

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERIODE 2013-2018  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

**ARWA SALSABILA HASIBUAN**

**NPM: 1651010353**

**Program Studi: Ekonomi Syari'ah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1441 H / 2020 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERIODE 2013-2018  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

**ARWA SALSABILA HASIBUAN**

**NPM. 1651010353**

Program Studi: Ekonomi Syari'ah

**Pembimbing I : Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev**

**Pembimbing II : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1441 H/2020 M**

## ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara pemasok ekspor migas dan nonmigas di pasar dunia. Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang Indonesia miliki untuk melakukan perdagangan Internasional. Menurut data dari BPS pada tahun 2013-2018 volume ekspor kopi di Indonesia mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 volume ekspor kopi di Indonesia sebanyak 534.032 ton. Sedangkan volume ekspor kopi di Indonesia terendah yakni 279.961 ton terjadi di tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor kopi di Indonesia. Variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini adalah (1) harga kopi dunia, (2) kurs, (3) luas lahan Indonesia, dan (4) produksi, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu volume ekspor kopi di Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa data *Time Series* periode 2013-2018. Penelitian ini dilakukan melalui *website* resmi untuk memperoleh data penelitian, antara lain: Badan Pusat Statistik (BPS), *International Coffe Organization* (ICO), dan Bank Indonesia (BI). Pengolahan yang dilakukan yaitu dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 22. Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji  $R^2$ , Uji-t, dan Uji-F. Hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel harga kopi dunia berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi di Indonesia. Kemudian kurs, luas lahan dan produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi di Indonesia. Hasil pengujian diperoleh *R-squared* sebesar 36%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa volume ekspor kopi di Indonesia tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam model harga kopi dunia, kurs, luas lahan, dan produksi. Sedangkan sisanya 64% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Dalam perspektif Islam menyatakan bahwa perdagangan Internasional boleh dilakukan karena merupakan bagian dari *muamalah*. Harga kopi dunia dan nilai tukar telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam, sedangkan luas lahan dan produksi belum sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

**Kata Kunci:** Volume Ekspor Kopi, Harga Kopi Dunia, Kurs, Luas Lahan, dan Produksi Kopi





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Leikol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI DI  
INDONESIA PERIODE 2013-2018 PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**

Nama Mahasiswa : **Arwa Salsabila Hasibuan**

NPM : **1651010353**

Program Studi : **Ekonomi Syari'ah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Vitria Susanti, M. A., M. Ec.Dev**  
**NIP. 19780918200512005**

**Pembimbing II**

**Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy**  
**NIP. 19860517 201503 1 005**

**Ketua Jurusan**

**Madnasir, S.E., M.S.I**  
**NIP. 197504242002121001**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: “ **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERIODE  
2013-2018 PERSPKETIF EKONOMI ISLAM**” disusun oleh **Arwa Salsabila  
Hasibuan, NPM: 1651010353**, Jurusan **Ekonomi Syari'ah**, telah diujikan dalam  
sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung  
pada Hari/Tanggal : Rabu, 22 April 2020.

**TIM MUNAQASAH**

Ketua Sidang : Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I

(.....)

Penguji 1 : A. Zuliansyah, S.Si., M.M

(.....)

Penguji 2 : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy

(.....)

Sekretaris : Mohammad Fikri Nugraha Kholid, M.Pd

(.....)

Dekan



**Dr. Rusliah Abdul Ghofur, M.S.I.**

**NIP. 19600801 200312 1 001**



## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An Nisaa’ (4) : 29)*



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil' alamin.* Dengan menyebut nama Allah SWT Tuhan Yang Maha Penyang, penuh cinta kasihnya yang telah memberikan saya kekuatan, dan yang telah menuntun dan menyemangatiku menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ayahku tersayang Mangalingkung Hasibuan dan Mamaku tercinta Een Rosmanah, terimakasih ayah mama atas semangat, dukungan, kesabaran, do'a, nasihat dan kasih sayang yang kalian berikan, semoga Allah selalu memberikan nikmat-Nya kepada ayah mama.
2. Kakak tersayang Norfa Maliarosa Hasibuan, M.E., yang selalu memberikan semangat, cinta, kasih, serta ilmu kepadaku.
3. Teman-teman Ekonomi Syari'ah Angkatan 2016 terkhusus kelas E.
4. Yang kubanggakan almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung

## RIWAYAT HIDUP

**Arwa Salsabila Hasibuan** dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 24 April 1999, anak kedua dari dua bersaudara, buah cinta dari pasangan Ayah Mangalingkung Hasibuan dan Mama Een Rosmanah. Adapun riwayat pendidikan penulis, sebagai berikut:

1. Taman Kanak-Kanak Amarta Tani HKTI, Lulus Pada Tahun 2004;
2. Sekolah Dasar Negeri 3 Labuhan Dalam Bandar Lampung, Lulus Pada Tahun 2010;
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 19 Bandar Lampung, Lulus Tahun 2013;
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 16 Bandar Lampung, Lulus tahun 2016;
5. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan pada Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan pencipta semesta alam dan segala isinya yang telah memberikan kenikmatan iman, Islam, dan kesehatan jasmani maupun rohani. Shalawat salam disampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW, semoga kita mendapat *syafa'at*-nya pada hari kiamat nanti. Skripsi ini berjudul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERIODE 2013-2018 PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Jika didalamnya dapat dijumpai kebenaran maka itulah yang dituju dan dikehendaki. Tetapi jika terdapat kekeliruan dan kesalahan berfikir, sesungguhnya itu terjadi karena ketidak sengajaan dan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis. Karena saran, koreksi dan kritik yang proposional dan konstruktif sangat diharapkan.

Dalam penulisan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu melalui skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap dalam kesulitan mahasiswa.

2. Bapak Madnasir, S.E, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev., selaku pembimbing I, dan Bapak Muhammad Kurniawan S.E., M.E.Sy., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen, asisten dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi, membimbing, membantu, memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Kedua orang tuaku, kakak, adik, sahabat-sahabat terimakasih atas do'a, dukungan, dan semangat. Semoga Allah senantiasa membalasnya dan memberikan keberkahan kepada kita semua
6. Sahabat terbaikku, Martha Chaerani, Dewi Fidrianingrum, Muhammad Fadly Akbar, S.E., Lusi Kurnia Hanifa, Alya Agustia, Syahida Izzati, Dewi Febriani, Tedi Andri Saputra, dan sahabat yang lainnya tidak bisa kusebutkan semua. Terima kasih atas do'a, dukungan, dan kasih sayang. Kalian sahabat yang luar biasa.
7. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 yang selama ini menjadi teman yang baik dalam bertukar informasi, berbagai keluh kesah dan keceriaan.

8. Untuk semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan teman-teman yang kukenal semasa hidupku.

Bandar Lampung, April 2020

Penulis

**Arwa Salsabila Hasibuan**





## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Bab I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang .....	3
D. Rumusan masalah.....	16
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Manfaat Penelitian.....	17
<b>Bab II LANDASAN TEORI</b>	
A. Perdagangan Internasional	
1. Teori klasik perdagangan Internasional .....	18
2. Pengertian perdagangan Internasional .....	21
3. Manfaat perdagangan Internasional .....	23
B. Ekspor	
1. Teori Ekspor.....	24
2. Pengertian Ekspor .....	29
3. Manfaat Ekspor .....	30
4. Jenis Ekspor .....	31
5. Hubungan perdagangan Internasional dengan Ekspor .....	32
6. Ekspor dalam Ekonomi Islam .....	32
C. Harga	
1. Konsep Harga.....	33
2. Pengertian Harga.....	37
3. Pengendalian Harga .....	38
4. Peran/Fungsi Harga.....	40

5. Penetapan Harga dalam Islam.....	42
D. Kurs	
1. Sistem nilai tukar.....	44
2. Pengertian Kurs.....	48
3. Hubungan nilai tukar dengan Ekspor.....	50
4. Kurs dalam pandangan Islam.....	51
E. Luas lahan	
1. Teori lokasi.....	52
2. Pengertian lahan.....	53
3. Hubungan luas areal lahan dengan Ekspor.....	54
F. Faktor Produksi	
1. Teori Produksi.....	55
2. Pengertian Produksi.....	57
3. Fungsi Produksi.....	58
4. Hubungan Produksi dengan Ekspor.....	60
5. Produksi dalam Ekonomi Islam.....	61
G. Penelitian terdahulu.....	62
H. Kerangka Penelitian.....	64
I. Hipotesis.....	65
<b>Bab III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	69
B. Sifat Penelitian.....	70
C. Jenis dan sumber data.....	70
D. Teknik pengumpulan data.....	71
E. Populasi dan Sampel.....	71
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	72
G. Teknik pengolahan dan analisis data.....	77
1. Uji Asumsi Klasik.....	78
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
<b>Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	84
1. Perkembangan Volume Ekspor Kopi.....	84
2. Pengolahan Data.....	84
B. Hasil Analisis Data.....	85
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
C. Pembahasan.....	96
1. Pengaruh Harga Dunia terhadap Volume Ekspor Kopi.....	96
2. Pengaruh Kurs terhadap Volume Ekspor Kopi.....	99
3. Pengaruh Luas Lahan terhadap Volume Ekspor Kopi.....	101
4. Pengaruh Produksi terhadap Volume Ekspor Kopi.....	105
5. Pengaruh Harga Dunia, Kurs, Luas Lahan, dan Produksi terhadap Volume Ekspor Kopi.....	108
6. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Ekspor Kopi.....	109

**Bab V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....118  
B. Saran.....119

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Volume Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan.....	6
2. Produksi Tanaman Perkebunan Kopi Menurut Provinsi.....	7
3. Harga Indikator .....	8
4. Luas Tanaman Perkebunan di Indonesia .....	11
5. Produksi Tanaman Kopi di Indonesia.....	11
6. Definisi Operasional Variabel.....	74
7. Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test .....	86
8. Uji Multikolinearitas .....	87
9. Uji Autokorelasi Runs-Test .....	89
10. Uji Heteroskedastitas .....	90
11. Regresi Linier Berganda .....	91
12. Uji Koefisien Detereminasi ( $R^2$ ).....	90
13. Uji Signifikansi Simultan (F).....	93
14. Uji Signifikan Parameter.....	94

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul ini. Berdasarkan penegasan judul tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Skripsi ini berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul skripsi ini, maka perlu kiranya dijelaskan beberapan arti kata atau istilah, antara lain :

- a. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan sebenarnya.<sup>1</sup>
- b. **Faktor-faktor** adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.<sup>2</sup>
- c. **Volume** adalah isi atau besarnya benda dalam ruangan.<sup>3</sup>
- d. **Ekspor** adalah pengiriman barang dagangan ke luar negeri secara legal.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002 ), h. 43

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 35

<sup>3</sup> TIM BEJANA, *Kamus Kata Baku bahasa Indonesia*, (Jakarta: Lazuardi Buku Utama, 2009), h. 107

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 31

- e. **Perspektif** adalah cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendatar bagaimana yang terlihat dengan mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tinggi).<sup>5</sup>
- f. **Ekonomi Islam** adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan pada Al-quran dan Hadist. Para ulama, khusus nya Ahlusunnah wal jamaah bersepakat bahwa sumber hukum dalam islam adalah Al-qur'an, hadits, Ijma' dan qiyas.<sup>6</sup>

Berdasarkan penjelasan-penjelasan istilah-istilah diatas, maka dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi di Indonesia perspektif ekonomi islam.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Beberapa hal yang mendorong peneliti untuk memilih judul diatas, yaitu :

### **1. Alasan Objektif**

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang dimiliki Indonesia sehingga Indonesia sering kali mengekspor kopi dengan jumlah yang cukup banyak. Di dapat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Volume Ekspor Indonesia pada tahun 2013-2018 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 volume ekspor kopi di Indonesia sebanyak 534.032 ton. Sedangkan volume ekspor kopi di Indonesia terendah yakni 279.961 ton terjadi di

---

<sup>5</sup> Abdul Halim, Muhammad Syam Kusufi, *Akuntansi Sektor Publik : Akuntansi Keuangan Daerah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h.1062

<sup>6</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta : Erlangga, 2012 ), h. 16



tahun 2018. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi volume ekspor kopi Indonesia yang perlu penulis lakukan penelitian lebih lanjut.

## 2. Alasan Subjektif

Pembahasan ini sangat relevan dengan disiplin ilmu pengetahuan yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam serta tersedianya literature ataupun sumber lain seperti jurnal, artikel dan data yang diperlukan untuk penunjang referensi kajian dan data dalam usaha menyelesaikan karya ilmiah ini.

## C. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat.<sup>7</sup> Setiap negara pada umumnya menginginkan pertumbuhan ekonomi yang pesat agar dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yaitu melakukan perdagangan Internasional.

Perdagangan Internasional dapat memperluas pasaran dan merangsang investasi, pendapatan dan tabungan melalui alokasi sumber daya dengan lebih efisien. Jika dilakukan upaya ekspornya upaya-upaya itu cenderung meluaskan pasar. Ini semua adalah keuntungan langsung dari perdagangan luar negeri yang dikemukakan J. S. Mill. Perluasan pasar menghasilkan

---

<sup>7</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi, edisi kedua*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2001. h.10

sejumlah ekonomi *internal* dan *eksternal* dan karenanya mengurangi biaya produksi.<sup>8</sup>

Pada era perdagangan bebas ini, persaingan bisnis global membuat masing-masing negara terdorong untuk melaksanakan perdagangan internasional. Tidak terkecuali negara Indonesia, persaingan global semakin ketat memaksa Indonesia harus kompetitif untuk mempertahankan ekonomi. Untuk mengatasi hal tersebut maka di era globalisasi ini sangat diperlukan melaksanakan perdagangan internasional. Ricardo dalam Jhingan menyatakan salah satu cara untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan meningkatkan pembangunan pada sektor primer (pertanian). Sektor pertanian merupakan salah satu yang membuat pemasukan negara menjadi meningkat dari apa yang telah dihasilkan dan dapat di ekspor ke negara lain yang tidak memiliki hasil pertanian tersebut.

Tidak semua negara memiliki hasil pertanian, karena faktor dari cuaca atau lahan yang dimiliki masing-masing negara berbeda. Sebagai negara agraris, Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan hasil pertanian, sehingga menjadi salah satu kelebihan yang tidak dimiliki banyak negara lain. Dimana perkebunan sebagai salah satu sektor unggulan, karena memiliki beberapa prospek komoditi yang sangat bagus namun masih perlu dikembangkan baik budidaya, pengolahan maupun pemasarannya.

---

<sup>8</sup> Jhingan M.L, 2012, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (Jakarta; Raja Grafindo Persada), h. 448

Indonesia merupakan salah satu negara yang sejak lama telah melakukan perdagangan Internasional. Di setiap tahun nya terdapat peningkatan ekspor baik jumlah maupun jenis barang atau jasa selalu diupayakan dengan berbagai strategi diantaranya adalah pengembangan ekspor, terutama ekspor non migas. Salah satu contohnya ekspor kopi yang telah dilakukan oleh negara Indonesia terhadap negara lain. Tujuan dari program pengembangan ekspor ini adalah mendukung peningkatan daya saing global produk Indonesia serta meningkatkan peranan ekspor dalam memacu pertumbuhan ekonomi.

Indonesia merupakan salah satu negara pemasok ekspor migas dan nonmigas di pasar dunia. Tidak kurang dari 140 negara yang menjadi tujuan ekspor Indonesia. Menurut data yang di peroleh dari statistik yang dikeluarkan oleh Biro Pusat Statistik (BPS), hampir 5.000 macam produk dari Indonesia telah memasuki pasar-pasar negara tersebut, salah satunya yaitu ekspor kopi.

Sampai saat ini sasaran pasar komoditas kopi masih mengandalkan pasar ekspor di berbagai negara, karena belum menunjukkan tingkat konsumsi yang cukup tinggi terhadap kopi, oleh karena itu peningkatan konsumsi dunia masih menunjukkan prospek yang baik. Adapun 10 negara tujuan ekspor kopi Indonesia di setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**  
**Volume Ekspor Kopi menurut Negara Tujuan Utama Periode 2013-2018**  
**Berat Bersih (Ton)**

Negara Tujuan	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Amerika Serikat	66.138,1	58.308,5	65.481,3	67.309,2	63.237,6	52.083,5
Jerman	60.418,5	37.976,7	47.662,4	42.628,3	44.739,6	13.083,6
Jepang	41.920,4	41.234,3	41.240,1	35.351,9	29.503,0	30.360,6
Malaysia	40.580,4	29.136,2	38.347,5	39.049,0	41.394,1	37.319,8
Italia	38.152,5	29.745,5	43.048,3	35.804,6	38.102,9	27.929,5
Aljazair	24.265,5	10.590,6	16.911,6	9.885,0	19.022,9	5.007,9
Belgia	20.832,6	14.341,9	5.541,8	12.152,7	13.156,2	6.207,0
Inggris	20.781,0	14.349,2	21.052,6	18.355,8	21.937,5	7.555,1
India	18.292,4	14.434,3	19.303,0	11.574,0	8.291,0	2.236,6
Mesir	17.538,3	15.694,6	20.854,2	21.142,7	24.039,6	29.307,8

*Sumber; Statistika 2017*

Dari data di atas terlihat bahwa volume ekspor kopi di Indonesia relatif tetap dari negara pengimpor lainnya. Permintaan kopi dari Amerika Serikat masih menduduki peringkat teratas dari negara-negara pengimpor kopi lainnya. Dikarenakan konsumsi kopi di negara Amerika Serikat cukup tinggi, dan sebagian besar penduduk Amerika Serikat merupakan penikmat kopi Internasional. Kemudian di urutan kedua di susul oleh negara Jerman.

Berdasarkan perkembangan ekspor kopi menurut negara tujuan kecenderungan berfluktuasi setiap tahun, hal ini di duga diakibatkan oleh kondisi ekonomi negara pengimpor tersebut ataupun kondisi perkopian Indonesia mulai dari harga, produksi, dan luas lahan. Penurunan permintaan



ekspor kopi Indonesia diduga disebabkan tingginya harga di pasaran Internasional, terjadi kenaikan dan penurunan kurs rupiah terhadap dollar serta pertumbuhan ekonomi negara.

**Tabel 1.2**  
**Produksi Tanaman Perkebunan Kopi Menurut Provinsi**  
**(Ribu Ton)**

Provinsi	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sumatera Selatan	139.80	135.30	110.40	120.80	184.00	184.20
Lampung	127.10	92.10	110.30	115.50	107.20	106.20
Aceh	48.28	49.80	47.40	65.20	68.50	64.80
Sumatera Utara	58.35	59.00	60.20	65.90	67.40	67.90
Jawa Timur	56.99	58.10	66.00	63.60	64.80	71.60

*Sumber; Badan Pusat Statistik*

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi dengan produksi kopi terbesar di Indonesia adalah Sumatera Selatan. Provinsi dengan ibukota Palembang tersebut memproduksi kopi seberat 184.20 (ribu ton) pada tahun 2018. Jumlah tersebut setara dengan 25% total produksi nasional yang mencapai 674.63 (Ribu Ton) pada tahun 2018. Provinsi produksi kopi terbesar kedua adalah Lampung, yakni mencapai 106.20 (ribu ton). Diikuti oleh Aceh dengan produksi sebesar 64.80 (ribu ton).

Beberapa kemungkinan faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya ekspor kopi yaitu, persaingan harga yang dimiliki Indonesia mampu bersaing dengan negara lain, kopi yang dihasilkan Indonesia adalah jenis kopi yang memiliki cita rasa sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, Indonesia juga mampu memenuhi permintaan negara pengekspornya. Menurut Siswoputranto, berdasarkan dari aspek mutu Indonesia lebih dikenal sebagai

sumber kopi yang murah, harga yang murah tersebut berhubungan dengan citra negatif dari kopi Indonesia yang bermutu rendah dibawah mutu kopi dari negara-negara lain terutama Brazil dan Columbia.

**Tabel 1.3**  
**Harga komposit ICO dan indikator grup pada tahun 2013-2018**  
**In US cents/lb**

Harga	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ICO Composite Indicator	119,51	155,26	124,67	127,31	126,69	111,21
Robustas	94,16	100,43	88,05	88,05	100,95	83,52
Other Milds	139,53	200,93	159,94	163,80	150,74	137,11

*Sumber; ICO (International Coffe Organization)*

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan, apabila harga kopi dunia naik pada tingkat tertentu maka akan menurunkan permintaan terhadap kopi, sebaliknya jika harga kopi turun maka permintaan kopi akan naik.

Menurut Yahmadi, Harga kopi sangat ditentukan oleh kualitas, dimana kualitas kopi dipengaruhi oleh negara asal tempat tumbuh, varietas, dan penanganan pasca panen. Menurut Edo Soviandre, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani, Harga kopi yang murah tetapi berkualitas dan mempunyai banyak jenis varian serta keunikannya merupakan ciri khas kopi dari Indonesia.<sup>9</sup> Hal ini menunjukkan bahwa harga kopi di Indonesia dengan kualitas yang dihasilkan adalah kopi yang diinginkan oleh konsumen sehingga Indonesia merupakan negara pengekspor yang mampu bersaing dengan negara lain.

<sup>9</sup> Edo Soviandre, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani (2014), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Dari Indonesia Ke Amerika Serikat Studi pada Volume Ekspor Kopi Periode Tahun 2010-2012*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 14 No. 2 September 2014

Dalam perdagangan antar dua negara atau perdagangan Internasional, tidak luput dari kata Kurs atau Valuta Asing. Valuta asing atau kurs adalah tingkat harga yang telah disepakati oleh kedua negara untuk saling melakukan perdagangan. Menurut Mankiw, kurs biasa disebut sebagai valuta asing ataupun nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain. Depresiasi nilai rupiah terhadap US dollar menyebabkan kemampuan dollar meningkat terhadap rupiah sehingga dapat membeli kopi dalam jumlah besar dari Indonesia. Sebaliknya, apresiasi nilai rupiah terhadap US dollar menyebabkan kemampuan US dollar menurun dalam perolehan barang dengan nilai rupiah.

Sebagai negara pengekspor kopi, Indonesia harus mempertahankan kualitas kopi yang dihasilkan dimana dengan harga yang diberikan Indonesia untuk kualitas kopi yang dimiliki sesuai dengan permintaan dari negara-negara pengimpor nya, sehingga negara-negara pengimpor selalu menginginkan kopi yang dihasilkan oleh Indonesia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Edo Soviandre, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani, yang mendeskripsikan bahwa Harga Kopi Internasional, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat.<sup>10</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Rexsi Nopriyandi; Haryadi sependapat bahwa harga kopi, PDB dan nilai tukar memiliki hubungan jangka pendek dan keseimbangan jangka panjang terhadap volume ekspor kopi. Berdasarkan estimasi jangka panjang variabel

---

<sup>10</sup> *Ibid*

harga kopi, PDB dan nilai tukar tidak terlalu mempengaruhi volume ekspor kopi, sedangkan dalam jangka pendek ketiga variabel tersebut sangat mempengaruhi volume ekspor kopi.<sup>11</sup> Berdasarkan hasil penelitian lain dengan variabel yang berbeda, terdapat variabel yang juga mempengaruhi volume ekspor kopi di Indonesia.

Salah satu unggulan sub sektor perkebunan di Indonesia adalah kopi. Asosiasi Eksportir Kopi di Indonesia (AEKI) menyatakan kopi di Indonesia juga sudah teruji standar kualitasnya dan dapat diterima diseluruh negara di dunia karena sudah mendapat pengakuan dan bersertifikat dari ICO (*International Coffee Organization*) sebagai kopi yang berkualitas.<sup>12</sup> Kopi merupakan salah satu komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Peran komoditas kopi bagi perekonomian Indonesia cukup penting, baik sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi, sumber devisa, penyumbang pendapatan nasional, penghasil bahan baku industri, maupun penyedia lapangan kerja melalui kegiatan pengolahan, pemasaran, dan perdagangan (ekspor dan impor). Peranan penting sektor pertanian Indonesia juga dapat dilihat dari neraca perdagangan dan neraca pembayaran, yaitu penerimaan surplus. Surplus tersebut diperoleh dari hasil-hasil pertanian yang di ekspor ke luar negeri atau pasar Internasional, serta adanya substitusi impor.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Rexsi Nopriyandi; Haryadi (2017), *Analisis ekspor kopi Indonesia*, Jurnal Paradigma Ekonomika Vol. 12. No. 1, Januari—Juni 2017 ISSN: 2085-1960.

<sup>12</sup> Soviandre, Edo, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Dari Indonesia Ke Amerika Serikat*, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14, 2014), h. 2

<sup>13</sup> Rexsi Nopriyandi; Haryadi (2017), *Analisis ekspor kopi Indonesia*, Jurnal Paradigma Ekonomika Vol. 12. No. 1, Januari—Juni 2017 ISSN: 2085-1960.



**Tabel 1.4**  
**Luas tanaman perkebunan kopi Indonesia tahun 2013-2018 (Ribu Hektar)**

1	2013	1 241.71.00
2	2014	1 230.50.00
3	2015	1 230.00.00
4	2016	1 246.70.00
5	2017	1 238.50.00
6	2018	1 241.50.00

*Sumber; Badan Pusat Statistik*

Pada tabel di atas terlihat bahwa luas tanaman perkebunan kopi di Indonesia pada tahun 2013 ke tahun 2016 mengalami penyempitan dikarenakan yang membuat tanaman kopi tersebut tidak berkembang dengan baik atau lahan yang digunakan bukan untuk kebutuhan menghasilkan kopi. Namun, pada tahun 2016 terdapat perluasan tanaman kopi kembali dengan luas perkebunan 1 246.70.00 ribu hektar. Dan pada tahun 2018 mengalami penyempitan hanya dengan 1 241.50.00 ribu hektar.

**Tabel 5.**  
**Produksi Tanaman Kopi di Indonesia pada tahun 2013-2018 (Ribu Ton)**

1	2013	675.90.00
2	2014	643.90.00
3	2015	639.40.00
4	2016	663,90,00
5	2017	716.10.00
6	2018	722.50.00

*Sumber; Badan Pusat Statistik*

Pada tabel diatas menunjukkan bagaimana perkembangan produksi tanaman kopi di Indonesia pada 6 tahun belakangan ini yakni dari tahun 2013-2018 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Walaupun pada tahun 2014 dan tahun 2015 mengalami penurunan tetapi pada tahun 2016 sampai

pada tahun 2018 mengalami perkembangan yang cukup baik. Total komoditi kopi yang di produksi dari tanaman perkebunan Indonesia, sekitar 75% digunakan untuk keperluan ekspor dan sisanya (25%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.<sup>14</sup> Sebagai negara produsen, ekspor menjadi sasaran utama pemasaran produk-produk kopi yang dihasilkan Indonesia, di antaranya ke negara-negara tujuan ekspor seperti USA, negara-negara Eropa.

Produksi merupakan kegiatan yang mengubah *input* menjadi *output*. *Input* dalam artian adalah faktor-faktor produksi seperti modal, tenaga kerja, dan sumber daya alam. Faktor-faktor tersebut (*input*) akan diubah menjadi *output*. *Output* merupakan barang dan jasa yang memiliki nilai tambah melalui proses produksi. Harga faktor produksi (*input*) yang digunakan akan berpengaruh terhadap penawaran *output*. Kenaikan produksi akan meningkatkan volume ekspor, begitupun juga mengenai penurunan produksi akan menurunkan volume ekspor.

Menurut Rudy N Sasadara & Dinie Suryani mengungkapkan permasalahan khusus yang dihadapi oleh sektor ekspor Indonesia menurut Gabungan Perusahaan Ekspor Indonesia (GPEI) antara lain, sebagai berikut : *Pertama*, ekspor masih ditujukan ke negara-negara yang sama untuk waktu yang lama, seperti ke Amerika Serikat. *Kedua*, Masih relatif banyaknya komoditi yang diekspor dalam bentuk bahan baku atau bahan mentah yang sering mengakibatkan industri dalam negeri justru kesulitan memperoleh

---

<sup>14</sup> Dewi Anggraini, Thesis: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat” (Semarang, UNDIP Semarang, 2006) h. 13

bahan baku tersebut. Ketiga, terdapatnya beberapa produk ekspor yang tidak dapat memasuki pasar luar negeri karena masalah standarisasi produk yang berbeda dengan standar Indonesia.

Perang dagang antara Amerika Serikat dan China berdampak negatif terhadap perekonomian global, tak terkecuali Indonesia. Perlambatan ekonomi global saat ini terjadi pun disebabkan karena adanya perang dagang kedua negara tersebut. Dampak dari perlambatan ekonomi global menyebabkan harga dan permintaan komoditas yang menjadi andalan ekspor Indonesia semakin merosot.

Selain Indonesia sebagai negara hukum, di negara ini sebagian besar warganegaranya menganut agama Islam. Jadi, dalam melakukan segala sesuatu kegiatan khususnya masalah *muamalah* tidak dapat dipisahkan dengan ketentuan hukum Islam. Setiap orang muslim dalam melakukan aktivitas perdagangan harus berhati-hati dan sesuai dengan etika maupun prinsip-prinsip perdagangan yang telah diterangkan di dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Selain itu, mereka juga tidak boleh mengesampingkan peraturan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Karena, Islam mengajarkan bahwa kita harus taat kepada pemerintah ketika itu masih dalam peraturan baik.

Pekerjaan perdagangan menjadi penting karena menjadi ujung tombak bergeraknya ekonomi. Maka tidak salah bila Nabi yang mulia mengajarkan supaya kita belajar dari negeri China. Rasulullah SAW dalam perjalanan hidupnya pernah menjadi seorang saudagar yang dengan ketekunan dan

kejujurannya telah mengantarkan dirinya pada kesuksesan usahanya bahkan sosok pribadi yang jujur. Hal ini dapat dilihat dari praktik dagang Rasulullah SAW yang melintasi Jazirah, Arab, dan wilayah perbatasan Yaman, Bahrain, dan Syria. Abu Ubaid merupakan orang pertama yang memotret kegiatan perekonomian di zaman Rasulullah SAW, khulafaur Rasyidin, para sahabat, dan tabi-tabiin.

Secara historis jual beli dapat dilakukan dengan menggunakan dua macam cara, yaitu melalui tukar-menukar barang (barter) dan jual beli dengan sistem uang, yaitu suatu alat tukar yang sah menurut hukum. Dalam perkembangan selanjutnya aktifitas perdagangan berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi dan sistem komunikasi yang berhasil dicapai oleh ilmu pengetahuan manusia.

Rasulullah SAW bersabda: *“Jika emas dijual dengan emas, perak dijual dengan perak, gandum dijual dengan gandum, sya’ir (salah satu jenis gandum) dijual dengan sya’ir, kurma dijual dengan kurma, dan garam dijual dengan garam, maka jumlah (takaran dan timbangan) harus sama dan dibayar secara kontan (tunai). Dan jika jenis barang itu berbeda, silahkan engkau memperjualbelikannya sesukamu, namun harus dilakukan secara kontan (tunai).”* (HR Muslim)

Jika pertukaran itu dalam mata uang yang sama, nilainya harus sama dan tidak boleh ada yang diletakkan karena itu termasuk riba yang disebut dengan riba *al-fadhl*. Sedangkan, jika mata uangnya berbeda, seperti rupiah dengan dollar AS, hanya diisyaratkan transaksi itu harus tunai dan ada serah terima antara pembeli dan penjual pada saat transaksi.



Dalam bidang kegiatan ekonomi, Islam memberikan pedoman-pedoman/aturan hukum yang pada umumnya dalam bentuk garis besar. Adapula prinsip-prinsip ekonomi Islam yang merupakan rancang bangun ekonomi islam didasarkan atas lima nilai universal yakni; tauhid (keimanan), ‘adl (keadilan), nubuwah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan ma’ad (hasil). Hal ini dimaksudkan untuk memberi peluang bagi perkembangan kegiatan perekonomian di kemudian hari.

Terdapat kaidah ke-50 yang mengatur tentang Hukum asal bermu’amalah yaitu :

بَدَلِيلٍ إِلَّا وَإِيبَاحَةُ الْحِلِّ الْمُعَامَلَاتِ فِي الشَّرْطِ فِي الْأَصْلِ

Artinya: *“Hukum asal menetapkan syarat dalam mu’amalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)”*.

Dari ayat di atas dapat di tafsirkan bahwa, Islam memberikan jalan yang luas bagi manusia dalam mencari kehidupan di dunia, yang harus dikelola dengan sebaik-baiknya dan menuai hasilnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan oleh penulis di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih dalam mengenai **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI DI INDONESIA PERIODE 2013-2018 PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh Harga Kopi Dunia terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh Kurs terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh Luas Lahan terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh Produksi terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh Harga Kopi Dunia, Kurs, Luas Lahan, dan Produksi terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia?
6. Bagaimanakah Tinjauan Ekonomi Islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Ekspor di Indonesia?

#### **E. Tujuan penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor kopi di Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui pengaruh Harga Kopi Dunia terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Kurs terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia

3. Untuk Mengetahui pengaruh Luas Lahan terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Produksi terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia
5. Untuk Mengetahui pengaruh Harga Kopi Dunia, Kurs, Luas Lahan, dan Produksi terhadap Volume Ekspor kopi di Indonesia
6. Untuk Mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Ekspor Kopi di Indonesia.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penulis maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah:

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi bidang keilmuan ekonomi Islam.
- b. Penelitian ini sebagai pengembangan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kesempatan untuk menambah wawasan dan pengetahuan lebih mendalam.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut, penelitian ini dapat menjadi tambahan pembendaharaan bacaan, menambah pengetahuan, dan referensi lain yang membutuhkan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perdagangan Internasional

##### 1. Teori Klasik Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional memiliki teori, diantaranya:<sup>15</sup>

###### a. Keunggulan Absolut

Filsafat ekonomi yang dikenal sebagai merkantilisme menyatakan bahwa cara yang terpenting bagi suatu negara untuk menjadi kaya dan berkuasa adalah mengekspor lebih banyak dari pada mengimpor. Selisihnya akan diselesaikan dengan pemasukan dari logam-logam mulia sebagian besar dari emas. Adam Smith membuktikan bahwa dengan perdagangan bebas setiap negara dapat berspesialisasi dalam produksi komoditi yang mempunyai keunggulan absolut (memproduksi lebih efisien dibanding negara-negara lain) dan mengimpor komoditi yang mengalami kerugian absolut (memproduksi dengan cara yang kurang efisien).

Dasar pemikiran teori ini adalah suatu negara akan bertambah kaya ketika memiliki peningkatan keterampilan dan efisiensi dalam hal keterlibatan para tenaga kerja dalam proses produksi. Terdapat beberapa asumsi teori

---

<sup>15</sup> Salvatore, Dominick, *Economic International*, Alih Bahasa Rudi Sitompul, (Jakarta: Erlangga, 1997) h. 23

keunggulan absolut atau yang biasa disebut sebagai teori keunggulan mutlak, yakni:<sup>16</sup> 1) Faktor produksi yang digunakan hanya tenaga kerja, 2) Kualitas barang yang diproduksi kedua negara sama, 3) Pertukaran dilakukan secara barter tanpa menggunakan uang, 4) Biaya transportasi ditiadakan.

b. Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif dicetuskan oleh David Ricardo dengan asumsi utama bahwa perdagangan internasional dapat terjadi walaupun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa perdagangan Internasional dapat saling menguntungkan ketika salah satu negara tidak memiliki keunggulan absolut, dengan jalan hanya memiliki keunggulan komparatif saja pada harga untuk komoditi yang relatif berbeda.

Dalam keunggulan komparatif David Ricardo, negara yang mempunyai keunggulan mutlak dalam memproduksi semua barang itu harus mengeskpor barang yang mempunyai keunggulan komparatif tinggi dan mengimpor barang yang mempunyai keunggulan komparatif rendah. Dalam teori ini, asumsi utamanya

---

<sup>16</sup> Kemp, Murray. C, *The Pure Theory of International Trade*, (Prentice-Hall: Englewood Cliffs, N.J, 1964) h. 98



adalah keunggulan komparatif dapat tercapai ketika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa dalam jumlah lebih banyak, tapi dengan biaya yang rendah dari negara lain.

Akibat dari biaya perdagangan yang meningkat maka harga-harga barang impor di negara-negara pengekspor akan meningkat, harga terendah untuk barang-barang ekspor dan penurunannya volume perdagangan.

c. Heckscher-Ohlin (H-O)

Teori Heckscher-Ohlin atau yang biasa disebut sebagai Teori H-O dicetuskan oleh Eli Heckscher dan muridnya Bertil Ohlin. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa pola perdagangan negara-negara cenderung mengekspor barang-barang dengan faktor produksi yang relatif melimpah secara intensif. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan produktivitas yang terjadi akibat perbedaan proporsi adanya perbedaan antara faktor tenaga kerja, modal, dan luas lahan yang dimiliki oleh masing-masing negara.

Teori Heckscher Ohlin (H-O) mempunyai dua kondisi penting sebagai dasar dari munculnya perdagangan internasional, yaitu ketersediaan faktor produksi dan intensitas dalam pemakaian faktor produksi atau proporsi

faktor produksi. Produk yang berbeda membutuhkan jumlah atau proporsi yang berbeda dari faktor-faktor produksi. Perbedaan tersebut disebabkan oleh teknologi yang menentukan cara mengkombinasikan faktor-faktor produksi yang berbeda untuk membuat suatu produk.

Menurut teori H-O tiap negara akan berspesialisasi pada jenis barang tertentu dan mengekspornya yang bahan baku atau faktor produksi utamanya berlimpah atau harganya murah di negara tersebut dan mengimpor barang-barang yang bahan baku atau faktor produksi utamanya langka atau mahal.

## **2. Pengertian perdagangan Internasional**

Perdagangan Internasional didefinisikan sebagai perdagangan yang dilakukan suatu negara dengan negara lain atas dasar saling percaya dan saling menguntungkan. Dengan adanya perdagangan Internasional seseorang bisa pergi ke negara lain untuk mengirimkan komoditi tertentu, kemudian melakukan transaksi pembelian komoditi untuk ia transfer ke negaranya. Bisa juga ia mengambil komoditi untuk dijual negara lain sehingga ia akan memberikan harga komoditi tersebut untuk negaranya.<sup>17</sup>

Perdagangan Internasional dapat didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara

---

<sup>17</sup> Taqiyuddin An Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2009), h. 321

dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antar individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.<sup>18</sup> Sebuah perdagangan Internasional dilakukan untuk memenuhi kebutuhan di suatu negara yang tidak tersedia di negara lain.

Perdagangan Internasional adalah bentuk transaksi dagang yang terjadi antara subyek ekonomi negara satu dengan negara lainnya, baik berupa transaksi barang atau jasa. Adapun subyek ekonomi tersebut beragam, diantaranya penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan impor, perusahaan ekspor, perusahaan industri, perusahaan negara, departemen pemerintah, atau individu.<sup>19</sup>

Oleh karena itu, perdagangan Internasional adalah sejumlah transaksi perdagangan atau jual beli antara penjual dan pembeli (dalam hal ini satu negara dengan negara yang lain dalam bentuk ekspor dan impor) pada suatu pasar, untuk mencapai keuntungan bagi kedua belah pihak yang terlibat.

---

<sup>18</sup> Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta; Erlangga, 2014) h. 3

<sup>19</sup> Aam Slamet R, *Hubungan Antara Perdagangan Internasional, Pertumbuhan Ekonomi dan Perkembangan Industri Keuangan Syariah di Indonesia*, Jurnal TAZKIA Islamic Finance & Bussines Review, Vol. 4, No. 1, Januari-Juli 2009, hlm. 49

### 3. Manfaat Perdagangan Internasional

Manfaat perdagangan Internasional menurut Sadono Sukirno sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Menjalinkan persahabatan antarnegara, mempererat hubungan sosial antarbangsa, karena biasanya perusahaan besar di suatu negara akan mempekerjakan warga negara asing, maka dengan begitu dapat mempererat hubungan negara.
- b. Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri, banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil produksi di setiap negara, diantaranya: kondisi geografi, iklim, tingkat penguasaan iptek dan lain-lain. Dengan adanya perdagangan Internasional, setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak diproduksi sendiri.
- c. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi, sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan oleh spesialisasi.
- d. Memperluas pasar dan menambah keuntungan, terkadang para pengusaha tidak menjalankan mesin-mesinnya dengan maksimal karena mereka khawatir akan terjadi kelebihan produksi untuk kebutuhan dalam negeri itu sendiri, yang mengakibatkan turunnya harga produk mereka. Dengan adanya perdagangan Internasional, pengusaha dapat

---

<sup>20</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2001) h. 344-349

menjalankan mesin-mesinnya secara maksimal, dan menjual kelebihan produk tersebut ke luar negeri.

- e. Transfer teknologi modern, perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern mengikuti *trend*.

## B. Ekspor

### 1. Teori Ekspor

Ekspor memiliki beberapa teori diantaranya:<sup>21</sup>

- a. Teori *Absolute Advantage* dari Adam Smith

Teori *Absolute Advantage* Adam Smith yang sederhana menggunakan teori nilai tenaga kerja. Teori nilai tenaga kerja ini bersifat sangat sederhana sebab menggunakan anggapan bahwa tenaga kerja sifatnya *homogeny* serta merupakan satu-satunya faktor produksi. Dalam kenyataannya tenaga kerja itu tidak homogen, faktor produksi tidak hanya satu dan mobilitas tenaga kerja tidak bebas.

Kelebihan dari teori ini yaitu terjadinya perdagangan bebas antara dua negara yang saling memiliki keunggulan *absolute* yang berbeda, dimana terjadi interaksi ekspor dan impor hal ini dapat meningkatkan kemakmuran negara. Kelemahannya yaitu apabila hanya satu negara yang memiliki

---

<sup>21</sup> Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia: Tinjauan Histori, teoritis, dan Empiris*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) h. 128



keunggulan *absolute* maka perdagangan Internasional tidak akan terjadi karena tidak ada keuntungan.

Hal ini dapat di lihat dari hubungan negara bertetangga yaitu Indonesia dan Australia yang memiliki bentuk kerja sama ekonomi, keamanan, pariwisata dan sebagainya. Dimana Indonesia adalah negara pengimpor daging sapi terbesar dari Australia. Mengingat Indonesia adalah negara agraris yang kaya akan hasil pertanian, maka terjadi lah suatu keunggulan absolut diantara kedua negara tersebut. Indonesia mengirim makanan ternak berbentuk hasil perkebunan dan pertanian sedangkan Australia mengirim ternak hidup daging sapi.

Komoditi impor utama Indonesia dari Australia diantaranya adalah *wheat and meslin; live bovine animals; cotton, not carded or combed; unweought alumunium*, etc. dan komoditi utama ekspor Indonesia ke Australia adalah *crude petroleum oils; structures (rods, angle, plates) of iron & steel nes; gold unwrought or in semi-manufacture forms*, etc.<sup>22</sup>

Dari teori yang telah dijelaskan di atas adalah jika terdapat sebuah keunggulan absolut dari masing-masing negara maka terjadilah perdagangan Internasional diantara keduanya. Adanya keunggulan absolut dari masing-masing negara akan terjadi sebuah hubungan timbal balik perdagangan berupa

---

<sup>22</sup> Nini Salwa Istiqamah, *Kerjasama Australia-Indonesia Dalam Bidang Ekspor Impor Daging Sapi*, (Universitas Hasanuddin, 2014), h. 34-35

ekspor dan impor antara kedua negara yang terlibat yang akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan apa yang dibutuhkan negara tersebut.

b. Teori *Comparative Advantage* dari John Stuard Mill

Teori ini menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang dimiliki *Comparative Advantage* terbesar dan mengimpor barang yang dimiliki *Comparative Advantage* (suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang dan jasa yang jika dihasilkan sendiri memakan biaya yang cukup besar).

Kelebihan untuk teori *Comparative Advantage* ini adalah dapat menerangkan berapa nilai tukar dan berapa keuntungan karena pertukaran dimana kedua hal ini tidak dapat diterangkan oleh *Absolute Advantage*.

Suatu negara sudah pasti memiliki sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sehari-hari. Namun tak menutup kemungkinan suatu negara melakukan kegiatan impor untuk menutupi kebutuhan yang belum lengkap. Alasan lainnya adalah karena kualitas dan kuantitas yang dimiliki oleh produk luar negeri memungkinkan untuk dimanfaatkan.

Meskipun negara Indonesia terdapat banyak sekali sumber daya alam yang tersebar di seluruh wilayahnya, Indonesia tetap

membutuhkan produk dari luar negeri. Salah satu negara produsen bagi Indonesia adalah negara China. China merupakan negara pengeksport terbesar kedua dikarenakan harganya yang terjangkau dengan kualitas yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Zainuri Hanif dan Lizia Zamzami, Indonesia mengimpor Jeruk dari China. Buah-buahan dari China memiliki keunggulan, seperti harga yang lebih rendah dan ketersediaan pasokan yang melimpah. Perbandingan harga jeruk Mandarin dari China dijual ke konsumen dengan harga Rp. 15.000,- per kilogram (kg), sedangkan jeruk Medan dijual lebih mahal yaitu Rp. 20.000,- per kilogram (kg).<sup>23</sup>

Negara China sendiri memiliki kawasan produksi yang memadai baik dari segi luas lahan maupun teknologi penawarannya. Efeknya, mereka bisa memproduksi barang terus-menerus sepanjang tahun tanpa harus terhambat cuaca. Kondisi sebaliknya, dapat mengancam produksi Indonesia di pasar lokal maupun Internasional.

Dari teori *Comparative Advantage* ini dapat disimpulkan bahwa terdapat keuntungan serta kerugian dari masing-masing negara yang mempunyai hubungan Perdagangan Internasional dalam teori ini. Dari segi eksportir terdapat keunggulan berupa

---

<sup>23</sup> Zainuri Hanif, Lizia Zamzami, *Trend Jeruk Impor dan Posisi Indonesia sebagai Produsen jeruk Dunia*, (Jawa Timur, 2011) h. 7

volume perdagangan terus meningkat, sedangkan dari segi importir terdapat keunggulan yakni mendapatkan barang dengan harga yang relatif murah. Namun kerugian yang dialami negara importir adalah mematikan produk lokal sehingga volume perdagangan di negara tersebut berkurang.

c. *Cost Comparative Advantage* dari David Ricardo

Menurut teori *Cost Comparative Advantage (Labour Efficiency)* suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan Internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut dapat memproduksi relatif lebih efisien serta mengekspor barang dari negara pengimpor yang memproduksi tidak efisien.

Dalam teori ini, kerjasama antara dua negara yakni Indonesia dan Jepang dalam memperdagangkan suatu produk unggulan yang dimiliki Jepang salah satunya kendaraan bermotor. Jepang adalah negara yang memproduksi kendaraan bermotor secara lebih efisien dari negara Indonesia sehingga Indonesia masih menggunakan produksi kendaraan bermotor dari Jepang.

Negara Indonesia juga sebenarnya memproduksi kendaraan bermotor, namun secara kualitas dan kuantitas kendaraan bermotor yang di produksi oleh Jepang mengalahkan produk dari Indonesia. Negara Indonesia masih

ketergantungan dalam hal penyediaan komponen kendaraan bermotor.

## 2. Pengertian Ekspor

Ekspor adalah proses pemindahan suatu barang atau komoditas dagang dari suatu negara ke negara lain secara legal.<sup>24</sup> Ekspor adalah suatu komponen pengeluaran agrerat, oleh sebab itu ekspor dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nasional yang akan dicapai. Banyak orang, intuisi pemerintah atau perusahaan yang melakukan aktivitas penjualan barang ke luar negeri.

Menurut Ibnu Syeh Fajar, Ekspor adalah perdagangan dengan mengeluarkan barang dari dalam negeri dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Salah satu komponen dalam perdagangan Internasional, yaitu ekspor, sering disebut juga sebagai komponen pembangunan utama (*export-led-development*) artinya ekspor memegang peranan utama dan signifikan terhadap proses pembangunan suatu bangsa.<sup>25</sup>

Dengan pengertian tersebut Ekspor dapat diartikan bahwa suatu total penjualan barang yang dapat dihasilkan oleh suatu negara, kemudian diperdagangkan kepada negara lain secara legal dengan tujuan mendapatkan devisa. Suatu negara dapat mengekspor barang-barang yang dihasilkannya ke negara lain yang

---

<sup>24</sup> TIM BEJANA, *Kamus Kata Baku Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Lazuardi Buku Utama, 2009) h. 31

<sup>25</sup> Ibnu Syeh Fajar, *Pengaruh Ekspor-Impor dan Indeks Harga Konsumen (IHK) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013) h. 3



tidak dapat menghasilkan barang-barang yang dihasilkan oleh negara pengekspor.

### 3. Manfaat Ekspor

Ekspor memiliki beberapa manfaat, sebagai berikut:<sup>26</sup>

#### a. Memperluas Pasar bagi Produk Indonesia

Kegiatan ekspor merupakan salah satu cara memasarkan produk Indonesia ke luar negeri. Misalnya, kopi merupakan salah satu sektor keunggulan dari negara Indonesia yang sudah dikenal oleh penduduk dunia. Apabila permintaan terhadap kopi Indonesia semakin meningkat, pendapatan para produsen kopi semakin besar. Dengan demikian, kegiatan produksi kopi di Indonesia akan semakin berkembang.

#### b. Menambah Devisa Negara

Perdagangan antarnegara memungkinkan eksportir Indonesia untuk menjual barang kepada masyarakat luar negeri. Transaksi ini dapat menambah penerimaan devisa negara. Dengan demikian, kekayaan negara akan bertambah karena devisa merupakan salah satu sumber penerimaan negara.

#### c. Memperluas Lapangan Pekerjaan

Kegiatan ekspor akan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Dengan semakin luasnya pasar bagi produk

---

<sup>26</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi, Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010) h. 351

Indonesia, kegiatan produksi di dalam negeri akan meningkat. Semakin banyak pula tenaga kerja yang dibutuhkan sehingga lapangan kerja akan semakin luas.

#### **4. Jenis Ekspor**

Kegiatan ekspor terbagi menjadi 2, yaitu:<sup>27</sup>

##### **a. Ekspor langsung**

Ekspor langsung adalah cara menjual suatu komoditi tertentu melalui eksportir yang bertempat di negara lain atau negara yang akan dituju. Penjualan dilakukan melalui distributor dan perwakilan penjualan perusahaan. Keuntungannya, produksi dapat langsung terpusat di negara pengirim dan kontrol terhadap distribusi lebih baik. Kelemahannya, biaya transportasi lebih tinggi untuk produk dalam skala besar dan adanya hambatan perdagangan.

##### **b. Ekspor tidak langsung**

Ekspor tidak langsung adalah teknik dimana barang dijual melalui perantara negara pengirim kemudian dijual oleh negara perantara tersebut. Kelebihannya, sumber daya produksi terkonsentrasi dan tidak perlu menangani ekspor secara langsung. Kelemahannya, kontrol terhadap distribusi kurang dan pengetahuan terhadap operasi di negara lain terbatas.

---

<sup>27</sup> N. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, Edisi ketujuh, (Worth publishers: 2010)

## 5. Hubungan Perdagangan Internasional dengan Ekspor

Hubungan Perdagangan Internasional dengan ekspor dapat dijelaskan dalam teori perdagangan yang menerangkan bahwa dalam teori perdagangan Internasional disebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor dapat dilihat dari sisi permintaan dan sisi penawaran. Dari sisi permintaan, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, nilai tukar, pendapatan dunia dan kebijakan perdagangan luar negeri negara pengimpor dan devaluasi di negara eksportir. Sedangkan dari sisi penawaran, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, harga domestik, nilai tukar, kualitas produk, teknologi, kapasitas produksi, bunga modal, upah tenaga kerja, harga input, modal dan kebijakan deregulasi (negara eksportir).<sup>28</sup>

## 6. Ekspor dalam Ekonomi Islam

Ajaran Islam adalah ajaran yang berusaha menyeimbangkan peran pemerintah dan masyarakat dalam pertumbuhan ekonomi. Terkait peran pemerintah atau negara, maka basis dari peran dan fungsi negara dalam kegiatan ekonomi adalah prinsip keadilan. Islam telah sejak dulu melakukan perdagangan luar negeri/perdagangan Internasional. Hal ini dapat dilihat dari praktik dagang Rasulullah SAW yang melintasi Jazirah, Arab, dan wilayah perbatasan Yaman, Bahrain, dan Syria. Abu

---

<sup>28</sup> Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta; Erlangga, 2014) h. 92-93

Ubaid merupakan orang pertama yang memotret kegiatan perekonomian di zaman Rasulullah SAW, khulafaur Rasyidin, para sahabat, dan tabiin-tabiin.

Terdapat kaidah ke-50 yang mengatur tentang Hukum asal bermu'amalah yaitu :

بَدَلِيْلٍ اِلَّا وَالْاِبَاحَةُ الْجِلُّ الْمُعَامَلَاتِ فِي الشَّرُوْطِ فِي لِاصْلُ

Artinya: “*Hukum asal menetapkan syarat dalam mu'amalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)*”.

Dari ayat di atas dapat di tafsirkan bahwa, Islam memberikan jalan yang luas bagi manusia dalam mencari penghidupan di dunia, yang harus dikelola dengan sebaik-baiknya dan menuai hasilnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Islam membolehkan perdagangan luar negeri/perdagangan internasional yang memiliki keutamaan seperti yang disebutkan di atas, yaitu Islam juga memberikan batasan-batasan.

## C. Harga

### 1. Konsep Harga

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan *utility* dan *value* adalah sebagai berikut :<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), cet 4, h.

- a. *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.
- b. *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (*price*) adalah suatu nilai barang yang dinyatakan dengan uang.

Definisi di atas memberikan arti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai yang digunakan untuk mendapatkan suatu produk ataupun jasa yang dibutuhkan konsumen.

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu memilih strategi penetapan harga. Strategi harga yang mencerminkan pertimbangan tambahan yaitu:<sup>30</sup>

- a. *Penetration pricing*

*Penetration pricing* yaitu menetapkan harga sebuah produk barang atau jasa kurang dari harga nominalnya, harga pasar jangka panjang dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan pasar yang lebih cepat atau untuk meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada.

---

<sup>30</sup> Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, *Kewirausahaan*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001) cet 2, h. 382-383



Penelitian yang dilakukan oleh Laras Aulia Pramesti menyebutkan bahwa penggunaan strategi *penetration pricing* berpengaruh pada peningkatan penjualan di PT. Sinar Sosro. Peneliti mendapatkan hasil bahwa penerapan strategi *penetration pricing* pada salah satu produk Sinar Sosro yakni S-Tee sudah ada kemajuan dalam hal peningkatan dan tetap bertahan pada harga rendah namun memiliki banyak konsumen serta tidak merugikan perusahaan.<sup>31</sup>

b. *Skimming pricing*

Strategi *skimming pricing* dengan cara menetapkan harga barang atau jasa pada tingkat yang tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum menurunkan harga tersebut, pada tingkat yang lebih kompetitif.

Penelitian Seviani Baroroh, analisis strategi harga kartu perdana PT. Telkomsel, Tbk. Menetapkan harga tertinggi karena produk yang diluncurkan adalah kartu seluler isi ulang pertama, tidak hanya di Indonesia tetapi Asia. Dalam melaksanakan strategi ini, PT. Telkomsel melakukan aktivitas promosi yang gencar agar volume penjualan terus meningkat dengan harga yang mahal.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Laras Aulia Pramesti, *Penerapan Strategi Penetration Pricing pada Produk The Kemasan Sosro Varian S-Tee*, (Univ 11 Maret, Surakarta, 2018), h. 8

<sup>32</sup> Seviani Baroroh, *The Analysis Of Product&Price Strategy To Maintain the Market Share Upon PT. Telkomsel, Tbk Central Java&Particular Administrative of Yogyakarta Divre*, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2006), h.12-13

c. Penetapan harga menurut pemimpin besar

Penetapan harga menurut pemimpin besar menggunakan pesaing tertentu sebagai model dalam menetapkan harga barang dan jasa. Reaksi yang mungkin muncul dari para pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga di bawah harga yang berlaku saat ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Didi Nuryadin, Rini Dwi Astuti, Ardito Bhinadi, menyatakan bahwa Indonesia dalam menetapkan harga menurut pemimpin besar yaitu Pemerintah. Selama ini pemerintah melalui Kementerian Perdagangan terus mengendalikan ketersediaan pasokan untuk memastikan kestabilan harga baik ditingkat konsumen maupun produsen.<sup>33</sup>

d. Penetapan harga variabel

Beberapa bisnis menggunakan harga variabel untuk menawarkan kelonggaran harga untuk para konsumen tertentu, bahkan meskipun mereka mungkin memperlihatkan harga yang sama. Kelonggaran yang dibuat berbagai alasan termasuk pengetahuan dan daya tawar menawar seorang konsumen.

Sebagian perusahaan menetapkan kelonggaran harga untuk mengetahui pengetahuan konsumen terhadap produk tersebut.

Walaupun pada akhirnya menjual dengan harga yang sama

---

<sup>33</sup> Didi Nuryadin, Rini Dwi Astuti, Ardito Bhinadi, *Mekanisme Transmisi Harga Internasional Dalam Rangka Penetapan Harga oleh Pemerintah terhadap Beberapa Komoditas Hasil Pertanian Tertentu*, (FEB, UPN Veteran Yogyakarta, Vol. 17, No, 1,2016) h. 72

dengan pesaing, namun perusahaan memiliki strategi agar produknya tersebut laku dipasaran.

e. Menetapkan harga fleksibel

Daripada menggunakan total biaya sebagai dasar keputusan penetapan harga, sebanyak perusahaan dengan strategi penetapan harga fleksibel mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktik penetapan harga para pesaing.

Dalam suatu mekanisme pasar dibebaskannya harga untuk para konsumen maupun produsen dalam menetapkan harga namun tidak melonjak jauh dari harga yang telah ditetapkan pemimpin besar. Para produsen dan konsumen menetapkan harga sesuai dengan kondisi pasar yang terjadi.

## **2. Pengertian Harga**

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Menurut Kotler, harga adalah jumlah nilai yang ditukar konsumen atas perolehan suatu manfaat karena memiliki dan menggunakan produk atau jasa tersebut, atau sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan

variabel bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>34</sup>

Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhoi oleh kedua belah pihak yang melakukan akad.<sup>35</sup>

Menurut J. Stanton harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah dengan beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang di bebankan untuk sesuatu.<sup>36</sup>

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana biaya yang dibebankan kepada pihak pembeli yang mengharuskan membayar dengan sejumlah uang yang telah ditentukan untuk menukarkan dengan suatu barang/jasa.

### 3. Pengendalian Harga

Dalam suatu negara berkembang pemerintah dapat menentukan batas harga tertinggi ataupun harga terendah, sebagai contoh pemerintah mengenakan pajak yang tinggi pada barang-

---

<sup>34</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 67

<sup>35</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000) h. 87

<sup>36</sup> Marius P. angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002) cet 2, h. 268

barang mewah atau barang impor, atau memberi subsidi untuk barang-barang kebutuhan pokok. Kebijakan pemerintah ini disebut pengendalian harga dan dilakukan untuk mengendalikan inflasi serta melindungi konsumen dan produsen dalam negeri, sistem ekonomi dimana usaha swasta diberikan kebebasan untuk mengatur produksi dan harga, tetapi diawasi bila perlu dicampuri diatur oleh pemerintah dikenal oleh tata ekonomi “campuran”.<sup>37</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan kontrol harga adalah melindungi konsumen atau produsen. Bentuk kontrol harga yang paling umum digunakan adalah penetapan harga dasar (*floor price*) dan harga maksimum (*ceiling price*). Berikut adalah macam bentuk kontrol harga secara umum:<sup>38</sup>

a. Harga Dasar (*floor price*)

Harga dasar yaitu tingkat harga maksimum yang diberlakukan jika pemerintah menetapkan harga dasar kopi Rp. 700,- per kilogram (kg), pembeli harus membeli kopi dari petani dengan harga serendah-rendahnya Rp. 700,- per kilogram (kg). Contoh lain, jika pemerintah menetapkan upah minimum tenaga kerja Rp. 15.000,- perhari, maka majikan harus membayar tenaga kerja paling sedikit Rp. 15.000,- per hari.

---

<sup>37</sup> T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Penerbit Knisius, 2004), h. 129-130

<sup>38</sup> Pratama Jaya dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), Edisi ketiga, h. 45-48

b. Harga tertinggi (*ceiling price*)

Harga tertinggi adalah batas maksimum harga penjualan oleh produsen. Di Indonesia yang paling terkenal misalnya penetapan harga patokan setempat (HPS) untuk semen, tujuan penetapan harga tertinggi umumnya adalah harga produksi dapat terjangkau oleh konsumen yang daya belinya kurang. Namun kebijakan ini tidak digunakan bila produsen memiliki kekuatan oligopoli apalagi daya monopoli seperti yang terjadi pada HPS semen yang terus-menerus dilanggar produsen semen raksasa.

c. Kuota

Selain dengan pembelian, pemerintah mempengaruhi tingkat harga dengan melakukan kebijaksanaan kuota (pembatasan produksi) misalnya, pemerintah ingin menolong petani kopi dengan cara membatasi jumlah produksi (kuota) untuk meningkatkan harga.

#### 4. Peran/Fungsi Harga

Dari sudut pemasaran, ada tiga peran/fungsi utama harga yakni sebagai berikut:<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Jajat Kristianto, *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*, (IBI: Erlangga, 2011), h. 200-203



a. Turut menentukan Volume Penjualan

Dengan mengacu pada kurva penawaran dan permintaan (*supply and demand*), kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan: semakin tinggi harga sebuah produk maka volume penjualan semakin rendah. Namun harus diingat bahwa kurva permintaan tidaklah berbentuk garis lurus dari titik tinggi di garis sumbu horizontal tetapi pada titik tertentu sebelum menyentuh garis sumbu horizontal, ia akan melengkung dan menurun ke kiri. Melengkungnya kurva permintaan tersebut disebabkan karena adanya persepsi konsumen terhadap produk dengan harga yang terlalu murah berarti kualitas produk juga rendah sehingga keinginan untuk membeli produk tersebut juga semakin menurun alih-alih semakin tinggi.

b. Turut menentukan besarnya laba

Dapat diketahui bahwa dasar untuk kalkulasi penetapan harga jual sebuah produk adalah “biaya *plus* laba” (*cost plus*) atau dengan kata lain, laba sebuah produk ditentukan oleh harga jual per unit dikurangi dengan harga pokok penjualan (*cost of goods sold*). Pada tingkat harga pokok penjualan tertentu, semakin tinggi harga jual semakin tinggi laba yang diperoleh dan sebaliknya.

c. Turut menentukan citra produk

Salah satu unsur yang membentuk citra sebuah produk adalah persepsi mengenai kualitas sebuah produk, artinya semakin mahal harga sebuah produk maka persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut semakin tinggi dan sebaliknya.

## 5. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Pasar tidak membutuhkan suatu intervensi dari pihak manapun tidak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya.<sup>40</sup> Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam Al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal.

Konsep harga menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap

---

<sup>40</sup> Syamsul Hilal, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, ASAS, Vol. 6, No. 2, Juli 2004, h. 18

aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen. Dijelaskan dalam firman Allah dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَاقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

Artinya : *Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (Al-Baqarah: 278)*<sup>41</sup>

Ibnu Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran.<sup>42</sup> Harga juga dipengaruhi oleh tingkat-tingkat kepercayaan terhadap orang-orang yang terlibat dalam transaksi.

Akmad Mujahidin mengatakan bahwa pada masa kepemimpinan rasul dimana rasul tidak mahu menetapkan harga. Hal demikian menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah hal ini dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal akan tetapi apabila tidak dalam keadaan sehat yakni terjadi kedzaliman seperti adanya kasus

<sup>41</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2:278.

<sup>42</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2003), hlm.

penimbunan, riba dan penipuan, maka pemerintah hendaknya dapat bertindak untuk menentukan harga pada tingkat yang adil sehingga dari penetapan harga tersebut tidak adanya pihak yang dirugikan. Dengan demikian pemerintah hanya memiliki wewenang untuk menentukan harga apabila terjadi praktek kedzaliman pada pasar, namun dalam kondisi normal harga diserahkan kepada kesepakatan antara pembeli dan penjual.<sup>43</sup>

Dalam penetapan harga, Islam tidak pernah menetapkan harga secara mutlak karena menurut Rasulullah SAW, pasar adalah kasus khusus dan bukan merupakan aturan umum. Atas dasar Q.S Al-Baqarah ayat 278 bahwasannya mekanisme pasar dikembalikan kepada penjual dan pembeli pada saat itu tanpa mengambil keuntungan yang berlebihan dan tanpa adanya unsur riba.

#### **D. Kurs/Valuta Asing**

##### **1. Sistem Nilai Tukar**

Valuta Asing memiliki beberapa sistem kurs yaitu:<sup>44</sup>

- a. Sistem Kurs mengambang (*floating exchange rate*), Sistem kurs ini ditentukan oleh mekanisme pasar dengan atau tanpa upaya stabilisasi oleh otoritas moneter. Menurut Adwin Surya Atmadja, negara yang sedang berkembang terjadi kecenderungan untuk menerapkan sistem nilai tukar yang

---

<sup>43</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), hlm. 172

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 263

mengambang yang salah satunya disebabkan oleh banyaknya kejadian krisis nilai tukar yang kerap terjadi.<sup>45</sup>

Di dalam sistem kurs mengambang dikenal dengan dua macam kurs mengambang, yaitu :

- 1) Mengambang bebas (murni), dimana kurs mata uang ditentukan sepenuhnya oleh mekanisme pasar tanpa ada campur tangan pemerintah. Sistem ini sering disebut *clean floating rate*, di dalam sistem ini cadangan devisa tidak diperlukan karena otoritas moneter tidak berupaya untuk menetapkan atau memanipulasi kurs.

Indonesia mulai menerapkan sistem nilai tukar mengambang bebas mulai dari 1997 hingga sekarang dimana posisi nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing (USD) ditentukan oleh mekanisme pasar. Sejak Juli 1997, rupiah mengalami tekanan yang mengakibatkan semakin melemahnya nilai rupiah terhadap US Dollar. Sehingga sistem nilai tukar ini akan menyerahkan seluruhnya kepada pasar dan hampir tidak ada campur tangan pemerintah.

- 2) Mengambang terkendali (*managed or dirty floating exchange rate*), dimana otoritas moneter berperan aktif dalam menstabilkan kurs pada tingkat tertentu. Oleh

---

<sup>45</sup> Adwin Surya Atmadja, *Free Floating Exchange Rate System dan Penerapannya pada Kebijakan Ekonomi di Negara yang Berperekonomian Kecil dan Terbuka*, Univ Kristen Petra, Jurnal Akuntansi&Keuangan, Vol. 3, No. 1, 2001, h. 19

karena itu, cadangan devisa biasanya dibutuhkan karena otoritas moneter perlu membeli atau menjual valuta asing untuk mempengaruhi pergerakan kurs.

- b. Sistem Kurs tertambat (*pegged exchange rate*). Dalam sistem ini, suatu negara mengkaitkan nilai mata uangnya dengan suatu mata uang negara lain atau sekelompok mata uang, yang biasanya merupakan mata uang negara partner dagang yang utama “menambatkan” ke suatu mata uang berarti nilai mata uang tersebut bergerak mengikuti mata uang yang menjadi tambatannya. Jadi sebenarnya mata uang yang ditambatkan tidak mengalami fluktuasi tetapi hanya berfluktuasi terhadap mata uang lain mengikuti mata uang yang menjadi tambatannya.

Sekitar 50 negara di dunia menganut sistem kurs tertambat ini. Salah satu contohnya ialah mata uang Real yang digunakan oleh Republik Yaman ditambatkan pada Dollar Amerika. Sehingga perubahan mata uang real di Yaman akan tergantung pada perubahan nilai Dollar Amerika.

- c. Sistem Kurs tertambat merangkak (*creeping pegs*). Dalam sistem ini, suatu negara melakukan sedikit perubahan dalam nilai mata uangnya secara *periodic* dengan tujuan untuk bergerak menuju nilai tertentu pada rentang waktu tertentu. Keuntungan utama sistem ini adalah suatu negara dapat



mengatur penyesuaian kursnya dalam periode yang lebih lama dibanding sistem kurs tertambat. Oleh karena itu, sistem ini dapat menghindari kejutan-kejutan terhadap perekonomian akibat revaluasi atau devaluasi yang tiba-tiba dan tajam.

- d. Sistem sekeranjang mata uang (*basket of currencies*). Banyak negara terutama negara sedang berkembang menetapkan nilai mata uangnya berdasarkan sekeranjang mata uang. Keuntungan dari sistem ini adalah menawarkan stabilitas mata uang suatu negara karena pergerakan mata uang disebar dalam sekeranjang mata uang. Sedangkan mata uang yang dimasukkan dalam keranjang umumnya ditentukan oleh perannya dalam membiayai perdagangan negara tertentu. Mata uang yang berlainan diberi bobot yang berbeda tergantung peran relatifnya terhadap negara tersebut. Jadi sekeranjang mata uang bagi suatu negara dapat terdiri dari beberapa mata uang yang berbeda dengan bobot yang berbeda.
- e. Sistem Kurs tetap (*fixed exchange rate*). Dalam sistem ini, suatu negara mengumumkan suatu kurs tertentu atas nama uangnya dan menjaga kurs ini dengan menyetujui untuk menjual atau membeli valuta asing dalam jumlah tidak terbatas pada kurs tersebut. Kurs biasanya tetap atau diperbolehkan berfluktuasi dalam batas yang sangat sempit.

Sejak 2008 China telah menganut sistem kurs tetap karena pada saat itu Yuan mengalami fluktuasi besar hingga pemerintah merasa telah melenceng jauh dari nilai ekonominya yang dapat mengganggu kinerja perekonomian negara, maka pemerintah China melakukan kebijakan devaluasi atau pelemahan mata uang domestik secara sengaja terhadap mata uang asing.

## 2. Pengertian Valuta Asing

Definisi menurut Abimanyu nilai tukar atau kurs (*foreign exchange rate*) antara lain adalah harga mata uang suatu negara relatif terhadap mata uang negara lain. Karena nilai mata uang, maka titik keseimbangannya ditentukan oleh sisi penawaran dan permintaan dari kedua mata uang tersebut.<sup>46</sup>

Nilai tukar rupiah atau juga disebut dengan kurs rupiah adalah perbandingan nilai atau harga mata uang Rupiah dengan mata uang lain. Perdagangan antar negara di mana masing-masing negara mempunyai alat tukarnya sendiri mengharuskan adanya angka perbandingan nilai suatu mata uang dengan mata uang lainnya, yang disebut kurs valuta asing.

Valuta Asing adalah suatu mekanisme di mana orang dapat melakukan berbagai tindakan mentransfer daya beli melewati batas negara yang menggunakan suatu mata uang yang berbeda,

---

<sup>46</sup> Abimanyu, Yoopi, *Memahami Kurs Valuta Asing*, FE-UI, (Jakarta, 2004)

memperoleh atau menyediakan kredit untuk transaksi perdagangan Internasional, dan meminimalkan atau menyediakan kredit untuk transaksi perdagangan Internasional, dan meminimalkan kemungkinan resiko kerugian (*exposure of risk*) akibat terjadinya fluktuasi kurs suatu mata uang.<sup>47</sup> Kurs beli ditetapkan menurut sudut pandang bank yang menunjukkan nilai tukar yang dinyatakan dalam suatu satuan terhadap jumlah satuan mata uang negara lain.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kurs valuta asing adalah sejumlah uang yang ditentukan dari suatu mata uang tertentu yang berlaku di negara nya dan dapat dipertukarkan dengan satu unit mata uang negara lain.

*Kurs (exchange rate)* antara dua negara adalah tingkat harga yang disepakati penduduk kedua negara untuk saling melakukan perdagangan. Para Ekonom membedakan kurs menjadi dua: kurs nominal dan kurs riil. Kurs Nominal (*Nominal Exchange Rate*) adalah nilai yang digunakan seseorang saat menukar mata uang suatu negara dengan negara lain. Sedangkan Kurs riil (*Real Exchange Rate*) adalah nilai yang digunakan seseorang saat menukar barang dan jasa dari suatu negara dengan barang dan jasa dari negara lain.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta: Erlangga, 2015) h.152

<sup>48</sup> *Ibid*, h. 263

### 3. Hubungan Nilai Tukar dengan Ekspor

Depresiasi nilai rupiah terhadap US dollar menyebabkan kemampuan dollar meningkat terhadap rupiah sehingga dapat membeli suatu barang atau jasa dalam jumlah besar dari Indonesia. Sebaliknya, apresiasi nilai rupiah terhadap US dollar menyebabkan kemampuan US dollar menurun dalam perolehan barang atau jasa dengan nilai rupiah. Menurunnya kurs rupiah terhadap mata uang asing khususnya dollar AS memiliki pengaruh negatif terhadap ekonomi.<sup>49</sup>

Dalam sistem kurs mengambang, depresiasi atau apresiasi nilai mata uang akan mengakibatkan perubahan ke atas ekspor maupun impor. Jika kurs mengalami depresiasi, yaitu nilai mata uang dalam negeri menurun dan berarti nilai mata uang asing bertambah tinggi kursnya (harganya) akan menyebabkan ekspor meningkat dan impor cenderung menurun. Jadi kurs valuta asing mempunyai hubungan yang searah dengan volume ekspor. Apabila nilai kurs dollar meningkat, maka volume ekspor juga akan meningkat.

Ekspor sangat bergantung pada nilai tukar, karena nilai tukar merupakan alat penentu harga barang yang akan di ekspor. Hubungan nilai tukar dengan ekspor dapat dijelaskan dengan konsep teori penawaran, penawaran disini adalah ekspor dari

---

<sup>49</sup> Sitinjak, Elyzabeth Lucky Maretha dan Widuri Kurniasari, Indikator-indikator Pasar Saham dan Pasar Uang yang Saling Berkaitan Ditinjau dari Pasar Saham Sedang Bullish dan Bearish, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vo. 3, No. 3, 2003.

negara yang melakukan perdagangan luar negeri. Sedangkan harga yang dimaksud yaitu kurs.

#### 4. Valuta Asing dalam Pandangan Islam

Pada masa awal dan kejayaan Islam, mata uang itu hanya dalam berbentuk emas yang dinamakan dinar dan perak yang dinamakan dengan dirham. Namun saat ini alat transaksi yang digunakan berupa nikel, tembaga dan kertas yang diberi nilai tertentu. Pada dasarnya Kurs/Valuta Asing hukumnya boleh, sebagaimana jual beli lainnya, selama tidak mengandung unsur riba, *gharar* dan spekulasi, serta memenuhi syarat yang telah ditentukan dalam syariat.

Rasulullah SAW bersabda: *“Jika emas dijual dengan emas, perak dijual dengan perak, gandum dijual dengan gandum, sya’ir (salah satu jenis gandum) dijual dengan sya’ir, kurma dijual dengan kurma, dan garam dijual dengan garam, maka jumlah (takaran dan timbangan) harus sama dan dibayar secara kontan (tunai). Dan jika jenis barang itu berbeda, silahkan engkau memperjualbelikannya sesukamu, namun harus dilakukan secara kontan (tunai).”* (HR Muslim)

Hadits di atas menjelaskan bahwa pertukaran mata uang suatu negara diperbolehkan dalam Islam, dengan syarat nilai mata uang yang akan ditukarkan sama nilainya dan tidak diperbolehkan adanya suatu kelebihan dalam suatu nilai tukar mata uang. Jika terdapat suatu kelebihan nilai mata uang maka harus dibayar secara tunai, tidak boleh ditunda sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan.

Jika pertukaran itu dalam mata uang yang sama, nilainya harus sama dan tidak boleh ada yang dlebihkan karena itu termasuk riba yang disebut dengan riba *al-fadhl*. Sedangkan, jika mata uangnya berbeda, seperti rupiah dengan dollar AS, hanya diisyaratkan transaksi itu harus tunai dan ada serah terima antara pembeli dan penjual pada saat transaksi.

## E. Luas Lahan

### 1. Teori Lokasi

Teori lokasi adalah suatu teori yang dikembangkan untuk melihat dan memperhitungkan pola lokasional kegiatan ekonomi termasuk industri dengan cara yang konsisten dan logis, dan untuk melihat serta memperhitungkan bagaimana daerah-daerah kegiatan ekonomi saling berhubungan satu sama lain.

Teori lokasi berusaha untuk menjelaskan distribusi kegiatan di suatu tempat. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi kegiatan individu, alokasi bagian yang berbeda dari wilayah di antara berbagai jenis produksi, membagi pasar spesial antara produsen, dan distribusi fungsional kegiatan di suatu tempat.<sup>50</sup>

Bapak teori Lokasi Von Thunnen (1783-1850) mengembangkan teori lokasi pada awal abad 19. Berdasarkan pengamatan di daerah tempat tinggalnya, berbagai komoditas

---

<sup>50</sup> Yosi Suryani, *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur)*, Universitas Negeri Padang, 2015, h. 154



pertanian diusahakan menurut pola tertentu. Von Thunen menyatakan bahwa pola penggunaan lahan sangat ditentukan oleh biaya transportasi yang dikaitkan dengan jarak dan sifat barang dagangan khususnya hasil pertanian. Von Thunen mengkondisikan ada empat hal yang harus dipenuhi dalam menentukan suatu lokasi, yakni: (1) *isolated state*; (2) *uniform plain*; (3) *transportation costs* berbanding lurus dengan jarak; dan (4) *maximisme profits*.<sup>51</sup>

Suatu usaha apabila terletak jauh dari supliernya maka akan semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang. Harga jual barang akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya bahan dasar dan bahan-bahan lainnya yang diperlukan dalam proses produksi. Harga dari bahan-bahan dasar dan bahan-bahan pembantu dipengaruhi pula oleh biaya yang harus ditanggung oleh *supplier* untuk mendistribusikan barang tersebut. Pemasok mempunyai pengaruh pada usaha dalam hal kecepatan penyediaan, kualitas produk yang terjaga, biaya pengiriman, dan yang lainnya sehingga kedekatan dengan sumber pemasok perlu ditimbang dalam pemilihan lokasi usaha. Dengan demikian, lokasi biaya minimum akan menghasilkan laba yang maksimum.

## 2. Pengertian Luas Lahan

Lahan merupakan tempat untuk menghasilkan suatu produk pertanian dan juga perkebunan. Lahan dapat dijadikan sebagai

---

<sup>51</sup> Sabari, Yunus, Hadi, *Struktur Tata Ruang Kota*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h. 90-91

tolak ukur untuk mengukur besar kecilnya usaha tani. Luas lahan adalah luas lahan pertanian yang dapat ditanami daun tanaman yang dinyatakan dalam satuan hektar.<sup>52</sup> Jadi lahan dapat diartikan sebagai suatu tempat atau tanah yang mempunyai luas tertentu yang dapat ditanami daun tanaman dan dapat digunakan untuk usaha tani yang dinyatakan dalam satuan hektar.

Dalam pengertian lahan, diasumsikan bahwa tidak semua tanah merupakan lahan pertanian akan tetapi sebaliknya, semua lahan pertanian merupakan tanah, lahan merupakan bagian dari tanah, hal ini karena tidak semua tanah dapat digunakan sebagai lahan dalam usaha pertanian. Lahan yang ada harus diolah dengan menggunakan teknik-teknik pertanian yang sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan sifat-sifat fisik dari tanah dan juga untuk mendapatkan hasil tanaman yang lebih baik.

### **3. Hubungan Luas Areal Lahan dengan Ekspor**

Hubungan luas areal lahan dapat dilihat pada setiap kenaikan produksi haruslah disertai dengan adanya peningkatan luas lahan, jumlah tenaga kerja, dan pengeluaran pembangunan pemerintah pada sektor perkebunan. Hal ini akan dikembalikan ke dalam faktor pendukungnya seperti izin pengembangan pembukaan

---

<sup>52</sup> Dini Mulyandari, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019, hlm. 5

lahan produktif akan lebih mudah, peningkatan sumber daya manusia yang dibiayai oleh pemerintah.<sup>53</sup>

Luas lahan dapat mempengaruhi jumlah produksi suatu komoditi, semakin lahan tersebut luas maka hasil yang dapat diperoleh petani akan meningkat. Akan tetapi jika petani tidak dapat memanfaatkan luas lahan tersebut maka semakin luas lahan tidak menjamin petani akan menghasilkan komoditi yang besar dikarenakan dengan lahan yang luas akan sulit untuk dilakukan pengawasan terhadap penggunaan faktor produksi, selain lahan yang luas juga memerlukan tenaga kerja dan modal yang cukup besar juga.

Zuhri berpendapat bahwa luas atau kecilnya suatu lahan pertanian yang dipergunakan dalam melakukan perkebunan secara tidak langsung berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan.<sup>54</sup> Semakin luas areal lahan yang digunakan dalam sektor perkebunan maka hasil produksi yang dihasilkan pula akan meningkat.

## **F. Faktor Produksi**

### **1. Teori Produksi**

Teori produksi adalah teori yang mempelajari berbagai macam *input* pada tingkat teknologi tertentu yang menghasilkan

---

<sup>53</sup> Putri Kusuma Dewi dan Ayu Suresmiathi Dewi, *Pengaruh Jumlah Produksi, Kurs Dollar Amerika Serikat dan Luas Areal Lahan terhadap Ekspor Karet Indonesia Tahun 1993-2013*, Universitas Udayana, Vol. 4, No. 2, 2015, hlm. 83

<sup>54</sup> Syarwan, *Pengaruh Nilai Tukar (Kurs), Luas Areal Lahan, dan Produksi terhadap Ekspor Cengkeh Indonesia Tahun 1975-2016*, Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018

sejumlah output tertentu. Sasaran dari teori produksi adalah untuk menentukan tingkat produksi yang optimal dengan sumber daya yang ada.<sup>55</sup>

Menurut Aziz N, teori produksi dapat dibedakan menjadi dua bagian yang pertama, teori produksi jangka pendek dimana apabila seseorang produsen menggunakan faktor produksi maka ada yang bersifat variabel dan yang bersifat tetap. Kedua, teori produksi jangka panjang apabila semua input yang digunakan adalah input variabel dan tidak terdapat *input* tetap, sehingga dapat diasumsikan bahwa ada dua jenis faktor produksi yaitu tenaga kerja (TK) dan modal (M).<sup>56</sup>

Salah satu asumsi dalam teori produksi adalah masing-masing produsen berusaha mendapatkan laba yang maksimum. Upaya untuk memaksimalkan laba ini dilakukan baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Untuk upaya jangka panjang upaya tersebut dilakukan dengan menerapkan teknologi baru yang mampu menekan biaya produksi sehingga keuntungan per unit produksi meningkat. Sedangkan dalam jangka waktu pendek untuk memaksimalkan laba dilakukan dengan mengatur pengalokasian banyaknya penggunaan setiap jenis *input* variabel yang dipakai dalam proses produksi.

---

<sup>55</sup> I Wayan Chandra Adyatma & Deva Nyoman Budiana, *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usahatani Cengkeh di desa Manggisari*, *E-Jurnal EP Unud*, ISSN: 2303-0178, h. 425

<sup>56</sup> Aziz N, *Pengantar Ekonomi*, (Malang: Banyumedia, 2013)

Teori produksi yang sederhana menggambarkan hubungan antara tingkat *output* yang dihasilkan dengan jumlah tenaga kerja (*labour*) yang digunakan untuk menghasilkan *output* tersebut. Dalam analisis produksi dengan satu input variabel diasumsikan bahwa semua faktor produksi selain tenaga kerja (*L*) dianggap tetap.

## 2. Pengertian Produksi

Produksi adalah sebuah proses penciptaan barang mentah menjadi barang jadi yang siap pakai. Produksi adalah proses ekonomi yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu *output* berupa barang dan jasa yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari hidup manusia.<sup>57</sup> Tingkat produksi akan berbanding lurus dengan tingkat penawaran.

Produksi merupakan kegiatan yang mengubah input menjadi *output*. *Input* dalam artian adalah faktor yang dapat menghasilkan suatu barang seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, tanah, dan keahlian keusahawan. Faktor-faktor tersebut (*input*) akan diubah menjadi *output*. *Output* disini merupakan barang dan jasa yang memiliki nilai tambah melalui proses

---

<sup>57</sup> Amirus Saleh Mejaya dkk, *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 34 No. 2, Juni 2016, Universitas Brawijaya, hlm. 22

produksi tersebut. Kualitas dan kuantitas *output* yang dihasilkan akan sangat bergantung pada input yang digunakan.<sup>58</sup>

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang.

### 3. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara berbagai kombinasi input yang digunakan untuk menghasilkan output. Seorang produsen atau penguasa dalam melakukan proses produksi untuk mencapai tujuannya harus menentukan dua macam keputusan, yakni: 1) berapa output yang harus diproduksi, dan 2) bagaimana faktor-faktor produksi (*input*) dipergunakan.

Secara matematis fungsi produksi dapat dinyatakan, sebagai berikut :<sup>59</sup>

$$Q = f (C,L,R,T)$$

---

<sup>58</sup> Muhammad Luqman Zakariya, *Pengaruh Produksi, Harga, dan Nilai tukar terhadap Volume Ekspor*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 40, No. 2, November 2016, h. 140

<sup>59</sup> Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikro Ekonomi*, Terj. Devri Barnadi Putera, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h. 219



Dimana :      $Q = Output$   
                    $C = Capital$   
                    $L = Labour$   
                    $R = Natural Resources$   
                    $T = Technology$

Persamaan di atas merupakan suatu pernyataan matematis yang pada dasarnya berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung pada jumlah modal, tenaga kerja, kekayaan alam dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda pula. Di samping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu, dapat pula digunakan gabungan faktor produksi yang berbeda. Dengan membandingkan berbagai gabungan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah barang tertentu dapatlah ditentukan gabungan faktor produksi yang paling ekonomis untuk memproduksi sejumlah barang.<sup>60</sup>

Tahapan produksi seperti yang dinyatakan dalam *The Law of Diminishing Returns* dapat dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu :

- a. Produksi total dengan *increasing returns* (produksi terus bertambah dengan cepat),

---

<sup>60</sup> Rianto, M. nur, dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi; Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 168

- b. Produksi total dengan *decreasing returns* (semakin lama semakin kecil), dan
- c. Produksi total yang semakin menurun.

Fungsi Produksi dengan satu faktor produksi adalah hubungan antara tingkat produksi dengan satu macam faktor produksi yang digunakan. Sedangkan faktor-faktor produksi yang lain dianggap penggunaannya tetap pada tingkat tertentu (*ceteris paribus*).

Fungsi produksi dengan dua faktor produksi dimisalkan hanya ada dua faktor produksi yang dapat diubah-ubah penggunaannya di dalam proses produksi. Dimisalkan pula bahwa kedua faktor produksi tersebut dapat saling menggantikan. Misalnya, faktor produksi X1 dapat menggantikan faktor produksi X2, demikian pula sebaliknya X2 dapat menggantikan X1. Masalah yang dihadapi produsen atau pengusaha dalam kasus ini adalah kombinasi mana dari penggunaan dua faktor produksi itu yang memerlukan biaya terendah untuk menghasilkan suatu jumlah produk tertentu (*least cost combination*).

#### **4. Hubungan Jumlah Produksi dengan Ekspor**

Hubungan produksi dengan ekspor dapat dilihat suatu negara memiliki tingkat produktifitas yang berbeda hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan kondisi produksi pada tiap negara, sehingga jika produksi domestik suatu negara tinggi maka

akan cenderung melakukan ekspor dalam jumlah besar. Hal ini menjelaskan bahwa ketika produksi meningkat maka persediaan akan meningkat dan ekspor juga akan meningkat, sebaliknya jika produksi menurun maka ekspor juga akan menurun.

Jika produksi mengalami peningkatan maka ketersediaan dalam negeri juga meningkat, sehingga penawaran baik dalam negeri maupun di luar negeri juga meningkat. Maka dari itu produksi meningkat sehingga volume ekspor juga meningkat.<sup>61</sup>

## 5. Produksi dalam Islam

Kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi Islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber daya alam oleh manusia. Imam al-Ghazali menganggap bahwa produksi barang-barang kebutuhan dasar sebagai kewajiban sosial (*fardhu kifayah*).<sup>62</sup>

Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa. Al-qur'an telah meletakkan landasan yang sangat kuat terhadap produksi, seperti yang terdapat di dalam Q.S An-Nahl ayat 5, yang berbunyi :

---

<sup>61</sup> Syarwan, *Pengaruh Nilai Tukar (Kurs), Luas Areal Lahan, dan Produksi terhadap Ekspor Cengkeh Indonesia Tahun 1975-2016*, Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018

<sup>62</sup> Sri Wahyuni, *Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Akuntabel Vol. 10 No. 1, Maret 2013, Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman, hlm. 78

وَاللّٰهُمَّ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿٦٣﴾

Artinya : “Dan Dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagianya kamu makan”<sup>63</sup>

Ayat di atas menginterpretasikan bahwa Allah telah menciptakan hewan ternak untuk diproduksi oleh manusia guna mendapat manfaat. Seperti daging yang dapat diolah dan dimakan, bulu yang dapat ditenun menjadi pakaian dan lain sebagainya. Pemanfaatan inilah yang kemudian disebut dengan produksi.

Konsep produksi ekonomi Islam, produsen harus mampu mengolah sumber daya alam yang diciptakan Allah dengan baik, etika dan norma produksi harus diprioritaskan, kemaslahatan umat lebih tinggi dibandingkan kemaslahatan diri sendiri, alat produksi dimanfaatkan dengan amanah memakmurkan bumi, karena manusia merupakan *Khalifatul fil Ardhi*, dimana manusia akan mempertanggungjawabkan segala yang ia lakukan dimuka bumi di hari akhir nanti.

## G. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini penulis juga mengambil referensi dari beberapa penelitian terdahulu sebagai gambaran untuk mempermudah proses penelitian. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

---

<sup>63</sup> Departemen Agama RI, al-Qur'an, Q.S an-Nahl: 5

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan di atas, penelitian ini memfokuskan pada pengaruh harga kopi, kurs/valuta asing, luas lahan dan produksi terhadap volume ekspor kopi di Indonesia. Berikut ini adalah beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya :

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Anggraini, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kopi dunia berpengaruh signifikan.<sup>64</sup> Rexsi Nopriyandi; Haryadi dengan hasil penelitian harga kopi, PDB dan nilai tukar memiliki hubungan jangka pendek dan keseimbangan jangka panjang terhadap volume ekspor kopi.<sup>65</sup>

Edo Soviandre, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani dengan hasil penelitian Pada hasil uji simultan (uji F), variabel Produksi Kopi Domestik, Harga Kopi Internasional, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Volume Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat. Pada hasil uji parsial (uji t), variabel Produksi Kopi Domestik, dan Harga Kopi Internasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan pada variabel Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Dewi Anggraini, Thesis: *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat"* (Semarang, UNDIP Semarang, 2006) hlm. 13

<sup>65</sup> Rexsi Nopriyandi; Haryadi (2017), *Analisis ekspor kopi Indonesia*, Jurnal Paradigma Ekonomika Vol. 12. No. 1, Januari—Juni 2017 ISSN: 2085-1960.

<sup>66</sup> Soviandre, Edo, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Dari Indonesia Ke Amerika Serikat*, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14, 2014).

Benedicta Rafensca Merry Christa, beberapa variabel independen, diantaranya adalah total produksi kopi robusta Indonesia, harga Internasional kopi robusta, GDP per kapita Jerman masing-masing mempengaruhi secara signifikan terhadap volume ekspor kopi robusta Indonesia ke Pasar Jerman. Sementara, variabel kurs rupiah terhadap dollar AS tidak memiliki pengaruh signifikan secara nyata pada volume ekspor kopi robusta Indonesia ke Pasar Jerman.<sup>67</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel x untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor kopi di Indonesia. Keempat variabel tersebut adalah harga kopi dunia, kurs, luas lahan, dan produksi. Dalam penelitian ini, penulis melihat bagaimana pengaruh masing-masing variabel tersebut secara parsial ataupun simultan. Sehingga penulis dapat melihat bagaimana pengaruh harga kopi dunia, kurs, luas lahan, dan produksi terhadap volume ekspor kopi di Indonesia.

## **H. Kerangka Penelitian**

Kerangka penelitian yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran mengemukakan bahwa kerangka penelitian merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Benedicta Rafensca Merry Christa, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Indonesia Ke Pasar Jerman*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya, Vol. 6, No. 1.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2017, h.60



Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kerangka penelitian adalah penjelasan sementara secara konseptual tentang keterkaitan hubungan pada setiap objek permasalahan berdasarkan teori. Perkembangan dunia perdagangan internasional saat ini mengalami kemajuan yang signifikan, begitu juga dengan ekspor kopi Indonesia. Jumlah produksi kopi Indonesia rata-rata mencapai 600 ribu ton/tahun. Sekitar 75% produksi kopi digunakan untuk keperluan ekspor dan sisanya (25%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tercatat dalam Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia (AEKI), Indonesia telah mengekspor kopi dari tahun 1979 dengan jumlah yang berbeda tiap tahunnya. Volume ekspor kopi yang berfluktuasi menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap volume ekspor kopi di Indonesia.

Harga Internasional adalah merupakan harga keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor dunia. Produksi dunia yang berfluktuasi akan mempengaruhi harga di pasar internasional. Maka dapat dikatakan bahwa ekspor komoditi di pasar internasional dipengaruhi oleh harga luar negeri, permintaan dan penawaran domestik antar negara, juga faktor nilai tukar mata uang suatu negara terhadap negara lain.

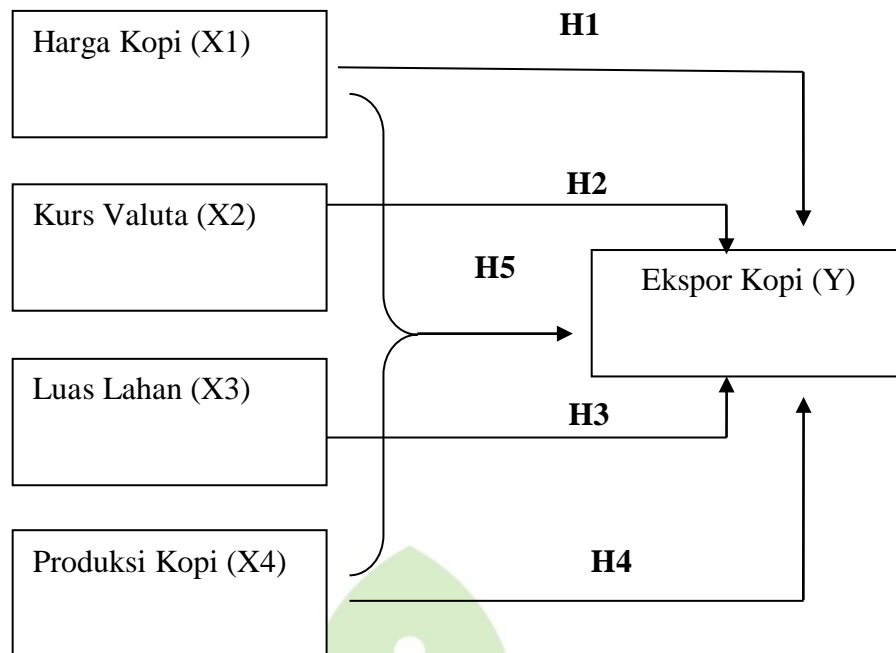
Ekspor dipengaruhi oleh perbedaan harga potensial antara harga ekspor terhadap harga dalam negeri, semakin tinggi perbedaan harga ekspor di atas harga dalam negeri, semakin besar jumlah yang akan diekspor. Sehingga jika harga komoditas di pasaran domestik stabil,

sedangkan harga yang berlaku di pasar internasional meningkat maka selisih yang terjadi akan dieskpor menjadi bertambah banyak.

Ekspor sangat bergantung pada nilai tukar, karena nilai tukar merupakan alat penentu harga barang yang akan di ekspor. Meningkatnya nilai kurs Dollar AS terhadap Rupiah dapat menguntungkan bagi jenis usaha ekspor yang banyak menggunakan kandungan lokal seperti usaha bidang pertanian. Jika kurs mengalami depresiasi, yaitu nilai mata uang dalam negeri menurun dan berarti nilai mata uang asing bertambah tinggi kursnya (harganya) akan menyebabkan ekspor meningkat dan impor cenderung menurun.

Luas lahan dapat mempengaruhi jumlah produksi suatu komoditi, semakin lahan tersebut luas maka hasil yang dapat diperoleh petani akan meningkat. Luas atau kecilnya suatu lahan pertanian yang dipergunakan dalam melakukan perkebunan secara tidak langsung berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan. Jika produksi mengalami peningkatan maka ketersediaan dalam negeri juga meningkat, sehingga penawaran baik dalam negeri maupun di luar negeri juga meningkat. Maka dari itu produksi meningkat sehingga volume ekspor juga meningkat.

Berdasarkan penjelasan diatas, diduga factor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor kopi di Indonesia antara lain harga kopi dunia, nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar, luas lahan Indonesia, dan produksi kopi di Indonesia.



## I. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori maka hipotesisnya adalah :

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia

Harga kopi yang ditetapkan Indonesia untuk mengekspor kopi memiliki peran untuk meningkatkan volume ekspor kopi namun perlu dikembangkan secara baik dan optimal. Harga kopi memiliki peran penting dalam ekspor Indonesia dikarenakan harga kopi akan

menjadi salah satu faktor persaingan ekspor kopi antar negara. Dengan harga kopi yang relatif rendah namun kualitas kopi yang baik maka akan meningkatkan volume ekspor di Indonesia. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Edo Soviandre, M. Al Musadieg, Dahlan Fanani (2014) menemukan bahwa harga kopi Internasional berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat. Melihat dari penelitian di atas maka hipotesis pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Harga berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi di Indonesia

## 2. Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia

Depresiasi nilai rupiah terhadap US dollar menyebabkan kemampuan dollar meningkat terhadap rupiah sehingga dapat membeli kopi dalam jumlah besar. Hal ini berarti adanya kontribusi nilai tukar dapat mempengaruhi volume ekspor kopi di Indonesia.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ma'rifatul Jamilah, Edy Yulianto, dan Mukhammad Kholid Mawardi (2016) menemukan bahwa nilai tukar berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia. Melihat dari penelitian di atas maka hipotesis kedua yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 = Nilai Tukar berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi di Indonesia

### 3. Pengaruh Luas Lahan terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia

Sebagai negara agraris, Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan hasil pertanian, sehingga menjadi salah satu kelebihan yang tidak dimiliki banyak negara lain salah satunya adalah mempunyai lahan yang cukup luas untuk dapat menghasilkan pada sektor pertanian maupun perkebunan. Dengan lahan yang luas dapat mempengaruhi volume kopi yang cukup banyak dan dapat menghasilkan kualitas kopi yang cukup baik.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luh Putu Manik Segarani dan Putu Martini Dewi (2015) menemukan bahwa luas lahan berpengaruh signifikan pada volume ekspor cengkeh di Indonesia tahun 1993-2012. Melihat dari penelitian di atas maka hipotesis ketiga yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 = Luas Lahan berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi di Indonesia

### 4. Pengaruh Produksi terhadap Volume Ekspor Kopi di Indonesia

Produksi merupakan kegiatan yang mengubah *input* menjadi *output*. Faktor-faktor tersebut (*input*) akan diubah menjadi *output*. Harga faktor produksi (*input*) yang digunakan akan berpengaruh terhadap penawaran *output*. Kenaikan produksi akan

meningkatkan volume ekspor, begitupun juga mengenai penurunan produksi akan menurunkan volume ekspor.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amirus Saleh Mejaya, Dahlan Fanani, dan M. Kholid Mawardi (2016) menemukan bahwa produksi berpengaruh signifikan pada volume ekspor teh di Indonesia tahun 2010-2013. Melihat dari penelitian di atas maka hipotesis keempat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4 = Produksi berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi di  
Indonesia





## DAFTAR PUSTAKA

- Aam Slamet R, *Hubungan Antara Perdagangan Internasional, Pertumbuhan Ekonomi dan Perkembangan Industri Keuangan Syariah di Indonesia*, Jurnal TAZKIA Islamic Finance & Bussines Review, Vol. 4, No. 1, Januari-Juli 2009
- Abimanyu, Yoopi, *Memahami Kurs Valuta Asing*, FE-UI, (Jakarta, 2004)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2003)
- Adwin Surya Atmadja, *Free Floating Exchange Rate System dan Penerapannya pada Kebijakan Ekonomi di Negara yang Berperekonomian Kecil dan Terbuka*, Univ Kristen Petra, Jurnal Akuntansi&Keuangan, Vol. 3, No. 1, 2001,
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada)
- Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Amirus Saleh Mejaya dkk, *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 34 No. 2, Juni 2016, Universitas Brawijaya
- Arikunto, S, *Metodelogi Penelitian : Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006)
- Aziz N, *Pengantar Ekonomi*, (Malang: Banyumedia, 2013)
- Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia: Tinjauan Histori, teoritis, dan Empiris*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)
- Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), cet 4
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Dewi Anggraini, Thesis: *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat"* (Semarang, UNDIP Semarang, 2006)
- Didi Nuryadin, Rini Dwi Astuti, Ardito Bhinadi, *Mekanisme Transmisi Harga Internasional Dalam Rangka Penetapan Harga oleh Pemerintah terhadap*

- Beberapa Komoditas Hasil Pertanian Tertentu*, (FEB, UPN Veteran Yogyakarta, Vol. 17, No, 1,2016)
- Dini Mulyandari, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019
- I Wayan Chandra Adyatma & Deva Nyoman Budiana, *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usahatani Cengkeh di desa Manggisari*, E-Jurnal EP Unud, ISSN: 2303-0178
- Ibnu Syeh Fajar, *Pengaruh Ekspor-Impor dan Indeks Harga Konsumen (IHK) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013)
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit-UNDIP, 2013)
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara,2008)
- Jajat Kristianto, *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*, (IBII: Erlangga, 2011)
- Kemp, Murray. C, *The Pure Theory of International Trade*, (Prentice-Hall: Englewood Cliffs, N.J, 1964)
- Laras Aulia Pramesti, *Penerapan Strategi Penetration Pricing pada Produk The Kemasan Sosro Varian S-Tee*, (Univ 11 Maret, Surakarta, 2018), h. 8
- Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta; Erlangga, 2014)
- Marius P. angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002) cet 2,
- Moh. Prabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*,( Jakarta : Bumi Aksara, 2006),
- Muhammad Luqman Zakariya, *Pengaruh Produksi, Harga, dan Nilai tukar terhadap Volume Ekspor*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 40, No. 2, November 2016
- N. Gregory mankiw, *Macroeconomics*, Edisi ketujuh, (Worth publishers: 2010)
- Nini Salwa Istiqamah, *Kerjasama Australia-Indonesia Dalam Bidang Ekspor Impor Daging Sapi*, (Universitas Hasanuddin, 2014)
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009)

- Pratama Jaya dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), Edisi ketiga.
- Putri Kusuma Dewi dan Ayu Suresmiathi Dewi, *Pengaruh Jumlah Produksi, Kurs Dollar Amerika Serikat dan Luas Areal Lahan terhadap Ekspor Karet Indonesia Tahun 1993-2013*, Universitas Udayana, Vol. 4, No. 2, 2015.
- Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000)
- Rexsi Nopriyandi; Haryadi (2017), *Analisis ekspor kopi Indonesia*, Jurnal Paradigma Ekonomika Vol. 12. No. 1, Januari—Juni 2017 ISSN: 2085-1960.
- Rianto, M. nur, dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi; Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikro Ekonomi*, Terj. Devri Barnadi Putera, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012)
- Sabari, Yunus, Hadi, *Struktur Tata Ruang Kota*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002),
- Sadono Sukirno, *Makroekonomi, Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2001)
- Salvatore, Dominick, *Economic International*, Alih Bahasa Rudi Sitompul, (Jakarta: Erlangga, 1997)
- Seviani Baroroh, *The Analysis Of Product&Price Strategy To Maintain the Market Share Upon PT. Telkomsel, tbk Central Java&Particular Administrative of Yogyakarta Divre*, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2006)
- Singgih Santoso, *Menguasai SPSS 22 From Basic To Expert Skills* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015)
- Sitinjak, Elyzabeth Lucky Maretha dan Widuri Kurniasari, Indikator-indikator Pasar Saham dan Pasar Uang yang Saling Berkaitan Ditinjau dari Pasar Saham Sedang Bullish dan Bearish, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vo. 3, No. 3, 2003.
- Soviandre, Edo, M. Al Musadieq, Dahlan Fanani, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Dari Indonesia Ke Amerika Serikat*, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14, 2014)

- Sri Wahyuni, *Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Akuntabel Vol. 10 No. 1, Maret 2013, Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman
- Sudjana, *Metode Statistika* (Bandung: PT. Tarsito, 2011)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung; Alfabeta, 2012) ,h.11
- Syamsul Hilal, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, ASAS, Vol. 6, No. 2, Juli 2004
- Syarwan, *Pengaruh Nilai Tukar (Kurs), Luas Areal Lahan, dan Produksi terhadap Ekspor Cengkeh Indonesia Tahun 1975-2016*, Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018
- T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Penerbit Knisius, 2004)
- Taqiyuddin An Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2009)
- TIM BEJANA, *Kamus Kata Baku Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Lazuardi Buku Utama, 2009)
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015),
- Yosi Suryani, *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur)*, Universitas Negeri Padang, 2015
- Zainuri Hanif, Lizia Zamzami, *Trend Jeruk Impor dan Posisi Indonesia sebagai Produsen jeruk Dunia*, (Jawa Timur, 2011)