

ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR PERHIASAN INDONESIA

Made Arynna Dwi Prabayanthi¹

Ida Ayu Nyoman Saskara²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar tersebut. Perhiasan adalah salah satu komoditi yang cukup banyak dieksport oleh Indonesia dan juga memiliki daya saing yang tinggi karena nilai eksportnya yang berfluktuasi untuk kurun waktu 2010 hingga 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi daya saing perhiasan Indonesia di negara tujuan serta pengaruh GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar dan inflasi negara tujuan secara simultan dan parsial terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel yaitu gabungan antara data *time series* dengan data *cross section*. Untuk menganalisis daya saing perhiasan Indonesia di sepuluh negara tujuan utama eksport digunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Nilai RCA untuk negara Swiss, Singapura, Hong Kong, Uni Emirat Arab, AS, Afrika Selatan, India, Italia, dan Jerman menunjukkan daya saing yang kuat sedangkan untuk negara Thailand menunjukkan daya saing yang masih lemah. Berdasarkan hasil penelitian, variabel GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing eksport perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama. Secara parsial, GDP per kapita negara tujuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap daya saing perhiasan Indonesia. Sementara nilai tukar dan inflasi negara tujuan berpengaruh signifikan namun dengan arah yang negatif terhadap daya saing perhiasan Indonesia.

Kata kunci: *daya saing perhiasan, GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, inflasi negara tujuan.*

ABSTRACT

Competitiveness is the ability of a commodity to enter a foreign market and the ability to survive in that market. Jewelry is one of the commodities that is quite widely exported by Indonesia and also has high competitiveness because of its fluctuating export value for the period 2010 to 2018. This study aims to determine the condition of the competitiveness of Indonesian jewelry in the destination country and the simultaneous and partial influence of GDP per capita of the destination country, the exchange rate, and the destination country inflation on the competitiveness of Indonesian jewelry exports. The data used in this study is panel data, which is a combination of time series data and cross section data. To analyze the competitiveness of Indonesian jewelry in the ten main export destination countries, the RCA (Revealed Comparative Advantage) method is used. RCA values for Switzerland, Singapore, Hong Kong, United Arab

Emirates, the US, South Africa, India, Italy, and Germany show strong competitiveness, while those for Thailand show weak competitiveness. Based on the results of research with panel data regression analysis techniques, the variable GDP per capita of destination countries, exchange rates, and inflation of destination countries simultaneously have a significant effect on the competitiveness of Indonesian jewelry exports to the main destination countries. Partially, GDP per capita of destination countries has a positive but not significant effect on the competitiveness of Indonesian jewelry. While the exchange rate and inflation of the destination country have a significant effect, with a negative direction on the competitiveness of Indonesian jewelry.

Keyword: competitiveness of jewelry, GDP per capita of destination countries, exchange rates, inflation of destination countries.

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi suatu negara tidak terlepas dari perdagangan internasional. Perdagangan internasional merupakan kegiatan pertukaran atau transaksi suatu produk baik berupa barang maupun jasa yang dilakukan oleh dua negara atau lebih. Menurut Rinaldi dkk.(2017) keuntungan dilakukannya perdagangan internasional adalah memungkinkan suatu negara untuk berspesialisasi dalam menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang lebih murah. Salah satu prinsip dasar perdagangan internasional adalah bahwa seseorang harus membeli dan memberikan layanan dari satu negara yang memiliki harga terendah dan menjual barang serta jasanya ke negara yang memiliki harga tertinggi. Ini baik untuk pembeli dan penjual karena memiliki peluang untuk mempercepat laju perkembangan ekonomi mereka, termasuk Indonesia (Vijayasri, 2013).

Perdagangan internasional sangat berperan di dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara (Batubara dan Saskara, 2015). Perdagangan internasional juga dapat membantu suatu negara untuk mendapatkan bahan baku pembuatan produk dalam negeri yang diimpor dari luar negeri (Shahab, 2013). Indonesia terus berusaha meningkatkan kegiatan ekspor untuk mendukung pertumbuhan perekonomiannya (Bustami dalam Suardani, 2017). Ekspor barang dan jasa dipandang sebagai mesin pembangunan ekonomi dan sosial karena sejumlah alasan, seperti ekspor yang mengharuskan perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan kinerjanya untuk mempertahankan pangsa pasar (Bakari dan Mabrouki, 2017). Teori *Export Base* menyatakan laju pertumbuhan ekonomi suatu wilayah ditentukan oleh besarnya peningkatan

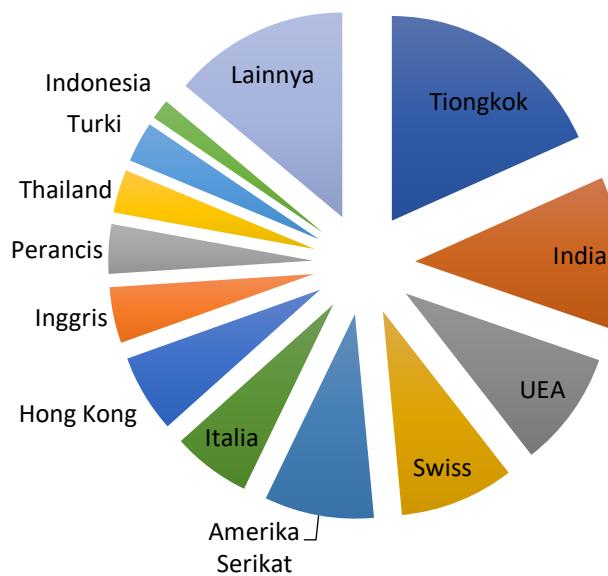
ekspor dari wilayah tersebut (Purwanti, 2009).Indonesia juga melalukan ekspor untuk mencapai perekonomian yang lebih baik.Ekspansi ekspor yang cepat adalah faktor kunci dalam pesatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia (Athukorala, 2006).

Komoditi potensial adalah komoditi yang memiliki potensi untuk berkembang karena memiliki keunggulan komparatif (Putra, 2019).Susanto (2014) juga menyatakan komoditi potensial merupakan komoditi yang memiliki laju pertumbuhan yang lambat tetapi kontribusinya cukup besar. Indonesia perlu memperhatikan produk apa yang diekspor dan bagaimana struktur pasarnya agar mampu memenangkan pasar dalam negara tujuan ekspor (Ningsih dan Kurniawan, 2016). Komoditi perhiasan Indonesia untuk saat ini masuk ke dalam komoditi potensial, namun tidak menutup kemungkinan di masa depan perhiasan dapat menjadi komoditi utama Indonesia jika keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitifnya dapat terus dikembangkan. Keunggulan komparatif terjadi karena kecukupan ketersediaan sumber daya, seperti bahan baku lokal, keterampilan sumber daya lokal, teknologi produksi lokal serta sarana dan prasarana lokal lainnya. Keunggulan kompetitif dapat terjadi karena efisiensi produksinya yang tinggi akibat posisi tawarnya yang tinggi baik terhadap pemasok, pembeli, serta daya saingnya yang tinggi terhadap pesaing, pendatang baru atau barang substitusi.

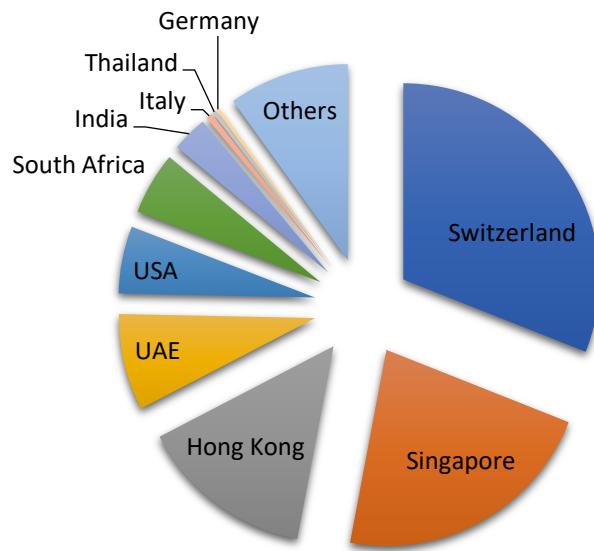
Perhiasan merupakan salah satu barang konsumsi yang masuk dalam kategori kebutuhan tersier, yang artinya merupakan kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder sudah terpenuhi. Kebutuhan tersier lebih bersifat prestisius, dimana orang yang memenuhi kebutuhan ini akan terangkat derajatnya. Menurut *Trade Map*, perhiasan masuk ke dalam komoditi yang memiliki kode HS (*Harmonized System*) 7113 dengan deskripsi *articles of jewellery and parts of thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal*, yaitu aneka perhiasan yang terbuat dari batu-batuan dan logam seperti emas, berlian, perak serta mutiara. Bentuk dari perhiasan juga beragam, seperti cincin, kalung, gelang, anting-anting, bros, dan lain sebagainya.Kementerian Perindustrian Indonesia menyebutkan industri perhiasan merupakan salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional melalui capaian nilai eksportnya.Hal ini lantaran produk perhiasan dalam negeri mampu

bersaing di pasar global dan memiliki nilai tambah tinggi. Menurut Kementerian Perdagangan, setidaknya ada lima produk perhiasan asal Indonesia yang sangat digemari negara lain, yaitu perhiasan dan bagiannya dan logam mulia selain perak, emas tidak ditempa, limbah dan scrap dari logam mulia, emas dan bubuk emas, serta perhiasan dan bagiannya dari perak. Demi menjaga kinerja ekspor produk perhiasan tetap baik, Kemenperin bertekad untuk menjaga ketersediaan bahan baku sehingga keberlangsungan industri perhiasan bisa berjalan terus.

Gambar 1:Negara Eksportir Perhiasan Berdasarkan Nilai Tahun 2010-2018



Gambar 1 menunjukkan negara eksportir utama komoditi perhiasan untuk periode 2010 hingga 2018. Negara yang paling banyak mengekspor perhiasan adalah Tiongkok dengan nilai eksport dari tahun 2010 hingga 2018 adalah sebesar US\$ 170.958.313.000 yang diikuti oleh India, Uni Emirat Arab, Swiss, dan juga Amerika Serikat. Meski perhiasan bukanlah komoditi eksport utama, namun perhiasan perlu dipertimbangkan karena capaian eksportnya yang cukup tinggi. Dalam periode 2010-2018 total nilai eksport perhiasan Indonesia ke dunia adalah sebesar US\$ 14.964.324.491, meskipun nilai ini masih cukup rendah jika dibandingkan dengan nilai eksport Turki yang ada diatas Indonesia sebagai negara pengekspor perhiasan dengan nilai eksport sebesar US\$ 29.974.968.000.

Gambar 2: Negara Tujuan Ekspor Perhiasan Indonesia Tahun 2010-2018

Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa Swiss menjadi negara tujuan utama ekspor perhiasan Indonesia dalam kurun waktu 2010 hingga 2018 dengan total nilai ekspor sebesar US\$ 4.640.869.561. Singapura berada di bawah Swiss dengan total nilai ekspor dari tahun 2010-2018 sebesar US\$ 3.285.371.509, dilanjutkan dengan Hong Kong yang berada di peringkat ketiga dengan nilai ekspor sebesar US\$ 2.155.267.068. Kemudian ada Uni Emirat Arab yang menjadi peringkat ke empat sebagai negara tujuan ekspor perhiasan Indonesia dengan total nilai ekspor sebesar US\$ 1.190.819.304. Posisi kelima sebagai negara tujuan utama adalah Amerika Serikat dengan nilai ekspor sebesar US\$ 829.264.335 yang diikuti dengan Afrika Selatan dan India dengan nilai ekspor masing-masing sebesar US\$ 768.378.611 dan US\$ 442.195.069. Untuk posisi kedelapan hingga kesepuluh ada negara Italia, Thailand, dan Jerman dengan nilai total ekspor perhiasan dari Indonesia berturut-turut sebesar US\$ 77.964.602, US\$ 47.133.703, dan US\$ 40.408.342.

Perkembangan perdagangan internasional menuntut seluruh negara yang terlibat untuk meningkatkan dan mempertahankan daya saing produknya (baik berupa barang maupun jasa) untuk diperdagangkan dalam perdagangan internasional (Permatasari dan

Rustariyuni, 2015). Kinerja ekspor suatu negara tergantung pada daya saing produk ekspor di pasar dunia. Kemampuan daya saing dan keunggulan komparatif produk ekspor memegang peran penting dalam kesuksesan produk dari negara tersebut (Andriani dan Bendesa, 2015). Egbe (2010) menyatakan bahwa daya saing dalam pasar komoditas merefleksikan banyak faktor, yaitu faktor komparatif dan faktor kompetitif. Daya saing merupakan salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu negara di dalam perdagangan bebas.

Keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya, dengan kata lain negara tersebut melakukan spesialisasi produksi barang atau jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi yang tinggi. Demi mencapai perekonomian global yang terintegrasi, spesialisasi dalam perdagangan merupakan strategi yang semakin menonjol (Coxhead dan Li, 2008).

Keunggulan kompetitif juga dapat bisa mempengaruhi daya saing suatu produk di pasar global. Teori keunggulan kompetitif pertama kali dikemukakan oleh Porter (1990) pada bukunya *Competitive Advantage of Nation* (Sarwono, 2014). Porter menjelaskan bahwa negara yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan-perusahaan domestik akan mendorong terbentuknya keunggulan kompetitif pada suatu negara. Persaingan yang ketat pada perusahaan lokal ini dibentuk oleh empat atribut yaitu: (1) kondisi faktor, (2) kondisi permintaan, (3) industri terkait dan industri pendukung, dan (4) strategi perusahaan, struktur dan persaingan.

Hal utama yang menjadi tulang punggung perekonomian adalah tingkat pendapatan nasional atau *gross domestic product*, semakin besar pendapatan nasional suatu negara maka semakin besar pula kemampuan negara tersebut melakukan perdagangan internasional. Sukirno (2002) menyatakan faktor penentu ekspor adalah kemampuan negara tersebut memproduksi barang yang nantinya dapat bersaing di pasar luar negeri. Pendapatan negara pengimpor juga mempengaruhi ekspor karena pendapatan per kapita negara tujuan mencerminkan daya beli masyarakat (Maulana dan Kartiasih, 2017), ketika

daya beli masyarakat suatu negara meningkat maka permintaan atas sebuah komoditas impor juga akan meningkat.

Kegiatan perdagangan internasional memerlukan alat tukar untuk melakukan transaksi. Nilai tukar merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi ekspor (Dolatti, 2012). Nilai tukar adalah penggerak pertumbuhan karena lonjakan nilai tukar meningkatkan ekspor dan karenanya permintaan barang dapat meningkat (Bibi *et al.*, 2014). Fluktuasi nilai tukar merupakan salah satu variabel makroekonomi yang mempengaruhi kenaikan atau penurunan aktivitas ekspor, arus modal atau investasi dan perdagangan internasional (Shane *et al*, 2008). Pramana dan Meydianawathi (2013) menyatakan bahwa kurs berpengaruh positif terhadap ekspor nonmigas Indonesia ke AS. Kenaikan nilai mata uang negara tujuan akan menyebabkan harga barang di negara tujuan akan menjadi mahal sehingga menyebabkan negara tujuan akan cenderung membeli barang di luar negeri yang lebih murah. Perubahan kurs Dollar akan mempengaruhi perubahan harga yang akan mempengaruhi permintaan akan suatu komoditi (Chappra *et al*, 2013).

Selain *Gross Domestic Product* (GDP) dan nilai tukar atau kurs, tingkat inflasi juga dapat mempengaruhi berbagai kegiatan ekonomi termasuk ekspor. Inflasi dapat diartikan sebagai meningkatnya harga-harga secara umum dan terus-menerus. Inflasi yang tinggi akan menyebabkan masyarakat yang mempunyai pendapatan tetap akan tergerus daya belinya. Inflasi merupakan tolak ukur perekonomian suatu negara apakah perekonomian suatu negara tersebut dalam keadaan baik atau buruk (Margareni dkk., 2016). Inflasi menyebabkan harga tersebut herga barang impor lebih murah dari pada barang yang dihasilkan di dalam negeri (Dewi dan Setiawina, 2015). Inflasi memiliki hubungan negatif dengan ekspor, ketika terjadi inflasi yang terlalu tinggi di negara tujuan ekspor akan menyebabkan penurunan daya beli sehingga akan menyebabkan ekspor ke negara tujuan tersebut menjadi berkurang.

Setyari (2017) menyatakan terdapat lima golongan produk yang mencatatkan nilai ekspor terbesar di Indonesia yaitu 1) Pengolahan dan pengawetan daging, ikan, buah-buahan, sayuran, minyak dan lemak; 2) Pakaian jadi, kecuali untuk pakaian jadi berbulu; 3)

Barang-barang dari kayu, dan barang-barang anyaman; 4) Logam dasar bukan besi; dan 5) Kertas, barang dari kertas dan sejenisnya. Perhiasan masuk ke dalam produk logam dasar bukan besi, meskipun ekspor perhiasan Indonesia masih tergolong komoditi potensial tidak menutup kemungkinan di masa mendatang komoditi ini dapat menjadi komoditi ekspor utama dan memberi dampak yang positif bagi perekonomian Indonesia.

Gross Domestic Product (GDP) merupakan pendapatan total dan pengeluaran total nasional atas output barang dan jasa. Peningkatan GDP mencerminkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Ronit dan Divya, 2014). PDB per kapita diartikan sebagai perbandingan antara PDB dengan jumlah populasi. Menurut Konya dan Singh (2009) terdapat hubungan kausalitas dua arah antara GDP manufaktur dan total ekspor. Penelitian yang dilakukan Siburian (2012) menunjukkan bahwa dalam jangka pendek GDP Singapura sebagai negara tujuan tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor karet alam Indonesia dan memiliki hubungan yang positif, namun dalam jangka panjang GDP Singapura berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang negatif. Andriani (2017) menyatakan bahwa semakin besar pendapatan per kapita importir maka semakin besar ekspor, semakin meningkat GDP per kapita negara tujuan ekspor maka semakin meningkat pula permintaan ekspor Indonesia. Penelitian Rangkuty (2018) terkait analisis ekspor Indonesia ke Jepang menyatakan bahwa GDP Jepang mempengaruhi ekspor Indonesia ke Jepang.

Nilai tukar adalah nilai yang digunakan saat menukar barang dan jasa dari suatu negara dengan barang dan jasa dari negara lain. Mankiw (2003) menjelaskan hubungan antara nilai tukar dengan volume perdagangan internasional menggunakan Model Mundell-Fleming. Model Mundell-Fleming menunjukkan bahwa depresiasi atau apresiasi nilai mata uang asing akan mengakibatkan perubahan terhadap ekspor maupun impor. Jika kurs mengalami depresiasi, yaitu nilai mata uang dalam negeri secara relatif terhadap mata uang asing menurun maka volume ekspor akan meningkat. Penelitian yang dilakukan Pradipta dan Firdaus (2014) juga menyatakan bahwa kenaikan nilai tukar mata uang negara tujuan akan menyebabkan harga barang di negara tujuan akan menjadi mahal, sehingga menyebabkan negara tujuan akan cenderung membeli barang di luar negeri yang lebih murah.

Inflasi dapat diartikan sebagai meningkatnya harga-harga secara umum dan terus-menerus. Inflasi memiliki hubungan negatif dengan ekspor, ketika terjadi inflasi maka harga komoditi akan meningkat. Peningkatan harga komoditi tersebut disebabkan oleh produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu komoditi menghabiskan banyak biaya (Larasati dan Budhi, 2018). Mwakanemela (2014) menyatakan bahwa tingkat inflasi bergerak ke arah yang berlawanan dengan ekspor manufaktur di Tanzania selama periode penelitian yaitu 1980-2012. Mutia (2015) menyatakan bahwa inflasi yang terlalu tinggi di negara tujuan ekspor akan menyebabkan penurunan daya beli sehingga akan menyebabkan ekspor ke negara tujuan tersebut menjadi berkurang.

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang berhubungan dari beberapa variabel yang dapat dipergunakan sebagai tuntunan sementara dalam penelitian untuk mengkaji kebenaran sesungguhnya. Berdasarkan latar belakang dan kajian pustaka yang telah dipaparkan, maka dapat diambil beberapa hipotesis yaitu:

- 1) *Gross Domestic Product (GDP)* per kapita negara tujuan ekspor, Nilai Tukar, dan Inflasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia tahun 2014-2018.
- 2) *Gross Domestic Product (GDP)* per kapita negara tujuan ekspor dan Nilai Tukar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Inflasi negara tujuan ekspor secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia tahun 2014-2018.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan asosiatif dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain daya saing ekspor perhiasan, *gross domestic product (GDP)* per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan.

Penelitian ini dilakukan di Indonesia dan 10 negara tujuan utama ekspor perhiasan Indonesia, antara lain Swiss, Singapura, Hong Kong, Uni Emirat Arab, Amerika Serikat, Afrika Selatan, India, Italia, Thailand, dan Jerman. Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama.

Penelitian ini memfokuskan kajian pada kondisi daya saing ekspor perhiasan Indonesia terhadap negara tujuan utama, serta pengaruh *gross domestic product* (GDP) per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan terhadap ekspor perhiasan Indonesia dalam kurun waktu dari tahun 2014 hingga 2018.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi non partisipan. Teknik pengumpulan data bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam penelitian ini, cara obervasi non partisipan dilakukan karena penulis tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati, mencatat, dan mempelajari uraian buku-buku, karya ilmiah seperti skripsi, artikel, dan dokumen-dokumen yang terdapat di *World Bank, UN Comtrade, dan Trade Map*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dan diolah sebelumnya oleh *Trade Map, UN Comtrade, World Bank* dan literatur-literatur lain yang mendukung mengenai objek penelitian.

Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) merupakan metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis daya saing dan keunggulan komparatif suatu komoditi di suatu negara dengan membandingkan pangsa pasar ekspor komoditi di suatu negara dengan pangsa pasar komoditi tertentu di pasar dunia. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965, dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan ekspor
 X_i = Nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan ekspor

- X_{iw} = Nilai ekspor perhiasan dunia ke negara tujuan ekspor
 X_w = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan ekspor

Nilai daya saing suatu komoditi dalam analisis RCA memiliki dua kemungkinan, jika hasil persamaan menunjukkan nilai $RCA > 1$ maka negara tersebut memiliki daya saing suatu produk diatas rata-rata dunia, apabila hasil persamaan menunjukkan hasil $RCA < 1$ maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata sehingga komoditi tersebut memiliki daya saing lemah.

Data panel merupakan model ekonometrika yang mengkombinasikan antara data *cross section* dan data *time series*. Data *cross section* adalah data yang dikumpulkan pada waktu tertentu yang menggambarkan keadaan pada waktu tersebut. Data *time series* adalah data yang dikumpulkan secara berkala untuk melihat perkembangan dari waktu ke waktu. Dalam analisis data panel terdapat tiga macam pendekatan yang terdiri dari pendekatan kuadrat terkecil (*pooled least square*), model efek tetap (*fixed effect model*), dan model efek acak (*random effect model*).

Pooled least square merupakan pendekatan model panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data sama dalam berbagai kurun waktu. Selanjutnya *fixed effect model* mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya yang dapat dilakukan dengan teknik *dummy variable* untuk menangkap perbedaan intersep antar data. *Fixed effect model* dapat mengatasi hal tersebut karena model ini memungkinkan adanya perubahan pada setiap i dan t . Model ini sama dengan regresi yang menggunakan *dummy variable* sebagai variabel bebas sehingga dapat diestimasi dengan model OLS (*ordinary least square*). Sedangkan *random effect model* mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antara waktu dan antar individu. Pada model ini, perbedaan intersep diakomodasi oleh *error term* masing-masing. *Random effect model* dapat dinyatakan menganggap efek rata-rata dari data *cross section* dan *time series* direpresentasikan dalam intersep.

Penelitian ini menggunakan model regresi data panel untuk menguji masing-masing variabel yang berpengaruh terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama tahun 2014-2018. Firdaus (2011) menyebutkan terdapat beberapa keuntungan dari penggunaan model panel antara lain: data panel membuat observasi menjadi lebih besar karena mengkombinasikan antara data *cross section* dengan data *time series*, data panel dapat mengurangi masalah identifikasi, dapat panel mampu mengontrol heterogenitas individu, serta data panel dapat mengurangi kolinearitas antar peubah serta meningkatkan derajat kebebasan yang dapat meningkatkan efisiensi.

Variabel independen yang digunakan untuk menganalisis faktor daya saing eksport perhiasan dalam penelitian ini yaitu GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan. Estimasi model data panel adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Y_{it} = Koefisien daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi variabel independen 1,2, dan 3

$(X_1)_{it}$ = GDP per kapita negara tujuan pada waktu t

$(X_2)_{it}$ = Nilai tukar pada waktu t

$(X_3)_{it}$ = Inflasi negara tujuan pada waktu t

ε_{it} = error term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi daya saing komoditi perhiasan Indonesia di negara tujuan utama ekspor. Analisis daya saing produk digunakan untuk mendapatkan nilai daya saing melalui perhitungan indeks keunggulan komparatif atau RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Bila nilai $RCA > 1$ menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat untuk ekspor komoditi perhiasan, sedangkan nilai $RCA < 1$ menunjukkan daya saing yang lemah untuk ekspor komoditi perhiasan Indonesia. Tabel dibawah ini menunjukkan nilai RCA komoditi perhiasan Indonesia di negara tujuan utama yaitu, Swiss, Singapura, Hong Kong, Uni Emirat Arab, Afrika Selatan, Amerika Serikat, India, Italia, Jerman, dan Thailand.

Tabel 1: Nilai RCA Perhiasan Indonesia ke Negara Tujuan Utama

Negara	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Switzerland	0,105	0,123	2,593	0,135	4,244	30,313	33,788	30,574	19,314
Singapore	2,666	11,380	0,377	0,247	3,036	5,283	12,730	10,627	9,609
Hong Kong	0,308	0,374	0,260	0,178	1,420	4,567	5,881	4,763	4,989
UAE	0,212	0,118	0,096	0,180	2,649	2,819	2,790	2,716	1,273
South Africa	0,017	3,824	0,825	3,848	69,556	14,927	58,138	0,001	0,012
USA	0,836	0,669	0,703	0,985	1,177	0,980	1,340	1,819	2,855
India	0,001	0,007	0,001	0,003	1,439	10,458	0,063	0,398	0,076
Italy	1,664	0,622	1,201	1,284	1,107	1,090	0,564	1,024	1,421
Germany	0,902	0,904	0,880	0,930	1,792	1,828	2,976	1,950	1,884
Thailand	0,357	0,307	0,561	0,572	0,256	0,365	0,278	0,310	0,312

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan RCA komoditi perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama yang memiliki nilai RCA lebih dari satu ($RCA>1$), mengindikasikan bahwa perhiasan Indonesia memiliki daya saing yang kuat (keunggulan komparatif). Total sepuluh negara yang menjadi tujuan ekspor perhiasan, hanya Thailand yang menunjukkan nilai RCA yang lebih kecil dari 1 yang berarti perhiasan Indonesia memiliki daya saing yang lemah.

Swiss sebagai negara tujuan utama ekspor perhiasan Indonesia menunjukkan indeks RCA yang cukup besar. Sepanjang tahun 2010 hingga 2018, nilai RCA tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 33,788. Nilai RCA yang tinggi ini terjadi karena pada periode tersebut nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss juga tinggi mencapai US\$ 2.066.220.535. Eksport perhiasan Indonesia yang tinggi ke Swiss juga disebabkan karena GDP per kapita yang tinggi, bahkan GDP per kapita Swiss termasuk yang tertinggi. Tingginya pendapatan per kapita di negara ini tentu akan menyebabkan daya beli masyarakatnya meningkat sehingga ekspor ke Swiss dapat meningkat. Sedangkan nilai RCA terendah terjadi pada tahun 2010 sebesar 0,105 dimana pada periode tersebut nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss hanya sebesar

US\$ 425.409. Rendahnya ekspor perhiasan pada periode ini dikarenakan Swiss yang mengalami resesi dimana pertumbuhan PDB menurun dalam dua periode berturut-turut yang menyebabkan daya beli masyarakatnya berkurang.

Nilai RCA tertinggi untuk negara Singapura terjadi pada tahun 2016 sebesar 12,730. Nilai RCA yang tinggi ini lantaran pada tahun 2016 ekspor perhiasan Indonesia ke Singapura mencapai US\$ 942.276.838. Selain itu, pertumbuhan ekonomi di Singapura juga meningkat pada periode ini yang ditandai dengan meningkatnya PDB. Sedangkan nilai RCA terendah terjadi pada tahun 2013 sebesar 0,247 dengan nilai ekspor sebesar US\$ 16.697.002. Hal ini terjadi karena Singapura mengalami pelemahan pertumbuhan ekonomi akibat dari kondisi ekonomi dunia yang sulit dan upaya pemerintah setempat untuk memotong arus masuk tenaga kerja asing.

Nilai RCA negara Hong Kong yang tertinggi terjadi di tahun 2016 sebesar 5,881 karena pada periode tersebut nilai ekspor perhiasan dari Indonesia mencapai US\$ 462.501.063. Pendapatan per kapita yang terus mengalami peningkatan menjadi salah satu faktor meningkatnya ekspor perhiasan Indonesia ke Hong Kong. Sedangkan, pada tahun 2013 nilai RCA perhiasan Indonesia ke Hong Kong menjadi yang terendah sebesar 0,178 dengan nilai ekspor sebesar US\$ 15.925.754.

Sedangkan untuk Uni Emirat Arab nilai RCA tertinggi terjadi pada tahun 2015 sebesar 2,819 dengan nilai ekspor perhiasan sebesar US\$ 248.000.809. Namun, setelah tahun 2015 nilai RCA terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2018 nilai RCA perhiasan Indonesia sebesar 1,273. Menurunnya nilai RCA ini dikarenakan nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Uni Emirat Arab juga mengalami penurunan. Tahun 2018 nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Uni Emirat Arab sebesar US\$ 87.477.940, turun cukup jauh dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Salah satu penyebab menurunnya ekspor perhiasan Indonesia adalah karena penerapan bea masuk sebesar 5 persen oleh Uni Emirat Arab yang diberlakukan mulai awal tahun 2017.

Nilai RCA perhiasan Indonesia ke Afrika Selatan menunjukkan angka 69,57 pada tahun 2014 yang merupakan nilai RCA tertinggi untuk kurun waktu 2010 hingga 2018. Berbanding

terbalik dengan nilai RCA perhiasan Indonesia di tahun 2017 yang hanya sebesar 0,001 begitu juga di tahun 2018 yang masih menunjukkan angka yang kecil yaitu 0,012. Turunnya nilai ekspor perhiasan Indonesia ini disebabkan karena kondisi ekonomi Afrika Selatan yang mengalami resesi pada 2017. Pertumbuhan ekonomi melemah, salah satu penyebabnya adalah karena sektor pertanian yang jatuh karena musim kemarau serta sektor perdagangan dan transportasi yang mengalami penurunan output. Selain itu, pemecatan Menteri Keuangan Pravin Gordhan pada April 2017 juga menyebabkan goncangan politik yang meningkatkan ketidakpastian ekonomi berujung pada sektor swasta yang menunda keputusan investasi bisnisnya. Kemudian di tahun 2018, terjadi inflasi yang tinggi di Afrika Selatan sehingga daya beli masyarakatnya menjadi menurun. Angka korupsi juga sangatlah tinggi, bahkan Presiden Afrika Selatan pada periode itu Jacob Zuma ditangkap karena kasus korupsi.

Tahun 2011 nilai RCA untuk negara Amerika Serikat sebesar 0,669 yang berarti komoditi perhiasan Indonesia tidak memiliki daya saing yang kuat pada periode tersebut, namun pada tahun-tahun berikutnya nilai RCA mengalami peningkatan dimana nilai tertinggi terjadi di tahun 2018 sebesar 2,85. Nilai RCA yang semakin meningkat juga dibarengi dengan nilai ekspor yang terus meningkat setiap tahunnya dengan nilai tertinggi pada tahun 2018 sebesar US\$ 217.872.103. Kondisi perekonomian Amerika Serikat yang membaik pada periode itu ditandai dengan jumlah pengangguran yang berada di bawah angka empat persen. GDP per kapita yang terus meningkat tiap tahunnya juga turut mendukung kondisi perekonomian yang semakin membaik.

Nilai RCA untuk negara tujuan India lebih sering menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 1, yang berarti komoditi perhiasan tidak memiliki daya saing yang cukup kuat. Selama periode 2010 hingga 2018 nilai RCA yang lebih besar dari 1 hanya terjadi dua kali, yaitu di tahun 2014 sebesar 1,439 dan yang tertinggi terjadi di tahun 2015 dengan nilai sebesar 10,458. Nilai RCA yang tinggi ini dibarengi dengan nilai ekspor yang juga tinggi pada tahun 2015 yaitu sebesar US\$ 371.573.772. Pertumbuhan ekonomi India pada 2015 menunjukkan capaian yang baik bahkan melebihi pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Tiongkok. India

yang sedang memiliki bonus demografi mempunyai potensi besar untuk meningkatkan PDB dalam jangka panjang. PDB yang semakin meningkat ini tentu menguntungkan Indonesia sebagai negara eksportir.

Nilai RCA perhiasan Indonesia ke Italia untuk periode 2010 hingga 2018 terus mengalami fluktuasi. Nilai RCA tertinggi terjadi di tahun 2010 sebesar 1,664 dan untuk nilai terendah terjadi di tahun 2016 sebesar 0,564. Selama periode penelitian, nilai RCA yang kurang dari 1 hanya terjadi dua kali, yaitu tahun 2011 sebesar 0,622, dan tahun 2016 sebesar 0,564. Tahun 2010 Italia tercatat sebagai salah satu negara dengan perekonomian terbesar, hal ini dikarenakan GDP per kapita Italia yang cukup tinggi serta menjadi negara dengan angka pengangguran terendah di Uni Eropa. Kondisi GDP yang tinggi ini akan menguntungkan Indonesia sebagai negara eksportir.

Lain hal dengan negara Jerman yang dalam periode 2010 hingga 2018 lebih sering menunjukkan nilai RCA yang lebih kecil dari 1 yaitu pada tahun 2010 hingga 2013 dengan nilai terendah terjadi di tahun 2012 sebesar 0,880, sedangkan nilai RCA tertinggi terjadi di tahun 2016 sebesar 2,976. Nilai RCA yang tinggi ini juga dibarengi dengan nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Jerman sebesar US\$ 6.936.782. Perdagangan luar negeri yang kuat dan konsumsi yang meningkat telah mendorong laju perekonomian Jerman menjadi lebih baik di tahun 2016, PDB yang tumbuh menandakan perekonomian yang membaik. Dengan begitu daya beli masyarakatnya juga akan meningkat karena pendapatan yang meningkat sehingga akan meningkatkan ekspor Indonesia ke Jerman.

Terakhir, untuk negara Thailand selalu menunjukkan nilai RCA yang lebih kecil dari 1 untuk periode penelitian dari tahun 2010 hingga 2018 yang berarti komoditi perhiasan Indonesia memiliki daya saing yang lemah. Nilai RCA yang tertinggi terjadi pada tahun 2013 sebesar 0,572 dengan nilai ekspor senilai US\$ 6.700.824. Jika melihat data yang dirilis *Trade Map* terkait negara eksportir utama perhiasan, memang Indonesia masih kalah dibandingkan dengan Thailand karena jumlah ekspor perhiasan Thailand ke dunia masih lebih tinggi dan cenderung lebih stabil tiap tahunnya. Unggulnya negara Thailand dibandingkan Indonesia dikarenakan produk yang dijual Thailand cenderung lebih murah sehingga konsumen akan

lebih tertarik dengan produk buatan Thailand. Selain itu, menurut *World Economic Forum* dalam *Global Competitiveness Report 2018*, nilai *index competitiveness* untuk Indonesia adalah 65 sedangkan Thailand masih lebih tinggi yaitu 68. Dari total duabelas pilar yang digunakan sebagai acuan menentukan daya saing suatu negara, Indonesia masih lemah di tujuh pilar jika dibandingkan Thailand antara lain infrastruktur, stabilitas makroekonomi, kesehatan, pasar tenaga kerja, sistem finansial, dinamika bisnis, dan kemampuan menciptakan inovasi. Kementerian Perindustrian juga mengakui ketertinggalan Indonesia dibandingkan Thailand dalam hal akses pasar dan juga distribusi produk.

Analisis model data panel memiliki tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengestimasi parameter, yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Untuk mengetahui model mana yang paling tepat untuk digunakan maka perlu dilakukan uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah pendekatan *common effect model* atau *fixed effect model* yang akan digunakan. Uji Hausman untuk mengetahui apakah pendekatan *fixed effect model* atau *random effect model* yang akan digunakan. Dan uji Lagrange Multiplier dilakukan apabila Uji Chow menunjukkan *common effect model* sebagai metode yang sesuai sementara Uji Hausman menunjukkan *random effect model* sebagai model yang sesuai. Hasil dari Uji LM ini dapat dilihat dari nilai probabilitas Breusch-Pagan.

Tabel 2: Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.706342	(9,77)	0.1018
Cross-section Chi-square	16.367124	9	0.0596

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2, hasil uji Chow nilai probabilitas *cross-section Chi-square* sebesar 0,0596 yang lebih besar dari taraf nyata 0,05. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga model yang terpilih adalah *common effect model*. Selanjutnya dilakukan Uji LM untuk memilih antara *common effect model* atau *random effect model* yang akan digunakan.

Tabel 3: Hasil Uji LM

Null (no rand. effect)	Cross-section	Period	Both
Alternative	One-sided	One-sided	
Breusch-Pagan	1.752332 (0.1856)	7.058405 (0.0079)	8.810737 (0.0030)

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3, nilai *cross-section Breush-Pagan* sebesar 0,1856 lebih besar dari taraf nyata 0,05. Nilai probabilitas *Breusch-Pagan* yang lebih besar dari 0,05 ini menunjukkan bahwa metode yang digunakan adalah model *common effect model*. *Common effect model* merupakan estimasi model dengan metode kuadrat terkecil atau *ordinary least square* (OLS) sehingga *common effect model* merupakan model terbaik yang digunakan dalam analisis data.

Tabel 4: Hasil Uji Chow dengan Model Terbaik *Common Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.080740	0.708031	0.114034	0.9095
GDP_PERKAPITA	1.24E-05	1.28E-05	0.967804	0.3359
NILAI_TUKAR	-0.033418	0.016297	-2.050558	0.0434*
INFLASI	-0.133481	0.068267	-1.955270	0.0538**
R-squared	0.248870	Mean dependent var		-0.179535
Adjusted R-squared	0.222668	S.D. dependent var		2.239311
S.E. of regression	1.974321	Akaike info criterion		4.241752
Sum squared resid	335.2230	Schwarz criterion		4.352855
Log likelihood	-186.8789	Hannan-Quinn criter.		4.286556
F-statistic	9.498054	Durbin-Watson stat		1.134506
Prob(F-statistic)	0.000017			

Sumber: Data diolah, 2020

$$\text{LogY}_{it} = 0,080640 + 0,00000124X_{1it} - 0,033418X_{2it} - 0,133481X_{3it}$$

$$\text{Prob. t} = 0,3359 \quad 0,0434^* \quad 0,0538^{**}$$

$$\text{Prob. F} = 0,000017$$

$$R^2 = 0,248870$$

Keterangan:

X_{1it} = Variabel GDP per kapita negara tujuan

X_{2it} = Variabel nilai tukar

X_{3it} = Variabel inflasi

*) signifikan pada $\alpha = 5\%$

**) signifikan pada $\alpha = 10\%$

Hasil Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F-statistik digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdapat dalam persamaan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hasil regresi data panel menyatakan bahwa variabel GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan tahun 2010-2018. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji F melalui probabilitas F yang memiliki nilai $0,000017 < 0,05$.

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh GDP Per Kapita Negara Tujuan (X_1) terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel GDP per kapita negara tujuan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan tahun 2010-2018. Nilai koefisien variabel GDP per kapita negara tujuan (X_{1it}) sebesar $0,00000124$ memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan GDP per kapita negara tujuan akan menyebabkan peningkatan daya saing ekspor perhiasan Indonesia sebesar $0,00000124$ satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Sedangkan, probabilitas t untuk variabel GDP per kapita negara tujuan adalah $0,3359 >$ taraf nyata $0,10$, maka pengaruh variabel GDP per kapita negara tujuan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia adalah tidak signifikan.

Pengaruh Nilai Tukar (X_2) terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan (Y)

Variabel nilai tukar memiliki pengaruh signifikan namun memiliki arah hubungan yang negatif terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia. Hal ini tidak sesuai dengan dugaan hipotesis yang menyatakan apabila Dollar Amerika Serikat mengalami apresiasi maka akan menyebabkan peningkatan daya saing ekspor. Nilai koefisien regresi variabel nilai tukar (X_{2it}) sebesar $0,033418$ yang memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan mata uang negara tujuan per USD akan menyebabkan penurunan daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan sebesar $0,033418$ dengan asumsi *ceteris paribus*. Nilai probabilitas t untuk

variabel nilai tukar adalah $0,0434 <$ taraf nyata $0,05$, yang berarti variabel nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia.

Pengaruh Inflasi Negara Tujuan (X_3) terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan (Y)

Variabel inflasi negara tujuan secara parsial memiliki pengaruh signifikan dengan arah hubungan yang negatif terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia. Hal ini sesuai dengan dugaan hipotesis yang menyatakan semakin tinggi inflasi yang terjadi di negara tujuan ekspor maka akan menurunkan daya saing ekspor. Nilai koefisien regresi variabel inflasi (X_{3it}) sebesar $0,133481$ memiliki arti bahwa setiap kenaikan inflasi sebesar 1 persen maka akan menyebabkan penurunan daya saing ekspor perhiasan sebesar $0,133481$ satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Melalui uji t, diketahui probabilitas t untuk variabel inflasi adalah $0,0538 <$ taraf nyata $0,10$, maka variabel inflasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Uji ini bertujuan menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang berdistribusi normal. Uji normalitas hanya digunakan jika jumlah observasi adalah kurang dari tiga puluh, untuk mengetahui apakah *error term* mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi lebih dari tiga puluh, maka tidak perlu dilakukan uji normalitas karena distribusi *sampling error term* mendekati normal. Dalam penelitian ini menggunakan jumlah observasi 90 maka uji normalitas dapat diabaikan.

2) Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ditujukan untuk melihat apakah observasi pada tahun dipengaruhi oleh tahun sebelumnya ($t-1$). Dengan demikian, uji autokorelasi hanya dapat dilakukan pada data *time series*, untuk penelitian yang menggunakan data *cross section* maupun data panel tidak perlu melakukan uji autokorelasi. Pengujian autokorelasi pada data yang tidak bersifat *time series* akan sia-sia, oleh karena itu uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini.

3) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya nilai korelasi antar sesama variabel independen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya. Apabila nilai koefisien korelasinya $> 0,80$ maka data tersebut terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai koefisien korelasi $< 0,80$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	-0.718652	-0.432855
X2	-0.718652	1.000000	0.309484
X3	-0.432855	0.309484	1.000000

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dari 0,80 untuk semua variabel independen, hal ini berarti antara variabel independen yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

4) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Kebanyakan dari data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser yakni meregresikan nilai mutlaknya.

Tabel 6: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a	
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.073E+15	4.624E+14		2.320	.023
GDP per kapita	-3.328E+9	8.339E+9		-.061	.399
Nilai tukar	1.347E+13	1.064E+13		.184	1.266
Inflasi	7.540E+13	4.458E+13		.190	1.691

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Pedoman yang digunakan dalam pengambilan kesimpulan uji Glejser adalah jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara ketiga variabel independen dengan absolut residual adalah lebih besar dari 0,05 yaitu 0,691 untuk variabel GDP per kapita, 0,209 untuk variabel nilai tukar, dan 0,094 untuk variabel inflasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh GDP Per Kapita Negara Tujuan terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan

GDP per kapita diartikan sebagai perbandingan antara GDP dengan jumlah populasi. Berdasarkan hasil penelitian, GDP per kapita tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai probabilitas $0,3359 > 0,10$, tapi memiliki arah hubungan yang positif. Nilai koefisien variabel GDP per kapita negara tujuan (X_{1it}) sebesar 0,00000124 memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan GDP per kapita akan menyebabkan peningkatan daya saing ekspor perhiasan Indonesia sebesar 0,00000124 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Hubungan yang positif terhadai ketika GDP per kapita negara tujuan mengalami peningkatan maka daya beli masyarakat akan lebih besar sehingga jumlah barang yang akan diimpor juga ikut mengalami peningkatan. Semakin banyak barang yang diimpor oleh negara tujuan maka daya saing ekspor juga akan ikut meningkat. Pengaruh yang tidak signifikan antara GDP per kapita negara tujuan dan daya saing ekspor terjadi karena terdapat faktor-faktor lain yang lebih mempengaruhi daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan yang tidak digunakan dalam model penelitian. Selain itu, jika tidak ada pesanan dari negara importir maka GDP per kapita negara tujuan tidak akan berpengaruh signifikan. Krisna A. dan Kesumajaya (2013) juga menyatakan

bahwa variabel PDB per kapita AS sebagai negara tujuan tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kayu olahan Indonesia.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan

Nilai tukar merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi ekspor. Nilai tukar adalah penggerak pertumbuhan karena lonjakan nilai tukar meningkatkan ekspor dan karenanya permintaan barang dapat meningkat. Berdasarkan hasil penelitian, variabel nilai tukar berpengaruh secara signifikan dengan nilai probabilitas $0,0434 < 0,05$, namun memiliki arah hubungan yang negatif terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia. Nilai koefisien regresi variabel nilai tukar (X_{2it}) sebesar $-0,033418$ yang memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan mata uang lokal negara tujuan per USD akan menyebabkan penurunan daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan sebesar $0,033418$ satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Nilai tukar yang dianalisis adalah nilai tukar mata uang negara tujuan terhadap US Dollar karena mata uang Amerika Serikat (US\$) relatif stabil dan diterima oleh sebagian besar negara sebagai alat transaksi internasional. Listianingrum (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa nilai tukar mata uang negara tujuan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap volume ekspor pakaian jadi Indonesia. Jika nilai tukar mata uang negara tujuan ekspor terhadap US\$ mengalami peningkatan nominal, artinya mata uang negara tujuan ekspor mengalami depresiasi sehingga negara tujuan akan lebih memilih ekspor daripada impor.

Pengaruh Inflasi Negara Tujuan terhadap Daya Saing Ekspor Perhiasan

Inflasi merupakan meningkatnya harga-harga secara umum dan terjadi terus-menerus. Kenaikan harga satu atau dua barang saja tidak dapat dikatakan sebagai inflasi kecuali kenaikan harga itu meluas atau mempengaruhi kenaikan harga pada barang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, inflasi berpengaruh secara signifikan dengan nilai probabilitas $0,0538 < 0,10$, dengan arah hubungan yang negatif terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan. Nilai koefisien regresi variabel inflasi negara tujuan (X_{3it}) sebesar $-0,133481$ memiliki arti bahwa setiap kenaikan inflasi di negara tujuan sebesar 1 persen maka akan menyebabkan penurunan daya saing ekspor perhiasan Indonesia sebesar $0,133481$ satuan dengan asumsi *ceteris*

paribus. Tingkat inflasi yang tinggi akan membawa permasalahan bagi perekonomian suatu negara dan juga dalam hubungannya dengan perdagangan internasional. Inflasi yang tinggi menyebabkan masyarakat dengan pendapatan tetap akan tergerus daya belinya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mutia (2015) menyatakan bahwa inflasi yang terlalu tinggi di negara tujuan ekspor akan menyebabkan penurunan daya beli sehingga akan menyebabkan ekspor ke negara tujuan menjadi berkurang. Nugroho (2013) juga menjelaskan bahwa nilai inflasi berpengaruh signifikan dengan arah yang negatif terhadap ekspor Indonesia, sesuai dengan teori dimana tingginya nilai inflasi yang terjadi di negara tujuan ekspor akan berpengaruh terhadap daya beli masyarakat di negara tersebut.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil regresi data panel dapat diketahui bahwa nilai *R-squared* (R^2) sebesar 0,248870 atau sebesar 24,887 persen. Nilai tersebut memiliki arti bahwa sebesar 24,887 persen dari variasi kenaikan atau penurunan daya saing ekspor perhiasan Indonesia dipengaruhi oleh GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan, sedangkan 75,113 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Nilai RCA untuk sembilan negara tujuan utama ekspor perhiasan Indonesia menunjukkan nilai yang lebih besar dari 1 yang menandakan daya saing yang kuat antara lain negara Swiss, Singapura, Hong Kong, Uni Emirat Arab, Amerika Serikat, Afrika Selatan, India, Italia, dan Jerman. Sedangkan untuk negara Thailand menunjukkan nilai RCA yang lebih kecil dari 1 yang berarti daya saing perhiasan Indonesia yang masih lemah. Secara simultan GDP per kapita negara tujuan, nilai tukar, dan inflasi negara tujuan berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan utama pada tahun 2010-2018 yang dilihat dari prob. $F\ 0,000017 < 0,10$. Secara parsial GDP per kapita negara tujuan (X_1)

berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan tahun 2010-2018 yang dilihat dari prob. $t > 0,3359$ taraf nyata 0,10 dengan asumsi *ceteris paribus*. Secara parsial nilai tukar (X_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan tahun 2010-2018 yang dilihat dari prob. $t < 0,0434$ taraf nyata 0,10 dengan asumsi *ceteris paribus*. Secara parsial inflasi negara tujuan (X_3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya saing ekspor perhiasan Indonesia ke negara tujuan tahun 2010-2018 yang dilihat dari prob. $t < 0,0538$ taraf nyata 0,10 dengan asumsi *ceteris paribus*.

Saran

Keberhasilan ekspor dari komoditi perhiasan tidak terlepas dari peran pemerintah melalui Kementerian Perindustrian. Kemenperin diharapkan mengeluarkan kebijakan regulasi maupun bantuan lainnya agar mampu meningkatkan daya saing komoditi perhiasan Indonesia. Pemerintah khususnya Kementerian Perindustrian dapat melakukan kebijakan yang dapat mendukung perkembangan industri perhiasan Indonesia seperti peningkatan hubungan kerjasama melalui *Free Trade Agreement* atau dengan cara aktif melakukan promosi ke pasar internasional untuk memperluas industri perhiasan dengan cara melaksanakan pameran perhiasan.

REFERENSI

- Andriani, Kadek Mega Silvia dan I Komang Gede Bendesa. (2015). Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia ke Negara ASEAN Tahun 2013. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(2), pp: 172-178
- Andriani, Tatik. (2017). Analisis Ekspor Industri Besi Baja, Mesin-Mesin, dan Otomotif (Studi Empiris Ekspor Indonesia ke Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Jepang). [skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Antara, Made. (2012). Kesiapan Tenaga Kerja Bali dalam Menghadapi Perdagangan Bebas. *Piramida*, 8(1), pp: 1-13
- Athukorala, Prema-chandra. (2006). Post-Crisis Export Performance: The Indonesian Experience in Regional Perspective. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 42(2), pp: 177-211

Bakari Sayef and Mohamed Mabrouki. (2017). Impact Of Exports And Imports On Economic Growth: New Evidence From Panama. *Journal of Smart Economic Growth*, (1)2: pp: 67-79

Batubara, Dison M.H. dan I.A. Nyoman Saskara. (2015). Analisis Hubungan Ekspor, Impor, PDB, dan Utang Luar Negeri Indonesia Periode 1970-2013. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1): pp: 46-55

Bibi, Sadia, Syed Tauqeer Ahmad, Hina Rashid. (2014). Impact of Trade Openness, FDI, Exchange Rate and Inflation on Economic Growth: A Case Study of Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(2), pp: 236-257

Budhi, Made Kembar Sri. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengentasan Kemiskinan di Bali: Analisis FEM Data Panel. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 1(6), pp: 1-6

Chappra, Imran Umer, Asim Mash Koor, Nadem A. Syeh. (2010). Chasing Sugar Consumption Pattern in Pakistan an Increasing Sugar Industry Profitability. *Journal of Management and Social Sciences*, 6(2), pp: 52-64

Coxhead, Ian dan Muqun Li. (2008). Prospects For Skills-Based Export Growth In A Labour-Abundant, Resource-Rich Developing Economy. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 44(2): pp: 209-228

Dewi, Made Dian Kartika dan Nyoman Djinar Setiawina. (2015). Pengaruh Kurs Dollar, Harga, dan Inflasi terhadap Volume Ekspor Kepiting Indonesia. *E-Jurnal EP Unud*, 4(7). pp: 746-762

Dewi, Nella Ayu Shintia. (2018). Pengaruh GDP, Inflasi, dan Exchange Rate terhadap Ekspor dan Impor Indonesia Tahun 1980-2016. [skripsi]. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*

Dolatti, Mahnaz *et al.* (2012). The Effect of Real Exchange Rate Instability on Non-Petroleum Export in Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(7), pp: 6955-6961

Egbe, O.M. (2010). Effects of Plant Density of Intercropped Soybean with Tall Sorghum on Competitive Ability of Soybean and Economic Yield at Otobi, Benue State, Nigeria. *Journal of Cereals and Oilseeds*, 1(1): pp: 1-10

Firdaus, M. (2011). *Aplikasi Ekonometrika untuk Data Panel dan Time Series*. Bogor (ID): IPB Press

Konya, Laszlo dan Jai Pal Singh. (2009). Causality Between International Trade and Gross Domestic Product: The Case of The Indian Agricultural and Manufacturing Sectors. *International Journal Economics and Business Research*, 1(1), pp: 61-75

Krisna A., I Kadek dan I Wayan Wita Kesumajaya. (2013). Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Negara Amerika Serikat. *E-Jurnal EP Unud*, 2(6), pp: 306-313

- Larasati, A.A. Istri Sita dan Made Kembar Sri Budhi. (2018). Pengaruh Inflasi dan Kurs Dollar AS terhadap Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke China. *E-Jurnal EP Unud*, 7(11): pp: 2430-2460
- Listianingrum, Nadila. (2015). Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Pakaian Jadi Indonesia ke Negara Tujuan Utama Tahun 2009-2013. [skripsi] *Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor*.
- Mankiw, Gregory N. (2003). *Macroeconomics 5th Edition*. U.S: Worth Publishers Inc.
- Margareni, Ni Putu Ayu Purnama, I Ketut Djayastra, I.G.W. Murjana Yasa. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemiskinan di Provinsi Bali. *Piramida* 12(1): pp: 101-110
- Maulana, Arif dan Fitri Kartiasih. (2017). Analisis Ekspor Kakao Olahan Indonesia ke Sembilan Negara Tujuan Tahun 2000-2014. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 17(2): pp: 103-117
- Mutia, Ratna. (2015). Analisis Pengaruh Kurs, PDB dan Tingkat Inflasi terhadap Ekspor Indonesia ke Negara ASEAN (Studi pada Negara Malaysia, Singapura, Filipina, dan Thailand). [skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Mwakanemela, Kenani. (2014). Impact of FDI Flows, Trade Openness and Inflation on The Manufacturing Export Performance of Tanzania: An Econometric Study. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(5), pp: 151-165
- Ningsih, Endah Ayu dan Wibowo Kurniawan. (2016). Daya Saing Dinamis Produk Pertanian Indonesia di ASEAN. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), pp: 117-125
- Nugroho, Jatmika Cahyo. (2013). Analisis Indikator Makroekonomi Negara Tujuan Ekspor terhadap Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia: Studi Kasus Lima Negara Tujuan Utama Ekspor. [skripsi]. *Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta*
- Permatasari, I Gusti Ayu Ika dan Surya Dewi Rustariyuni. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kako Indonesia di Kawasan ASEAN Periode 2003-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 4(7): pp: 885-872
- Pradipta, Amalia dan Muhammad Firdaus. (2014). Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 11(2): pp: 129-143
- Pramana, Komang Amelia Sri dan Luh Gede Meydianawathi. (2013). Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia ke Amerika Serikat. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6(2), pp: 98-105
- Purwanti, Putu Ayu Pramitha. (2009). Analisis Kesempatan Kerja Sektoral di Kabupaten Bangli dengan Pendekatan Pertumbuhan Berbasis Ekspor. *Piramida*, 5(1), pp: 1-10

Putra, Willy Adika. (2019). Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Perhiasan Indonesia ke Negara Tujuan Utama. [skripsi]. *Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor*.

Rangkuty, Dewi Mahrani. (2018). Analisis Ekspor Indonesia ke Jepang. *Tansiq*, 1(2), pp: 158-168

Rinaldi, Mikhral, Abd. Jamal, Chenny Seftarita. (2017). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional dan Variabel Makro terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1). pp: 49-62

Ronit, Mukherji dan Pandey Divya. (2014). The Relationship Between The Growth of Exports and Growth of Gross Domestic Product of India. *International Journal of Business and Economics Research*, 3(3), pp: 135-139

Safitri, Annisa. (2016). Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Otomotif Indonesia ke Negara Tujuan Utama Tahun 2009-2014. [skripsi]. *Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor*

Sarwono, Willy Pratama. (2014). Analisis Daya Saing Kedelai Indonesia. *Journal of Economics and Policy*, 7(2): pp: 134-140

Setyari, Ni Putu Wiwin. (2017). Trend Produktivitas Industri Produk Ekspor Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* 10(2): pp: 47-57

Shahab, Sadaf dan Muhammad Tariq Mahmood. (2013). Comparative Advantage of Leather Industry in Pakistan with Selected Asian Economics. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1), pp: 133-139

Shane, Matthew, Terry Roe and Agapi Somwaru. (2008). Exchange Rates, Foreign Income, and U.S. Agricultural Exports. *Agricultural and Resource Economic Review*, 37(2), pp: 160-175

Siburian, Onike. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Karet Alam Indonesia ke Singapura Tahun 1980-2010. *Economics Development Analysis Journal*, 1(2), pp: 1-6

Suardani, Ni Luh Anik dan Ni Luh Karmini. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kerajinan Perak di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 6 (11): pp: 2264 – 2291.

Sukirno, Sadono. (2002). *Teori Mikro Ekonomi Cetakan Keempat Belas*. Jakarta: Rajawali Press

Susanto, Heru. (2014). Kajian Komoditas Unggulan, Andalan dan Potensial di Kabupaten Grobogan. *Journal of Rural and Development*. 5(1): pp: 63-80

Trade Map. (2019). <http://www.trademap.org> diakses pada 02/12/2019

UN Comtrade. (2019). <http://www.comtrade.un.org> diakses pada 02/12/2019

Vijayasri, G. V. (2013). The Importance of International Trade In The World. *International Journal of Marketing, Financial Services and Management Research*, 2(9): pp: 111-119

Wardani, Mia Ayu dan Sri Mulatsih. (2017). Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Ban Indonesia ke Kawasan Amerika Latin. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 6(1). pp: 81-100