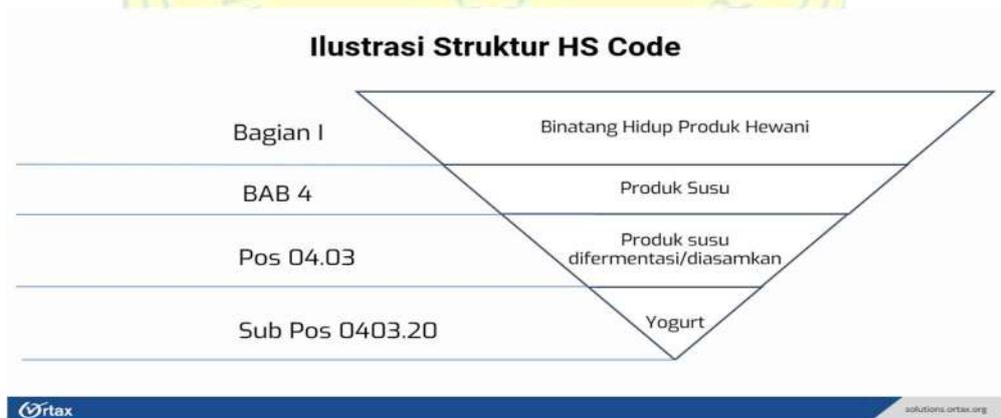
Perdagangan internasional dapat terjadi karena berbagai alasan, seperti kebutuhan akan produk yang tidak diproduksi di dalam negeri, atau karena perbedaan harga dan kualitas barang antar negara. (Sitani, 2021). Setiap negara mempunyai kapasitas produksi barang masing-masing baik dari segi kualitas maupun harga. Tujuan perdagangan internasional adalah untuk mendapatkan keuntungan dari perdagangan itu sendiri (Radifan, 2014). Terjadinya perdagangan antarnegara menunjukkan bahwa negara-negara tersebut memiliki sistem ekonomi terbuka. (Raswatie, 2014). Perdagangan internasional diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan baik bagi negara pengekspor maupun negara pengimpor.

Kesimpulannya, perdagangan internasional terjadi karena adanya perbedaan kemampuan produksi, kualitas, dan harga barang antar negara. Tujuan utama dari perdagangan internasional adalah untuk memperoleh keuntungan bagi semua negara yang terlibat. Melalui perdagangan internasional, negara-negara dengan sistem ekonomi terbuka dapat saling melengkapi kebutuhan dan mencapai kesejahteraan yang lebih tinggi baik bagi negara pengekspor maupun pengimpor.

Selain itu, perdagangan internasional memerlukan dokumen-dokumen penting seperti Harmonized System Code, Surat Penetapan Tarif dan Nilai Pabean, Surat Keterangan Asal, dan lainnya sebagai syarat transaksi. Dokumen-dokumen ini diperlukan untuk memperlancar transaksi internasional dan juga berdampak pada penerimaan pajak negara.

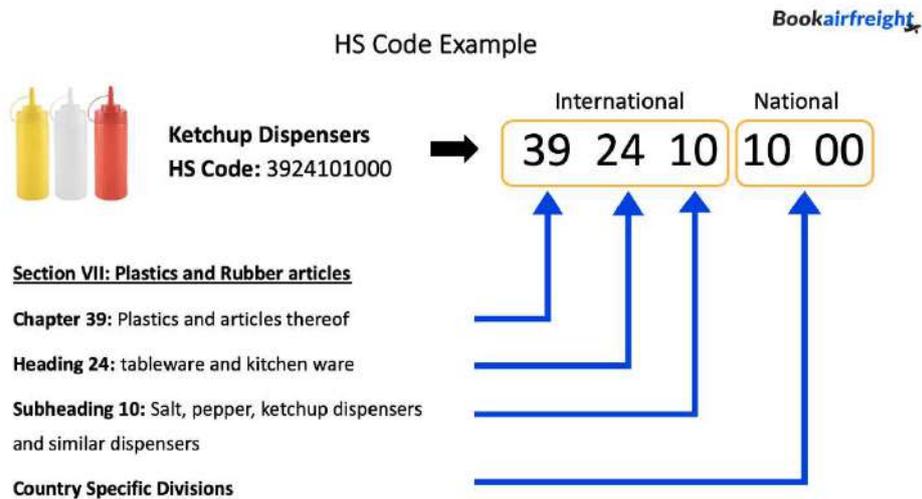
1. Harmonized System Code.

Harmonized System Code (HS Code) memainkan peran krusial dalam perdagangan internasional. Penentuan HS Code yang tepat sangat mempengaruhi kelancaran kegiatan ekspor dan impor. HS Code adalah sistem klasifikasi barang yang terstruktur secara sistematis untuk memudahkan penetapan tarif, transaksi perdagangan, pengangkutan, dan pengumpulan statistik. (Nugrahaeni & Tjen, 2021). Menurut Kemendag (2018) sekarang ini Indonesia mengklasifikasikan barang berdasarkan Harmonized System Code (HS Code) yang terdapat dalam Buku Tarif Bea Masuk Indonesia. Peraturan mengenai klasifikasi HS Code diatur dalam PMK 17/PMK.010/2020. Indonesia telah meratifikasi penggunaan HS Code yang diterbitkan oleh WCO melalui Hukum No. 7 Tahun 1994. Tujuannya adalah untuk menciptakan sistem klasifikasi barang yang lebih terstruktur, memudahkan penetapan tarif bea masuk, pemberian fasilitas, analisis statistik perdagangan, dan penyesuaian dengan standar kode internasional.



Memartabatkan Bangsa
Gambar 2.1 Ilustrasi HS Code untuk yogurt

Sumber : Situs www.ortax.org



Gambar 2.2 Ilustrasi HS Code untuk botol kecap
Sumber : Situs www.bookairfreight.com

2. Surat Penetapan Tarif dan Nilai Pabean

Surat Penetapan Tarif dan Nilai Pabean (SPTN) berfungsi sebagai acuan bagi bea cukai untuk memberi tahu importir tentang perubahan jumlah pembayaran. Selain itu, SPTN juga digunakan oleh Pejabat Bea Cukai untuk mengoreksi pengajuan barang impor yang diajukan oleh importir. Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan, importir diberikan hak untuk mengajukan administrasi, termasuk penagihan. Penagihan ini berkaitan dengan kewajiban membayar bea masuk, pajak, dan sanksi administrasi jika terdapat kekurangan pembayaran. (Kurniawan, 2019).

3. Surat Keterangan Asal

Surat Keterangan Asal (SKA) adalah dokumen yang berfungsi sebagai bukti asal barang dalam kegiatan ekspor dan impor (Girsang et al., 2020). Selain itu, Surat Keterangan Asal (SKA) merupakan dokumen penting dalam perdagangan internasional, sebagai hasil perjanjian antarnegara. SKA menjadi syarat wajib dalam kegiatan ekspor dan impor. Terdapat dua jenis SKA, yakni SKA preferensi dan non preferensi. SKA juga berfungsi sebagai bukti bahwa

barang ekspor Indonesia telah memenuhi Ketentuan Asal Barang Indonesia (Rules of Origin of Indonesia).



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

2.1.2 Ekspor

Ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa ke luar negeri sesuai aturan yang berlaku. Daerah pabean adalah wilayah suatu negara, termasuk darat, laut, dan udara, di mana bea masuk dan keluar dikenakan pada barang yang melintas, kecuali wilayah tertentu yang dikecualikan. Ekspor didefinisikan menjadi kegiatan menjual barang dan jasa yang sebuah negara hasilkan kepada negara lain di pasar internasional (Yee, 2016). Sedangkan menurut Tyas (2022), Ekspor adalah kegiatan menjual barang dari dalam negeri ke negara lain dengan mematuhi semua aturan dan ketentuan yang berlaku dalam perdagangan internasional. Kegiatan ini melibatkan pengiriman barang melintasi batas negara, memenuhi persyaratan dokumen, pembayaran bea masuk dan pajak, serta mematuhi standar kualitas dan keamanan produk. Tujuan ekspor adalah untuk memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Ekspor adalah kegiatan menjual komoditas yang dimiliki suatu negara kepada negara lain dengan tujuan mendapatkan pembayaran dalam valuta asing dan menggunakan bahasa asing dalam transaksi (Amir, 2004). Selain itu, ekspor juga dapat diartikan sebagai perdagangan yang melibatkan pengeluaran barang dari wilayah pabean Indonesia sesuai dengan peraturan yang berlaku (Santoso, 2003). Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2009, Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari wilayah Indonesia, yang meliputi daratan, perairan, dan wilayah udara di atasnya, serta wilayah tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif dan landas kontinen, sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa dari daerah pabean suatu negara dengan tetap mengikuti peraturan-peraturan yang ada dalam perdagangan internasional. Dengan adanya ekspor dapat memberikan manfaat dengan membuka peluang pasar baru ketika pasar dalam negeri sudah jenuh. Selain itu, ekspor juga dapat mempermudah perluasan pasar di sektor industri. Ekspor juga menjadi penting bagi negara karena dapat menambah pendapatan negara, karena itu pemerintah juga harus ikut serta dalam

meningkatkan nilai ekspor untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan cara meningkatkan value produk- produk dalam negeri agar mampu bersaing di pasar luar negeri (Siti Hodijah, 2021) Mayoritas negara yang berhubungan dengan Indonesia untuk aktivitas ekspor adalah Jepang, China, Singapura, dan Korea Selatan. Sebagai negara dengan sumber daya alam dan industri yang beragam, Indonesia memiliki potensi untuk memperluas pasar ekspornya di berbagai belahan dunia. Selain harga, terdapat beberapa faktor lain yang juga memengaruhi volume ekspor komoditas Indonesia, antara lain:

2.1.2.1 Daya Saing Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan. (Kotler, 2013). Swastha berpendapat bahwa harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. (Swasta, 2016). Dari kedua pengertian harga di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi daya saing produk Indonesia di pasar global. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan permintaan terhadap produk Indonesia, sehingga mendorong peningkatan volume ekspor. (Lipsey, 1995) menyatakan terdapat hubungan positif antara harga komoditas dan jumlah penawaran komoditas tersebut. Ketika harga komoditas naik, maka jumlah komoditas yang ditawarkan juga akan meningkat. Namun, penetapan harga ekspor tidak bisa sembarangan. Produsen harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, margin keuntungan, harga pesaing, dan kondisi pasar di negara tujuan. Menurut Kotler dan Amstrong (2013) dalam terjemah Sabran, indikator harga ada empat yaitu :

1. Keterjangkauan harga adalah strategi produsen dalam menentukan harga produk agar sesuai dengan daya beli konsumen.
2. Daya saing harga adalah perbedaan harga yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk produk yang sama.