

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam masa globalisasi ekonomi, Indonesia menghadapi proses perdagangan bebas yang berkembang secara terus menerus yang pada akhirnya akan memberikan dampak, kesempatan dan hambatan terhadap kegiatan perdagangan. Pada komoditi ekonomi yang mempunyai keunggulan komperatif sangat berarti dalam upaya menghadapi Era globalisasi (Tambunan, 2001).

Indonesia mempunyai sumber daya yang banyak, dapat digunakan sebagai komoditi perdagangan. Sumber daya alam, sumber daya manusia dan letak yang strategis ialah faktor penting bagi Indonesia dalam mewujudkan keunggulan komperatif. Seandainya dikelola dengan bagus, sumber daya yang dimiliki Indonesia bisa memajukan kesejahteraan penduduk. Sumber daya yang dikelola menggunakan teknologi canggih diharapkan bisa menjadi komoditi unggulan Indonesia. Perbedaan sumberdaya yang dimiliki menjadikan setiap negara berupaya menghasilkan barang yang mampu diproduksinya dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan mengimpor, kemudian memasarkan ke negara lain yang menghasilkan barang dengan biaya yang lebih tinggi (Haryadi, 2012).

Perdagangan internasional dapat diartikan sebagai kegiatan transaksi pedagang antar Negara. Baik berupa barang maupun jasa dan dilakukan melewati batas daerah suatu Negara. Adapun tujuan perdagangan internasional adalah untuk mendapat keuntungan perdagangan (*the gain from trade*) yang berupa selisih harga jual dengan harga beli (Tan, 2016).

Peningkatan pertumbuhan ekonomi Negara berkembang seperti Indonesia dapat dilakukan dengan Perdagangan internasional yang merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perdagangan internasional bertujuan untuk memperoleh manfaat spesialisasi produksi. Salah satunya adalah dengan meningkatkan nilai ekspor. Sumber devisa suatu Negara salah satunya adalah kegiatan Ekspor dimana berperan penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi suatu Negara (Ayuningtyas, 2016).

Tan (2016) menjelaskan bahwa ekspor merupakan suatu proses aktivitas menjual produk suatu Negara ke Negara lain yang dilakukan oleh eksportir dengan tujuan mencari keuntungan, eksportir dapat dilakukan oleh perorangan, kelompok, atau pemerintah. Produk yang diekspor dapat dikelompokkan kedalam dua bentuk yaitu, barang (*goods*) dan jasa (*services*). Menurut Purnomo (2008) dalam Yanti (2017) menyatakan bahwa sebagai Negara yang sedang berkembang membuat Indonesia sangat mengandalkan sektor industrinya. Dengan semakin berkembangnya sektor industri di Indonesia diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja yang besar dan mampu menyerap pengangguran sehingga kesenjangan ekonomi di Indonesia dapat teratasi dan perekonomian akan semakin berkembang serta pertumbuhan ekonomi akan membaik. Sebagai sebuah industri yang telah mengalami pasang surut, TPT masih memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia dan diyakini masih berpeluang untuk tumbuh dan berkembang berdasarkan data-data statistik yang ada. Industri TPT bukan merupakan industri yang berdiri sendiri namun terdiri dari serangkaian aktivitas rantai pasokan yang saling terkait dari hulu ke hilir (Sudhana, 2017).

Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) khususnya pakaian jadi (PI) Indonesia merupakan produk berorientasi ekspor, pada saat ini dinilai mempunyai potensi keunggulan komperatif dan keunggulan kompetitif dimasa yang akan datang (Suwito, 2016). Indonesia memiliki kekayaan budaya juga dapat menunjang perkembangan industri pakaian jadi di Indonesia. Industri yang semakin berkembang akan menjadi andalan bagi negara kedepannya karena memberikan kesempatan yang sangat besar untuk mencipatkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik (Yanti, 2017).

Dunia fashion mengalami perkembangan yang cukup baik di Indonesia dengan globalisasi dan juga teknologi yang mendukung menjadikan perkembangannya amat pesat. Sebagian besar masyarakat di Indonesia berpandangan bahwa *fashion* atau *style* merupakan segalanya. Semakin berkembangnya industri pakaian membuat dunia fashion menjadi hal yang amat dibutuhkan masyarakat, khususnya anak remaja dan dewasa hal ini memberikan keuntungan untuk para pelaku industri pakaian khususnya pakaian jadi. Ditambah dengan teknologi yang pesat menjadikan orang dengan lancar memasarkan berbagai produk industrinya, dengan mudah dan cepat sampai ke semua wilayah bahkan ke luar Negeri. Pakaian tidak hanya sebagai pelindung tubuh tetapi juga memberikan citra yang melekat bagi setiap orang yang memakainya (Yanti, 2017).

Komoditas pakaian jadi yang diekspor bisa berbentuk pakaian dari kain batik, tenun, pakaian hasil rajutan, pakaian dari katun, dari bahan cotton, dari bahan viscose, dari bahan polyester (PE), dari bahan linen, dari bahan wool, dari bahan sutera ataupun silk, dari bahan cashmere, dari bahan sheer, dari bahan

jersey, dari bahan denim, dari bahan lycra, dari bahan leather dan amp, suede (bahan kulit), dari bahan drill, dari bahan lacoste, dari bahan diadora, dari bahan canvas, serta lain- lain (Yanti, 2017).

Chothing atau garmen biasa juga disebut dengan Pakaian jadi merupakan hasil pengolahan lebih lanjut dari tekstil, adapun macam-macam tipe pakaian yang siap gunakan (*ready to wear*) dalam bermacam ukuran standar, antara lain yaitu, baju laki-laki dan perempuan, dewasa dan anak-anak, pakaian pelindung seperti mantel, jaket dan sweater, dan seragam olah raga. Industri tekstil dan pakaian jadi adalah gerbang pilihan bagi sebagian besar negara-negara berkembang dalam upaya mereka untuk melangkah ke industrialisasi (Lovely, 2016).

Dalam penelitian ini Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea Selatan, Inggris dan Australia merupakan 6 Negara tujuan utama ekspor produk pakaian jadi Indonesia. Amerika Serikat menduduki peringkat pertama sebagai tujuan ekspor pakaian jadi, kemudian Jepang menduduki peringkat kedua dan seterusnya diikuti oleh Jerman peringkat ketiga, Korea Selatan peringkat keempat, Inggris dan Australia menduduki peringkat kelima dan keenam terbesar dibandingkan Negara lain seperti Tiongkok, Belgia, Kanada dan lainnya. Dimana Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea Selatan, Inggris dan Australia merupakan beberapa Negara dengan ekonomi terbesar di dunia. Alasan pemilihan industri pakaian jadi adalah dikarenakan keenam Negara ini menjadi pusat fashion dunia selain Perancis dan Italia. Pusat perbelanjaan dan pusat mode yang tinggi di dunia adalah Amerika Serikat, sedangkan Jepang dikenal dengan gaya fashionnya yang unik, kemudian Korea Selatan dikenal dengan K-pop nya yang mendunia dan menjadi pusat fashion di dunia.

Tabel 1.1. Nilai Ekspor Pakaian Jadi Indonesia Ke Negara Tujuan Utama
(Juta US\$)

NEGARA	2017	2018	2019
AMERIKA SERIKAT	3455,5	3775,1	3712,7
JEPANG	674,8	740,4	698,7
JERMAN	372,5	381,6	383,6
KOREA SELATAN	304,7	346,0	345,9
INGGRIS	171,2	168,6	146,5
AUSTRALIA	165,7	180,3	173,9

Sumber : *Badan Pusat Statistik, 2017-2019* (Data diolah)

Dari Tabel 1.1 data menunjukkan bahwa dalam 3 tahun terakhir nilai ekspor pakaian jadi ke Negara tujuan utama mengalami fluktuasi. Dapat dilihat bahwa ekspor terbesar pakaian jadi Indonesia ada pada Negara Amerika Serikat yaitu pada tahun 2018 sebesar US\$ 3775,1 juta dan mengalami penurunan pada tahun 2019 sebesar US\$ 3712,7 juta. Hal ini juga terjadi pada Negara Jepang, Korea Selatan, Inggris dan Australia dimana ekspor terbesar pada tahun 2018 dan kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019. Namun pada Negara Jerman ekspor pakaian jadi Indonesia terus mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2017-2019, dengan nilai ekspor terbesar pada tahun 2019 yaitu sebesar US\$ 383,6 juta.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai ekspor pakaian jadi Indonesia yaitu, tingkat pendapatan Negara tujuan ekspor yang dapat dinyatakan dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Tan (2016) Kenaikan PDB berarti meningkatnya kemampuan masyarakat untuk membeli produk ekspor dengan asumsi tidak terjadi kenaikan presentasi harga lebih tinggi dari kenaikan

presentasi PDB nya. Meningkatnya PDB dapat diartikan sebagai peningkatan daya beli rata-rata masyarakat yang kemudian akan meningkatkan jumlah permintaan terhadap barang dan jasa. Menurut Hazemi (2013) dalam Lovely (2016) peningkatan konsumsi domestik akan mengurangi jumlah ekspor pakaian jadi karena pada dasarnya ekspor dilakukan ketika terjadi kelebihan produksi ditingkat domestik.

Faktor lain yang mempengaruhi ekspor pakaian jadi Indonesia adalah nilai tukar. Nilai tukar merupakan harga atau nilai mata uang sesuatu Negara dinyatakan dalam nilai mata uang Negara lain (Sukirno, 2017). Apabila kurs terjadi depresiasi maka akan meningkatkan pembelian terhadap produk ekspor, sebaliknya apabila terjadi apresiasi maka akan menurunkan permintaan terhadap ekspor itu sendiri (Tan, 2016).

Menurut Salvatore (2013) meningkatnya jumlah penduduk akan meningkatkan konsumsi yang berarti meningkatkan permintaan domestik Negara tersebut akan suatu komoditi. Sedangkan menurut Lipsey et al. (1995) dalam Maulana (2017) menjelaskan bahwa jumlah penduduk memiliki hubungan positif dengan banyaknya komoditas yang diminta. Ini menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah penduduk suatu Negara, akan meningkatkan jumlah komoditas yang dibeli. Ketika suatu Negara tidak dapat memenuhi permintaan domestik, maka impor pun akan dilakukan. Hal ini akan menguntungkan bagi Negara eskportir seperti Indonesia karena Negara importir dapat lebih banyak menyerap penawaran dari Negara eskportir.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui potensi, keunggulan, dan manfaat dari ekspor TPT khususnya pakaian jadi Indonesia, Penulis tertarik

mengambil skripsi tentang pakaian jadi karena melihat bahwa Indonesia menjadi salah satu eksportir pakaian jadi terbesar di dunia. Selain itu, industri tekstil sendiri adalah industri yang menyumbang banyak lapangan kerja, sehingga dalam penelitian ini penulis mengangkat judul " Analisis Ekspor Pakaian Jadi Indonesia Ke 6 Negara Tujuan Utama Tahun 2013-2019 "

1.2 Rumusan Masalah

Kegiatan ekspor dan pertumbuhan ekonomi sangat erat hubungannya. Eksor merupakan lokomotif penggerak pertumbuhan ekonomi, sehingga ekspor merupakan hal yang sangat penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi. Tingginya tingkat pertumbuhan ekonomi diharapkan bisa menjadi solusi dalam permasalahan yang sering muncul seperti kemiskinan, tingkat pengangguran dan hutang luar negeri yang semakin membengkak.

Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, ekspor juga berfungsi untuk menambah dan meningkatkan cadangan devisa. Selanjutnya devisa dapat digunakan untuk meningkatkan konsumsi impor, membayar hutang luar negeri dan meningkatkan investasi. Apabila ekspor semakin tinggi, maka cadangan devisa yang diperoleh oleh suatu Negara akan semakin tinggi pula. Volume ekspor pakaian jadi Indonesia ke enam Negara tujuan utama Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea selatan, Inggris, dan Australia mengalami fluktuasi. Jika dilihat dari tren volume ekspor pakaian jadi Indonesia ke enam Negara tujuan utama tersebut mengalami penurunan yang berarti adanya perlambatan pertumbuhan ekspor pakaian jadi Indonesia, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1.1.

Menurut Blanchart (2009) meningkatnya PDB per kapita di suatu Negara mengindikasikan adanya kenaikan daya beli masyarakatnya dan berimplikasi pada meningkatnya permintaan di Negara tersebut sehingga mengurangi volume komoditas yang akan di ekspor. Meningkatnya GDP domestik terkait dengan kemampuan daya beli masyarakat. Sehingga semakin tinggi pendapatan domestik maka akan mendorong tingginya permintaan akan barang impor. Hal ini bertentangan dengan praktek yang ada jika melihat dengan data yang ada, ketika tingkat PDB naik , ekspor pakaian jadi Indonesia turun. Permintaan produk ekspor suatu Negara dipengaruhi oleh nilai tukar, depresiasi akan mendorong Negara importir meningkatkan pembelian terhadap produk ekspor. Sebaliknya apresiasi nilai tukar akan menurunkan permintaan ekspor (Tan, 2016). Hal ini bertentangan dengan praktek yang ada jika dilihat dari data, ketika nilai tukar berfluktuasi dengan, volume ekspor pakaian jadi Indonesia menurun.

Faktor lain yang mempengaruhi ekspor pakaian jadi adalah jumlah penduduk. Menurut Lipsey et al. (1995) dalam Maulana (2017) jumlah penduduk memiliki hubungan positif dengan banyaknya komoditas yang diminta. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah penduduk suatu Negara, akan meningkatkan jumlah komoditas yang dibeli. Teori ini bertentangan dengan praktek yang ada pada data, yaitu ketika jumlah penduduk meningkat, volume ekspor pakaian jadi Indonesia menurun.

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan nilai ekspor pakaian jadi Indonesia ke 6 Negara tujuan utama tahun 2013-2019?

2. Bagaimana pengaruh PDB Negara tujuan, nilai tukar dan jumlah penduduk Negara tujuan terhadap nilai ekspor pakaian jadi Indonesia tahun 2013-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perkembangan nilai ekspor pakaian jadi Indonesia ke 6 Negara tujuan utama tahun 2013-2019.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh PDB Negara tujuan, nilai tukar dan jumlah penduduk Negara tujuan terhadap nilai ekspor pakaian jadi Indonesia ke 6 Negara tujuan utama tahun 2013-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai masukan dan informasi kepada :

1. Akademis

Secara akademis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ekspor pakaian jadi Indonesia dan mengetahui faktor yang mempengaruhinya dan menjadi pertimbangan bagi mahasiswa yang akan meneliti terkait volume ekspor pakaian jadi Indonesia.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pembanding bagi pembaca yang tertarik untuk meneliti hal yang sama dimasa akan datang. Dan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan terkait dengan judul penelitian bagi pihak yang berkepentingan.