

## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan pertukaran barang, jasa, dan faktor produksi yang melintasi batas negara. Berdasarkan Markusen, Melvin, Kaempfer, & Maskus (1995) terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perdagangan internasional, diantaranya adalah adanya perbedaan teknologi, perbedaan sumber daya yang dimiliki, adanya kebijakan pemerintah, persaingan tidak sempurna di pasar domestik dan *economies of scale*, dan perbedaan pada sisi permintaan, seperti selera dan pendapatan perkapita.

Perbedaan teknologi antar negara dapat mendorong terjadinya perdagangan internasional. Ketika dua negara memiliki perbedaan teknologi dalam berproduksi, maka perbedaan tersebut dapat dieksploitasi untuk menciptakan perdagangan. Masing-masing negara tersebut akan melakukan spesialisasi dalam memproduksi produk yang memiliki keunggulan teknologi produksi dan mengeksport produk tersebut untuk kemudian ditukar dengan produk yang tidak memiliki keunggulan teknologi dalam produksi. Perbedaan teknologi ini akan menciptakan perbedaan kemampuan berproduksi yang selanjutnya menciptakan keunggulan komparatif.<sup>1</sup> Keunggulan komparatif inilah yang akan menyebabkan perbedaan harga, sehingga memungkinkan setiap negara memiliki keuntungan dengan melakukan perdagangan.

Selain itu, perbedaan sumber daya yang dimiliki suatu negara juga dapat mendorong terjadinya perdagangan, hal tersebut dapat dijelaskan oleh model Heckscher-Ohlin. Dalam model tersebut dijelaskan bahwa keunggulan komparatif dan perdagangan yang dilakukan oleh suatu negara akan ditentukan oleh perbedaan kelimpahan faktor (*factor endowments* atau *factor abundance*) relatif antar negara. Jika diasumsikan bahwa setiap negara memiliki kelimpahan faktor yang relatif berbeda dibandingkan negara lain, faktor produksi baik modal

---

<sup>1</sup> Merupakan konsep keunggulan perdagangan oleh David Ricardo yang menyatakan bahwa negara akan memfokuskan memproduksi barang yang dianggap paling baik untuk diproduksi. Model ini memprediksi bahwa negara-negara akan menjadi spesialis secara penuh dibandingkan memproduksi bermacam barang komoditas berdasarkan keunggulan yang dimilikinya.

maupun tenaga kerja yang dimiliki dapat dipindahkan dengan mudah (*perfect capital mobility*), memiliki teknologi produksi yang sama, fungsi produksi bersifat *constant return to scale*, tidak terdapat biaya transportasi, tarif, atau hambatan lainnya terhadap aliran perdagangan internasional yang bebas, maka suatu negara akan mengekspor komoditi yang dalam proses produksinya membutuhkan penggunaan intensif dari faktor produksi yang relatif berlimpah dan murah di negara tersebut dan mengimpor komoditi yang membutuhkan penggunaan intensif dari faktor produksi yang relatif langka dan mahal.

Jika pada model Heckscher-Ohlin diasumsikan bahwa faktor produksi bersifat *perfect mobility*, maka pada model faktor spesifik (*specific factors model*) hanya tenaga kerja saja yang diasumsikan demikian. Sementara modal, seperti modal fisik, bersifat tetap pada tiap industri di suatu negara dalam jangka pendek. Dalam model ini dikatakan bahwa setiap negara akan melakukan ekspor suatu produk yang memiliki kelimpahan modal jika diasumsikan kedua negara memiliki ketersediaan tenaga kerja yang sama yang bersifat *mobile*. Sementara, jika kelimpahan faktor tenaga kerja yang dimiliki oleh kedua negara berbeda, maka perdagangan akan bergantung pada fungsi produksi dan alokasi dari modal.

Berbeda halnya dengan teori Heckscher-Ohlin dan model faktor spesifik, kebijakan yang dilakukan pemerintah juga dapat mendorong adanya perdagangan antar negara jika dalam suatu perdagangan terdapat hambatan perdagangan walaupun seringkali kebijakan tersebut tidak ditujukan untuk mendorong perdagangan. Kebijakan pajak dan subsidi yang dilakukan pemerintah dapat mendorong adanya perdagangan internasional. Kebijakan pajak konsumsi dapat menyebabkan berkurangnya konsumsi domestik yang kemudian menyebabkan bertambahnya ekspor ataupun berkurangnya impor. Sementara pajak produksi dapat menyebabkan berkurangnya produksi yang kemudian diikuti oleh berkurangnya ekspor atau bertambahnya impor. Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah tersebut dapat menyebabkan distorsi pada kesejahteraan masyarakat, dimana kebijakan pajak dapat menyebabkan berkurangnya kesejahteraan masyarakat, sehingga terjadilah perdagangan sebagai implikasinya.

Sementara itu, mengenai persaingan tidak sempurna, Markusen, Melvin, Kaempfer, & Maskus (1995) menjelaskan bahwa dampak dari adanya persaingan

tidak sempurna disuatu negara, seperti monopoli, dapat tereliminasi dengan adanya perdagangan internasional, atau dengan kata lain sebuah negara akan menikmati keuntungan dari perdagangan (*gain from trade*). Jika dalam suatu negara terdapat produsen yang memiliki kekuatan monopoli, maka ia akan cenderung memproduksi output lebih rendah dari tingkat yang seharusnya terjadi di pasar persaingan, dengan tingkat harga yang lebih tinggi. Namun, jika dilakukan perdagangan internasional, maka produsen yang bertindak monopoli di pasar domestik tersebut akan menghadapi tingkat harga dunia dan menyebabkan kekuatan pasar yang dimilikinya berkurang, sehingga ia akan memproduksi lebih banyak dan menetapkan harga lebih rendah.

Jika suatu negara memiliki *economies of scale*<sup>2</sup>, maka perdagangan dapat tetap terjadi antara kedua negara yang memiliki perekonomian yang sama atau bahkan antara dua negara yang tidak saling memiliki keunggulan komparatif. Sebuah negara akan melakukan spesialisasi ketika terjadi pengembalian yang semakin meningkat dalam berproduksi (*increasing return to scale*) walaupun efek kesejahteraan yang dihasilkan dalam perdagangan tersebut tergantung dari jenis barang yang dispesialisasikan. Biaya produksi yang semakin rendah dan keberagaman produk adalah salah satu implikasi dari terciptanya *economies of scale*. Hal tersebutlah yang menyebabkan sebuah negara memiliki keunggulan tersendiri yang pada akhirnya mendorong adanya perdagangan.

Selain dari sisi penawaran seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perdagangan internasional juga dapat terjadi dari sisi permintaan. Permintaan dapat mendorong perdagangan internasional disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah karena adanya perbedaan selera dan perbedaan tingkat pendapatan per kapita negara tersebut. Suatu negara akan cenderung melakukan impor pada produk yang memiliki preferensi tertinggi. Sementara itu, keterkaitan antara perbedaan permintaan dengan pendapatan per kapita dapat dijelaskan oleh hipotesis Linder<sup>3</sup>. Dalam hipotesis tersebut disebutkan bahwa selain pendapatan

---

<sup>2</sup> *Economies of scale* merupakan kondisi yang terjadi ketika rata-rata biaya jangka panjang yang dihadapi perusahaan semakin menurun saat jumlah output meningkat.

<sup>3</sup> Alasan perdagangan suatu negara berbeda berdasarkan barang kebutuhan pokok dan barang manufaktur. Untuk barang kebutuhan pokok, perdagangan terjadi karena terdapat kelimpahan faktor. Untuk barang manufaktur perdagangan lebih terjadi karena faktor permintaan. Namun diatas semua itu perdagangan hanya akan terjadi jika terdapat permintaan yang cukup di pasar

per kapita, perdagangan juga dipengaruhi oleh peran wirausaha dalam menghasilkan produk baru. Suatu negara hanya akan mengekspor produk yang dapat diproduksi oleh wirausaha, setelah kebutuhan pasar domestik akan produk tersebut sudah terpenuhi.

Hubungan suatu negara dengan dunia internasional, dalam hal ini perdagangan internasional, akan mempengaruhi kinerja negara tersebut terutama kinerja pada jangka panjang (Grossman and Helpman, 1997, hal.237). Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, yakni pertama, perdagangan internasional dapat membuka saluran komunikasi yang akan memfasilitasi penyebaran informasi teknis lainnya. Kedua, persaingan internasional akan mendorong wirausaha di masing-masing negara untuk terus melakukan inovasi, baik dalam hal ide maupun teknologi. Ketiga, integrasi internasional dapat memperluas pasar dimana perusahaan tersebut beroperasi. Keempat, perdagangan internasional dapat mendorong suatu negara melakukan spesialisasi produksi yang akan mempengaruhi pertumbuhan output suatu negara.

## **2.2. Teori Ekspor Perusahaan**

Swedenborg (1979) keterlibatan perusahaan secara internasional dapat diindikasikan oleh beberapa hal, diantaranya adalah kemampuan untuk menjual suatu produk di luar negeri, kemampuan berproduksi di luar negeri, kemampuan mengekspor produk dari negara asalnya ataupun kemampuan berproduksi di dalam negeri yang memang ditujukan untuk penjualan dalam negeri saja (Ito, 1997).

Sementara Martin (1994) menyebutkan bahwa terdapat tiga buah strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam menjual produk yang dihasilkannya ke pasar internasional, yakni perusahaan dapat berproduksi di dalam negeri kemudian melakukan ekspor ke luar negeri; perusahaan berproduksi di dalam negeri dan menjual produknya di pasar domestik namun memiliki cabang diluar negeri untuk menjual produk di luar negeri; dan perusahaan dapat pula menandatangani perjanjian dengan perusahaan di luar negeri untuk dapat

---

domestik. Sedangkan untuk tujuan pasar dari perdagangan internasional yang dilakukan suatu negara akan ditentukan oleh tingkat pendapatan suatu negara dimana negara yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi akan cenderung menjadi tujuan perdagangan internasional tersebut.

**Universitas Indonesia**

memproduksi sebuah produk secara independen, kemudian menjualnya di pasar luar negeri (hal 385).

Sama halnya dengan konsep perdagangan internasional antar negara seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dibutuhkan keunggulan komparatif agar suatu negara dapat melakukan perdagangan internasional, maka dalam perdagangan internasional di level perusahaan juga membutuhkan adanya keunggulan komparatif tersebut. Dalam Porter (1990) disebutkan bahwa pada dasarnya yang mempengaruhi suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam bersaing di pasar internasional terkait erat dengan kondisi lingkungan di pasar domestik yang dihadapi oleh perusahaan atau yang disebut dengan *home base*<sup>4</sup> (Grant, 1991). Dalam teori tersebut dikatakan bahwa terdapat empat buah variabel dalam lingkungan domestik yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan komparatifnya dalam bersaing dalam pasar internasional. Keempat variabel itu adalah kondisi faktor produksi, kondisi permintaan, industri terkait dan industri penunjang, serta strategi, struktur pasar, dan keberadaan pesaing di pasar domestik. Teori yang diangkat oleh Porter tersebut dikenal dengan "*national diamond*".

Faktor produksi yang dapat mendorong terjadinya perdagangan internasional, yang dimaksud dalam teori Porter sama seperti teori keunggulan komparatif yang telah dijelaskan sebelumnya. Hanya saja Porter membagi jenis faktor produksi ke dalam dua kategori, yakni *basic factors* seperti sumber daya alam, iklim, lokasi dan kondisi demografi serta *advanced factors*, seperti infrastruktur, keahlian tertentu, dan fasilitas penelitian. *Advanced factors* adalah faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan keunggulan komparatif. Faktor produksi ini dihasilkan dari investasi yang dilakukan, baik oleh individu, perusahaan maupun pemerintah, dan bukan seperti kelimpahan faktor yang memang sudah tersedia. Sementara *basic factors* dapat menciptakan keunggulan awal (*initial advantage*) yang selanjutnya dapat dikembangkan melalui ketersediaan *advanced factors*. Jadi ketersediaan *advanced factors* sangatlah

---

<sup>4</sup> *Home base* adalah negara tempat dimana keunggulan komparatif dari perusahaan diciptakan dan di pertahankan. Merupakan tempat strategi perusahaan, produk utama, dan proses teknologi diciptakan dan dijaga.

penting dalam menentukan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maupun negara.

Kondisi permintaan di pasar domestik juga sangat mempengaruhi keunggulan komparatif yang dimiliki oleh perusahaan karena perusahaan sangat sensitif terhadap kebutuhan konsumennya, terutama konsumen terdekat yang berada di pasar domestik. Karakteristik permintaan konsumen di pasar domestik dapat menentukan jenis produk, tuntutan inovasi, dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Peran industri terkait dan industri penunjang juga sangat penting dalam menentukan keunggulan komparatif yang dimiliki suatu perusahaan dalam industri. Kesuksesan suatu industri dalam suatu negara akan lebih baik jika industri tersebut tergabung dalam suatu klaster industri karena manfaat ekonomi akan lebih dirasakan oleh perusahaan jika berada dalam suatu industri yang terkelompok.

Selain ketiga hal tersebut, Porter juga menegaskan bahwa perbedaan karakteristik tiap industri di masing-masing negara juga penting dalam membentuk keunggulan komparatif yang dimiliki industri dalam setiap negara. Karakteristik tersebut mencakup strategi, struktur, tujuan, manajemen perusahaan, perilaku individu perusahaan, dan keberadaan pesaing di sektor industri. Keberadaan pesaing dalam suatu industri sangatlah penting karena dapat mendorong perusahaan untuk menekan harga, memperbaiki kualitas, dan melakukan inovasi. Hal tersebut dikarenakan persaingan antara produsen domestik lebih bersifat personal dan masih berada dalam platform nasional yang sama, sehingga persaingan antar produsen domestik cenderung lebih kuat bila dibandingkan dengan pesaing asing yang ada di pasar domestik. Dengan demikian, persaingan domestik dapat meningkatkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu industri yang ada di masing-masing negara.

### **2.2.1. Hubungan Antara Pangsa Pasar dengan Ekspor**

Banyak perusahaan menganggap bahwa pangsa pasar merupakan indikator kinerja didalam suatu pasar. Salah satu ukuran yang bisa digunakan dalam mengukur besarnya pangsa pasar yang dimiliki perusahaan adalah dengan melihat

kekuatan pasar yang dimilikinya. Semakin besar pangsa pasar yang dimiliki perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kekuatan pasar yang besar pula. Dalam Martin (1994) pengaruh kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan dalam melakukan ekspor bergantung pada pemberlakuan peraturan mengenai dumping.<sup>5</sup> Hal tersebut dikarenakan besarnya kekuatan pasar yang dimiliki perusahaan bergantung pada besarnya elastisitas permintaan. Sebuah perusahaan yang beroperasi di dalam negeri akan cenderung memiliki elastisitas permintaan yang lebih elastis dibandingkan di pasar luar negeri karena perusahaan di pasar internasional akan dihadapkan pada pesaing luar negeri yang sebelumnya tidak ada dalam pasar domestik.

Oleh karena itulah perusahaan yang beroperasi dipasar internasional akan menetapkan harga lebih rendah dibandingkan harga yang ditawarkan di pasar domestik. Dengan rendahnya harga di pasar internasional, maka perusahaan yang memiliki kekuatan pasar yang lebih besar akan cenderung melakukan ekspor lebih besar pula dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki kekuatan pasar. Sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya kekuatan pasar akan mendorong ekspor.

Namun, semua itu juga tergantung pada kebijakan pemerintah dalam menetapkan kebijakan harga di pasar internasional (*dumping*). Jika pemerintah melarang diberlakukannya politik dumping, maka perusahaan akan memilih untuk melakukan investasi asing langsung (*Foreign direct investment*) dengan cara berproduksi di luar negeri. Hal ini dapat terjadi jika biaya berproduksi di luar negeri lebih rendah dibandingkan biaya berproduksi di dalam negeri, sehingga perusahaan tetap dapat menentukan harga yang berbeda untuk kedua pasar tersebut. Jadi, jika politik dumping dilarang, maka besarnya kekuatan pasar akan mendorong adanya investasi asing langsung oleh perusahaan di pasar internasional.

Bagi perusahaan dengan kekuatan pasar yang besar di dalam negeri (*dominant firm*) akan lebih mudah untuk bersaing dibandingkan dengan perusahaan di dalam negeri yang tidak memiliki kekuatan pasar yang cukup besar

---

<sup>5</sup> Dumping mengacu pada salah satu bentuk *predatory pricing*. Merupakan tindakan sebuah perusahaan di suatu negara yang menjual produknya ke negara lain pada tingkat harga dibawah harga didalam negeri dan dibawah biaya produksi.

(*follower firm*). Sebagai implikasi dari kalah bersaingnya perusahaan yang tidak menguasai pangsa pasar, perusahaan tersebut harus berusaha untuk mencari pangsa pasar baru, seperti memasarkan produknya di luar negeri (Ito, 1997). Dengan memasarkan produksinya di luar negeri lebih dulu dibandingkan dengan perusahaan dominan, maka perusahaan *follower* akan menikmati keuntungan karena memasuki pasar internasional lebih awal dibandingkan pesaingnya.

Ito juga menyebutkan bahwa perusahaan yang lebih dulu memasarkan produksinya ke pasar internasional akan menikmati keuntungan dengan mencegah pesaingnya untuk mendapatkan “posisi” pasar tertentu dalam hal geografis. Hal ini tentu saja menarik bagi perusahaan yang tidak memiliki pangsa pasar dominan didalam negeri karena pasar internasional yang merupakan pasar baru bagi perusahaan tersebut bisa menawarkan kesempatan baru bagi perusahaan itu dibandingkan dengan pasar domestik yang cenderung lebih bersaing.

Menurut Smith et al. (1991) pada awal memasuki pasar internasional, perusahaan dominan tidak dapat mencegah segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan *follower* (Ito, 1997). Sebagai hasilnya, keterlibatan keduanya di pasar internasional memiliki implikasi yang berbeda. Kondisi interaksi persaingan di pasar domestik yang cenderung bersaing akan menciptakan strategi-strategi baru baru dan unik yang selama ini belum diimplikasikan oleh perusahaan di pasar domestik tersebut. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah karena beroperasi di pasar yang berbeda dari sebelumnya, perusahaan memerlukan produk yang sangat bersaing untuk dapat memenangkan persaingan; bagi industri yang bentuk persaingannya cenderung persaingan sempurna, maka perusahaan tersebut perlu mencari pasar baru untuk dapat memasarkan produksinya; dan bentuk strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam beroperasi di pasar yang berbeda tergantung pada posisi perusahaan tersebut di pasar domestik.

Menurut penelitian tersebut, perusahaan yang memiliki pangsa pasar dominan akan memiliki rasio ekspor yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan *follower* di pasar domestik. Keuntungan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan dominan di pasar domestik berasal dari berbagai hal seperti keragaman produk yang dihasilkan, penyediaan jasa yang lebih baik namun

dengan biaya yang rendah, inovasi produk yang lebih cepat, penguasaan distribusi yang lebih baik, dan kondisi keuangan yang lebih baik. Perbedaan antara perusahaan *follower* dengan perusahaan dominan dipasar domestik terletak pada kekuatan daya saing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) dimana perusahaan *follower* tidak memiliki sumber daya perusahaan yang sama seperti halnya perusahaan dominan. Namun, di dalam pasar internasional, daya saing yang dimiliki oleh perusahaan dominan masih kalah dibandingkan dengan daya saing perusahaan *follower*, jika diasumsikan kedua jenis perusahaan tersebut sama-sama bisa memproduksi barang yang dapat bersaing secara internasional, karena perusahaan *follower* telah mengenal kondisi lebih dulu di pasar internasional.

Di lain pihak, perusahaan *follower* akan berusaha mencari kesempatan untuk terus berkembang dengan lebih menekankan pada ekspor karena akan lebih sulit bagi perusahaan *follower* untuk meningkatkan pangsa pasarnya di pasar domestik. Jadi, menurut Okamoto (1979) satu-satunya cara bagi perusahaan *follower* untuk dapat menghindari perusahaan dominan dan memiliki kesempatan meningkatkan penjualan adalah dengan memasuki pasar internasional (Ito, 1997).

Sementara itu, bagi perusahaan yang lebih kecil lagi atau perusahaan minor dalam industri akan tetap berorientasi hanya pada pasar domestik karena perusahaan yang lebih kecil tersebut tidak memiliki sumber daya keuangan yang cukup, tidak dapat menghasilkan produk yang cukup bersaing ataupun merk dagang yang merupakan hal penting dalam ekspor. Dengan kata lain, perusahaan minor tersebut hanya menghasilkan volume penjualan yang kecil di pasar domestik, memiliki hambatan masuk yang sangat besar di pasar internasional dan berhadapan pada persaingan yang ketat di pasar domestik. Faktor-faktor yang menjadi kendala bagi perusahaan minor tersebutlah yang menyebabkan mereka hanya beroperasi di pasar domestik. Dengan demikian, perusahaan minor akan memiliki rasio ekspor yang lebih kecil dibandingkan perusahaan *follower*. Jadi, jika disimpulkan mengenai posisi rasio ekspor antar perusahaan yang ada di pasar domestik, maka rasio ekspor perusahaan *follower* akan lebih besar dibandingkan perusahaan dominan dan kemudian perusahaan minor.

### 2.2.2. Hubungan Antara Kekenduran (*Slack*) dengan Ekspor

Dalam Bourgeois (1981) kekenduran dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan diperlukan untuk mengurangi konflik dalam mencapai tujuan, kebutuhan memproses informasi, atau untuk memfasilitasi suatu strategi tertentu (Ito, 1997). Kekenduran atau *organizational slack* sendiri bisa diartikan sebagai sumber daya berlebih, melebihi yang dibutuhkan, yang dimiliki perusahaan dan dibutuhkan dalam kegiatan sehari-hari. Sebuah perusahaan yang memiliki sumber daya berlebih akan cenderung bereaksi lebih cepat dan lebih efektif jika terjadi perubahan lingkungan. Perusahaan yang memiliki lebih banyak *slack* akan lebih mampu menjalankan strateginya, seperti memasuki pasar internasional, dibandingkan dengan perusahaan dengan sedikit *slack*.

*Slack* dapat diukur dengan beberapa cara, namun terdapat dua buah jenis *slack* yang dapat dimiliki oleh perusahaan, yakni *slack* yang terserap dan *slack* yang tidak terserap. Kekenduran terserap mengindikasikan investasi yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat diserap oleh penjualan karena diukur dengan membandingkan besarnya pengeluaran perusahaan terhadap keseluruhan penjualan yang dilakukan perusahaan (Ito, 1997). Sementara itu, kekenduran tidak terserap lebih mengindikasikan sumber daya yang bersifat liquid dan tidak terkait dengan hutang perusahaan, yang dimiliki perusahaan di masa depan. Pada dasarnya *slack* juga dapat diindikasikan sebagai biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, dalam hal ini yang dimaksud adalah kekenduran terserap (*absorb slack*).

Besarnya biaya atau pengeluaran perusahaan dalam suatu industri akan mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dorfman dan Steiner (1954) menyatakan bahwa pengeluaran, seperti pengeluaran iklan, akan mempengaruhi pendapatan perusahaan karena adanya perubahan elastisitas permintaan yang dihadapi perusahaan ketika pengeluaran iklan ditingkatkan. Namun tambahan efek pengeluaran iklan tersebut terhadap pendapatan juga dipengaruhi oleh besarnya elastisitas permintaan yang dihadapi. Dalam pasar persaingan sempurna yang memiliki elastisitas permintaan sangat elastis ataupun monopoli yang memiliki elastisitas permintaan cenderung inelastis, peningkatan pengeluaran untuk iklan tidak akan berpengaruh banyak terhadap pendapatan

perusahaan. Sedangkan bagi pasar oligopoli ataupun monopolistik, peningkatan pengeluaran iklan akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Selain itu, dalam Ito dan Pucik (1993) yang meneliti tentang hubungan antara pengeluaran *research & development* (R&D), persaingan domestik dan, kinerja ekspor perusahaan manufaktur di Jepang diketahui bahwa besarnya pengeluaran R&D berkorelasi positif terhadap besarnya penjualan ekspor.

### **2.2.3. Hubungan Antara Kapasitas Produksi dengan Ekspor**

Besarnya kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi daya saing perusahaan di pasar yang baru walaupun disisi lain juga akan meningkatkan jumlah pesaing yang akan dihadapi perusahaan (Bloodgood & Katz, 2004). Perusahaan akan meningkatkan kapasitas produksinya untuk memenuhi permintaan pasar yang nantinya akan meningkatkan pendapatan perusahaan ataupun menurunkan biaya produksi, sehingga keuntungan yang didapatkan perusahaan meningkat. Hal ini dapat terjadi karena kapasitas produksi yang semakin meningkat akan memperbanyak kuantitas produksi yang tersedia untuk dipasarkan, yang kemudian dapat meningkatkan pendapatan. Sedangkan kuantitas produksi yang meningkat dapat menurunkan biaya dengan terciptanya *economies of scale*. Namun peningkatan kapasitas produksi hanya akan efektif jika produk tersebut terjual pada harga yang seharusnya.

Selain itu, peningkatan kapasitas produksi dapat memperluas cakupan geografis yang dimiliki perusahaan. Pasalnya, semakin banyak produk yang dihasilkan, perusahaan akan berusaha mencari pasar baru untuk memasarkan tambahan produk tersebut. Saat memasuki pasar yang baru, pesaing yang telah ada lebih dulu di pasar tersebut akan menjadi pesaing baru bagi perusahaan. Dengan kata lain, peningkatan kapasitas akan turut pula meningkatkan jumlah pesaing yang dihadapi oleh perusahaan.

Dalam suatu industri, karakteristik sebuah industri akan menyulitkan produsen untuk bersaing di pasar yang lebih besar lagi karena hal tersebut mempengaruhi tuntutan karakteristik suatu produk yang dihasilkan. Kendala lainnya adalah masalah transportasi sebuah produk untuk dipasarkan ke dalam pasar yang lebih luas lagi. Lamanya transportasi sebuah produk dapat mengurangi

kualitas produk yang dipasarkan. Selain itu, tingginya biaya transportasi juga mempengaruhi kemampuan bersaing suatu produk di pasar yang lebih luas. Tidak jarang biaya transportasi menjadi kendala untuk bersaing di pasar yang baru, bahkan dengan pesaing yang tidak kuat sekalipun.

#### **2.2.4. Hubungan Antara Produktivitas Pekerja dengan Ekspor**

Produktivitas pekerja merupakan hal penting yang dapat menentukan posisi suatu perusahaan di dalam suatu industri maupun posisi suatu negara dalam perekonomian dunia. Dalam hal ini, tingginya produktivitas pekerja dapat memungkinkan suatu negara menjadi *economic leader* dalam kancan perekonomian dunia (Pasay & Putra, 1992). Peningkatan produktivitas yang terjadi dapat ditandai dengan meningkatnya jumlah output yang dihasilkan dari input yang sama ataupun diperolehnya suatu tingkat output tertentu dengan jumlah input yang lebih sedikit. Pada dasarnya, produktivitas suatu pekerja dapat mengindikasikan efisiensi penggunaan tenaga kerja di dalam proses produksi.

Dalam pasay dan Putra (1992) disebutkan bahwa terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas, diantaranya adalah manajemen, investasi, teknologi, mutu modal fisik dan mutu modal manusia, pertimbangan teknis yang menyangkut elastisitas substitusi, serta skala produksi. Ukuran peningkatan produktivitas, atau dapat disebut juga dengan produktivitas marginal, seringkali dihitung menggunakan nilai produktivitas rata-rata, yakni jumlah produksi dibagi jumlah masukan yang digunakan dalam menghasilkan produksi tersebut. Terdapat dua ukuran produktivitas yang biasa digunakan, yaitu produktivitas nyata dan produktivitas nominal. Produktivitas nyata diukur melalui besarnya volume produksi ataupun volume penjualan. Sementara itu, produktivitas nyata biasa diukur melalui besarnya nilai produksi atau nilai penjualan.

Produktivitas juga dapat disebut sebagai sumbangan input terhadap perusahaan, sedangkan harga input, seperti *cost of capital*, upah, gaji, serta sewa, merupakan balas jasa perusahaan terhadap input. Kombinasi input yang paling efisien akan terwujud jika produktivitas marginal relatif persis sama dengan harga input relatif. Jika produktivitas pekerja melebihi harga inputnya berarti sumbangan pekerja tersebut terhadap kegiatan ekonomi perusahaan lebih besar dari pada apa

yang disumbangkan oleh perusahaan kepada pekerja. Sementara itu, jika harga upah yang dibayar perusahaan lebih tinggi dari produktivitas pekerja, maka yang terjadi adalah inefisiensi dalam penggunaan berbagai masukan untuk tujuan produksi.

Nilai produktivitas suatu perusahaan ataupun suatu negara dapat mempengaruhi daya saing yang dimilikinya di dalam suatu perekonomian. Oleh karena itulah, konsep produktivitas menjadi sangat penting dalam menentukan besarnya daya saing suatu perusahaan maupun negara.

#### **2.2.5. Hubungan Antara Status Kepemilikan Modal Perusahaan dengan Ekspor**

Struktur kepemilikan suatu perusahaan ataupun industri memiliki implikasi penting terhadap kinerja perusahaan ataupun industri (Thomsen & Pedersen, 2000). Karakteristik dari suatu kepemilikan perusahaan akan mempengaruhi tujuan serta penggunaan kekuatan untuk mempengaruhi manajemen perusahaan, yang tercermin dari strategi perusahaan dalam menentukan target keuntungan, *dividen*, struktur modal, dan tingkat pertumbuhan yang ingin dicapainya.

Selain itu, Chari, Chen, dan Dominguez (2009) menemukan hubungan antara status kepemilikan perusahaan terhadap produktivitas perusahaan. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh penelitian-penelitian sebelumnya mengenai perbandingan produktivitas yang dihasilkan oleh perusahaan yang dimiliki oleh asing dengan perusahaan yang dimiliki oleh domestik. Doms dan Jensen menyimpulkan bahwa perusahaan yang dimiliki oleh asing cenderung lebih produktif dibandingkan dengan perusahaan yang dimiliki domestik. Sementara itu, Aitkin dan Harrison menyebutkan bahwa kepemilikan oleh asing sangat berkorelasi dengan perbaikan produktivitas karena adanya pengawasan atas perusahaan yang dimiliki asing tersebut oleh induk perusahaannya, terutama berlaku dalam hal inovasi teknologi.

Pola kepemilikan modal di dalam suatu industri akan mencerminkan faktor ekonomi suatu industri, sejarah, serta besarnya intervensi pemerintah (Hill, 1992). Jika suatu industri yang kepemilikannya lebih didominasi oleh pihak

swasta domestik, maka campur tangan pemerintah tidak akan banyak didalamnya. Dalam hal ini, pemerintah tidak memiliki suatu kepentingan berupa strategi khusus, seperti menentukan besarnya investasi yang harus dilakukan. Selain itu, perusahaan yang didominasi oleh swasta domestik juga tidak akan banyak campur tangan dari pihak asing yang biasanya akan mempengaruhi ataupun memberikan keuntungan khusus bagi perusahaan yang akan mendorong investasi dalam hal kapasitas produksi, seperti halnya keterlibatan perusahaan dalam perdagangan ekspor. Adanya kepemilikan asing di dalam suatu perusahaan ataupun industri dapat pula meningkatkan daya saing yang dimiliki perusahaan karena keterlibatan asing tersebut akan memperluas jaringan yang dimiliki perusahaan di luar negeri, sehingga akan memudahkan perusahaan jika memasuki pasar internasional.

### **2.3. Penelitian Ekspor Tekstil Terdahulu**

Pada tahun 1992 Hill meneliti mengenai perkembangan industri tekstil dan garmen di Indonesia. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui evolusi industri tekstil di Indonesia mulai dari transformasi awal yang dilakukan pada tahun 1967, awal perkembangan ekspor di awal tahun 1980an, perbandingan industri tersebut dengan negara lainnya, penjelasan mengenai keberhasilan ekspor Indonesia di industri tersebut, serta kebijakan dan strategi di industri tekstil dan garmen semenjak tahun 1990-an.

Dalam penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor dan produksi yang sangat pesat dalam industri tekstil dan garmen semenjak tahun 1966. Faktor-faktor tersebut diantaranya; adanya revolusi dalam sub-sektor penenunan, perbaikan dalam hal keahlian yang dimiliki oleh tenaga kerja di seluruh sektor industri tersebut, manajemen perusahaan yang baru dan lebih efisien yang diadaptasi dari luar negeri, dan dilakukannya inovasi yang menghasilkan produk-produk baru. Faktor-faktor tersebut telah memberikan perbaikan dalam produktivitas dan efisiensi. Sementara itu, terdapat juga faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekspor tersebut walaupun tidak menyebabkan peningkatan efisiensi, yakni dilakukannya kebijakan proteksi di tahun 1970-an, terutama dalam sub-sektor benang, serat, dan pakaian. Terdapat juga dua faktor

kebijakan yang dinilai cukup signifikan mempengaruhi kinerja ekspor tekstil dan garmen, yaitu manajemen nilai tukar dan pembaharuan kebijakan perdagangan yang dilakukan oleh pemerintah.

Selain faktor-faktor di atas, penelitian itu juga menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor yang dinilai turut mempengaruhi ekspor walupun dinilai tidak terlalu signifikan peranannya. Pertama, Indonesia diuntungkan dengan keberadaan MFA diawal tahap ekspor pasalnya ketika perusahaan tidak mampu bersaing secara internasional dengan eksportir yang sudah ada lebih dulu, seperti eksportir dari negara *new industrial economics* (NIE) di Asia, maka penjualan Indonesia cukup terlindungi dengan adanya perjanjian MFA.<sup>6</sup> Kedua, industri tekstil dan garmen saat itu mendapatkan fasilitas pembiayaan keuangan yang lebih mudah dan efisien, prosedur birokrasi yang mudah, kemudahan penyelesaian surat perizinan, dan kemudahan masuknya investasi asing. Ketiga, proses transisi dari *import orientation* menuju industri yang berbasis ekspor dipercepat, setidaknya selama masa resesi di pertengahan 1980-an.

Di tahun 2002 Verma meneliti tentang daya saing ekspor industri tekstil dan garmen di India. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengevaluasi daya saing ekspor di kedua sektor tersebut yang merupakan sektor penting dalam perekonomian India, terutama dalam hal nilai tambah, surplus perdagangan, dan ketenagakerjaan. Penelitian tersebut juga dilakukan dalam rangka akan dilaksanakannya penghapusan kebijakan kuota pada tahun 2005. Dalam penelitian tersebut konsep daya saing dianalisis, baik dari sisi permintaan maupun penawaran. Dari sisi permintaan, penelitian tersebut menganalisis daya saing kinerja ekspor India di pasar Amerika Serikat dan Eropa. Sementara itu, dari sisi penawaran analisis daya saing ekspor dinilai berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa eksportir tekstil dan garmen di India.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa industri tekstil dan garmen India secara keseluruhan baik di pasar US dan Eropa memiliki daya saing ekspor. Sementara itu, jika ditinjau dari sektor industrinya, kebijakan kuota telah membatasi ekspor India berupa pakaian dan produk tekstil di kedua pasar tersebut. Sedangkan untuk sub-sektor kain dan serat, justru adanya kebijakan kuota

---

<sup>6</sup> MFA menyediakan jaminan pasar bagi anggotanya dimana proporsi ekspor yang besar akan diberikan pada negara-negara anggota pengeskor tersebut.

menjadi pelindung bagi ekspor kedua sub-sektor tersebut, baik di pasar US maupun Eropa, yang memang memiliki keterbatasan dalam menguasai pasar di US dan Eropa. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa sebenarnya sektor tekstil dan garmen di India memiliki potensi yang lebih, hanya saja potensi tersebut baru sebagian saja yang terlihat karena adanya hambatan kebijakan (*policy constraint*). Hambatan kebijakan yang dimaksud adalah *product specific cost-supply chain management*, kebijakan pemerintah, biaya produksi dan non produksi, serta faktor non harga.

Pada tahun 2007 Kusumadewi meneliti tentang ekspor tekstil dan produk tekstil Indonesia. Penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia” tersebut dilatarbelakangi oleh terpengaruhnya kegiatan perdagangan di sektor rill, terutama komoditi tekstil dan produk tekstil, akibat fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar pasca krisis ekonomi 1998. Penelitian tersebut difokuskan pada hubungan dagang Indonesia dengan 5 negara mitra dagang, yakni Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Inggris, dan Kanada, selama tahun 2000-2005 untuk setiap komoditi *final good* dan *intermediate good*. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan ekspor komoditi TPT di Indonesia.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai tukar berpengaruh secara positif terhadap permintaan ekspor TPT nasional di kelima negara mitra dagang tersebut, variabel harga relatif berpengaruh secara negatif terhadap permintaan ekspor TPT, dan variabel pendapatan riil mitra dagang berpengaruh terhadap permintaan ekspor TPT Indonesia.

Selain itu, Sitorus (2008) juga melakukan penelitian mengenai determinan kinerja ekspor industri tekstil Indonesia. Penelitian tersebut dilakukan pada seluruh perusahaan industri tekstil di tahun 1993, 1995, dan 1999, dengan menggunakan data *cross section*. Variabel-variabel yang diteliti adalah produktivitas, modal perusahaan, umur perusahaan, ukuran besarnya suatu perusahaan, modal asing, lokasi, dan bahan baku yang diimpor. Dalam penelitian tersebut, pertama-tama dilakukan pengujian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi probabilitas suatu perusahaan dalam melakukan ekspor, kemudian

dilakukan pengujian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proporsi output perusahaan dalam melakukan ekspor di dalam industri tekstil Indonesia.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki harapan penambahan devisa dari sektor tekstil karena pada kenyataannya perusahaan yang melakukan kegiatan ekspor cukup banyak. Faktor-faktor yang mempengaruhi probabilitas ekspor tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga bagian utama; pertama, faktor paling penting, yaitu ukuran perusahaan yang menggunakan proxy pengeluaran upah dan PDRB sebagai proxy dari lokasi perusahaan. Kedua, faktor yang relatif penting adalah produktivitas dan penanaman modal asing dalam perusahaan. Ketiga, faktor yang tidak terlalu penting adalah umur perusahaan.

Sementara itu, dalam penelitian itu juga diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi proporsi output perusahaan yang akan diekspor dibedakan menjadi dua bagian, yakni faktor yang penting, berupa penanaman modal asing, dan faktor yang dianggap relatif penting, seperti besarnya bahan baku impor, umur perusahaan dan modal perusahaan.

## BAB 3

### TINJAUAN INDUSTRI TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL INDONESIA

#### 3.1. Sejarah Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia

Kata tekstil berasal dari bahasa latin yakni *textilis* yang merupakan penurunan dari kata *textere* yang berarti menenun. Pertekstilan di Indonesia mulai berkembang semenjak zaman kerajaan Hindu Budha. Perkembangan pertekstilan kala itu lebih berorientasi pada kerajinan, yaitu tenun-menenun dan membatik yang hanya berkembang di sekitar lingkungan istana kerajaan ataupun ditujukan hanya untuk kepentingan seni dan budaya serta dikonsumsi atau digunakan sendiri. Hal tersebut ditandai dengan adanya kain-kain tradisional di beberapa daerah, seperti batik, songket, kain tapis dan ulos.

Sementara dalam hal perindustrian, tekstil mulai masuk dan berkembang di Indonesia semenjak tahun 1926 yang ditandai dengan penggunaan alat tenun bukan mesin (ATBM) oleh Tekstil Inrichting Bandung (ITB). Pada tahun 1938 ATBM mengalami masa keemasan dengan adanya sentra industri di Majalaya, Bandung. Kemudian alat tenun mesin (ATM) masuk ke Indonesia sekitar tahun 1940 dan perlahan-lahan mulai menggeser penggunaan ATBM seperti terlihat pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1. Posisi ATBM dan ATM di Indonesia**

Tahun	ATBM	ATM
1930	257	44
1940	44.000	8.000
1950	71.947	11.390
1960	150.000	16.896
1965	324.000	27.000
1968	166.000	35.335

Sumber : API

Pada tahun 1960-an pemerintah membangun beberapa pabrik pemintalan yang tergabung dalam industri sandang guna mengurangi ketergantungan impor benang sebagai bahan baku penenunan. Selain itu, pemerintah juga mulai

memberlakukan UU Penanaman Modal Asing pada tahun 1967 dan UU Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) pada tahun 1968. Adanya kebijakan tersebut menyebabkan peningkatan yang cukup signifikan dalam industri tekstil, yang ditandai dengan perkembangan produksi benang dan kain. Dalam tabel 3.1 terlihat bahwa pada tahun 1965 terjadi peningkatan signifikan atas penggunaan ATBM menjadi 324.000 buah. Sementara penggunaan ATM naik dari 27.000 buah di tahun 1965 menjadi 35.335 buah pada tahun 1968.

Pada tahun 1970-an industri TPT Indonesia mulai berkembang dengan masuknya investasi dari Jepang di sub-sektor industri hulu (*spinning* dan *man-made fiber making*). Namun pertumbuhannya masih cenderung lambat, sehingga hanya terbatas pada pemenuhan permintaan pasar domestik dengan segmen pasar menengah-rendah. Kemudian pada sekitar tahun 1980-an, industri tekstil dan produk tekstil Indonesia berkembang dengan pesatnya. Hal tersebut dikarenakan adanya dorongan pemerintah dalam bidang keuangan, perdagangan, dan investasi. Perkembangan industri TPT tersebut terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Industri TPT memiliki peranan strategis karena disamping dapat memenuhi kebutuhan pasar nasional, juga sebagai penghasil devisa terbesar dalam kelompok non migas yang menyerap banyak tenaga kerja. Bahkan pada tahun 1995 Indonesia menjadi negara tertinggi di dunia dalam penggunaan serat.

Namun di tengah peningkatan pertumbuhannya, industri tekstil menjadi salah satu industri yang terkena imbas terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1998. Sebagai akibatnya, industri ini mengalami perkembangan yang fluktuatif, terutama dalam hal kinerja ekspor nasional. Hal tersebut terus berlangsung hingga tahun 2002, kemudian mulai tahun 2003-2006 merupakan masa revitalisasi bagi industri ini. Tapi proses revitalisasi tersebut masih mengalami berbagai kendala, seperti sulitnya masalah pembiayaan dan iklim usaha yang tidak kondusif. Pada pertengahan 2007, pemerintah mulai merangsang kembali pertumbuhan industri TPT dengan melakukan restrukturisasi permesinan.

## 3.2. Kondisi Industri TPT di Indonesia

### 3.2.1. Karakteristik Industri TPT

Industri TPT nasional merupakan industri yang terintegrasi dari hulu ke hilir. Secara teknis, struktur industri TPT nasional terbagi menjadi tiga subsektor (Djafri, 2003) yaitu:

a. Sektor hulu (*upstream*)

Industri sektor hulu adalah industri pembuat serat (*fibre*) dan pemintal (*spinning*), seperti serat kapas, serat sintetik, serat selulosa, dan bahan baku serat sintetik. Pada umumnya, industri pada sektor hulu bersifat padat modal, *full-automotic*, berskala besar, jumlah tenaga kerja kecil/sedikit, dan *output* per tenaga kerja besar/banyak.

b. Sektor menengah (*midstream*)

Sektor menengah meliputi industri yang bergerak pada bidang pemintalan (*spinning*), penenunan (*weaving*), dan pencelupan/penyempurnaan (*dyeing/finishing*). Sifat dari industri sektor menengah adalah semi padat modal dan teknologi yang dipakai telah berkembang dengan penyerapan tenaga kerjanya lebih besar dari sektor hulu.

c. Sektor hilir (*downstream*)

Industri pada sektor hilir adalah pakaian jadi (*garment*). Sektor ini paling banyak menyerap tenaga kerja, sehingga sifat industrinya padat karya. Perbedaan sektor hilir, sektor hulu (*upstream*), maupun sektor menengah (*midstream*) adalah pada jumlah tenaga kerjanya yang sebagian besar merupakan tenaga kerja wanita

Untuk lebih jelas mengenai perbedaan karakteristik antar sub-sektor industri tekstil dan produk tekstil di Indonesia dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

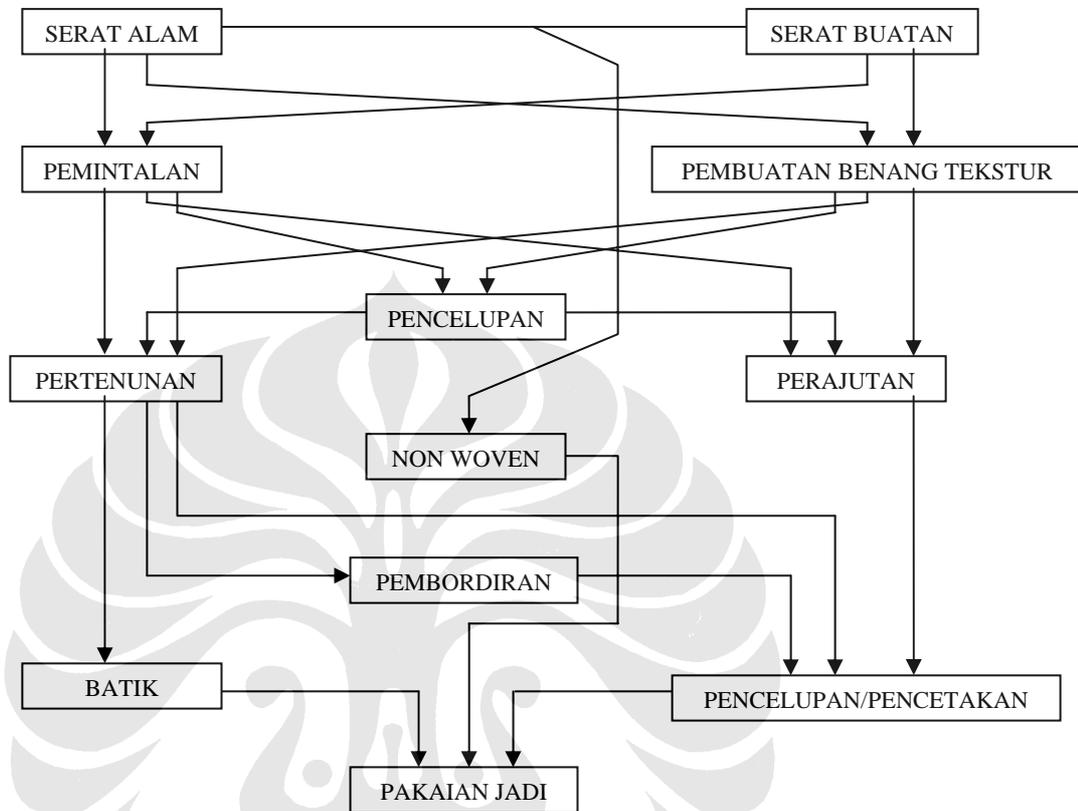
**Tabel 3.2. Karakteristik Industri Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia**

Ciri-Ciri	Sektor Hulu	Sektor Menengah	Sektor Hilir
Sejarah	Mayoritas baru	Mayoritas perusahaan lama	Sangat baru
Proporsi	Cenderung padat	Padat karya	Sangat padat karya

Faktor Produksi	modal (terutama sub-sektor serat)		
<i>Scale economies</i>	Sangat penting	Biasa saja	Sangat tidak penting (kecuali untuk pasar internasional)
Kepemilikan Modal	Mayoritas asing dan pemerintah	Mayoritas swasta dalam negeri	Hampir seluruhnya swasta dalam negeri
Integrasi Vertikal	Biasanya di sub-sektor pemintalan	Tidak terlalu banyak (kecuali perusahaan pemintalan besar)	Jarang
Ukuran Perusahaan	Didominasi perusahaan sangat besar	Kebanyakan perusahaan besar dan sedang	Kebanyakan perusahaan kecil dan sedang
Orientasi Pasar	Mayoritas domestik (untuk penjualan langsung)	Ekspor dan domestik	Mayoritas ekspor
Lokasi	Terkonsentrasi di Jawa barat	Mayoritas Jawa barat dan Jawa tengah	Mayoritas di Jabotabek, Bandung dan Bali

Sumber : Hill, Hal. (1984). Indonesia's Textile and Garmant indonesia : Developments in an Asian Perspective. *Occasional Papers*. Hal. 6

Selain itu, terkait dengan terintegrasinya industri TPT dari hulu ke hilir, gambar 3.1 berikut ini dapat menggambarkan struktur industri TPT di Indonesia dengan lebih jelas.



**Gambar 3.1. Alur Produksi Tekstil**

Sumber : Djafri, C. (2003). *Gagasan Seputar Pengembangan Industri dan Perdagangan TPT*. Jakarta: Asosiasi Perstekstilan Indonesia. Hal:26

### 3.2.2. Perkembangan Jumlah Perusahaan

Industri TPT khususnya industri pakaian jadi merupakan industri yang *attrition rate*-nya tertinggi, yaitu perusahaan yang gulung tikar dan perusahaan baru yang jumlahnya besar. Tingginya tingkat *attrition* dapat menjadi indikasi bahwa perusahaan TPT yang tidak terus-menerus mengadakan perbaikan pada perangkat keras dan lunak akan kalah dalam persaingan.

**Tabel 3.3. Jumlah Perusahaan Dalam Industri TPT**

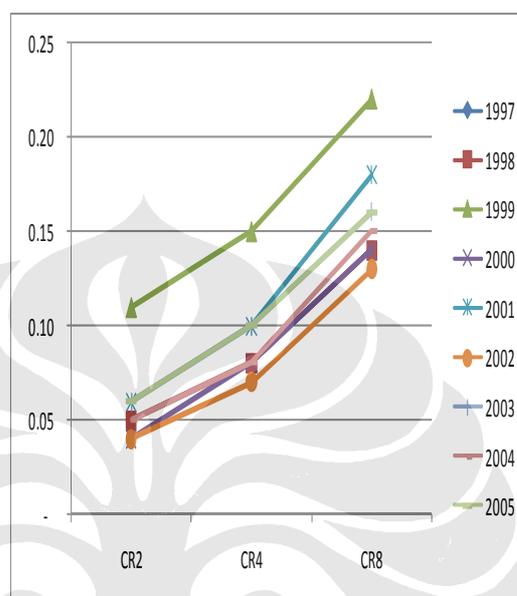
<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH PERUSAHAAN</b>
2001	2,665
2002	2,646
2003	2,654
2004	2,661
2005	2,656
2006	2,699
2007	2,704

Sumber : API, berbagai sumber

Seperti terlihat dalam tabel 3.3, jumlah perusahaan yang terdapat dalam industri TPT selama kurun waktu 2001 sampai dengan 2007 cenderung stabil, walaupun terjadi penurunan ataupun peningkatan jumlah perusahaan setiap tahunnya, angka penurunan ataupun peningkan tersebut tidaklah signifikan. Pada tahun 2001 terdapat sejumlah 2.665 perusahaan di dalam industri TPT, kemudian jumlah tersebut berkurang pada tahun 2002 menjadi 2.646 perusahaan. Hal tersebut kemungkinan besar dikarenakan masih terpengaruhnya industri TPT pada krisis ekonomi tahun 1998 yang menyebabkan banyak perusahaan gulung tikar. Tahun 2003 sampai dengan 2006 merupakan masa revitalisasi industri ini, oleh karena itu ,wajar jika terjadi peningkatan jumlah perusahaan pada tahun 2003 dan 2004, walaupun pada tahun 2005 jumlah tersebut kembali berkurang. Namun industri ini kembali menggeliat pada tahun 2006 dan 2007, yang ditandai oleh peningkatan jumlah perusahaan yang ada.

Sejalan dengan banyaknya perusahaan yang ada dalam industri ini, maka sebagai implikasinya, persaingan yang ada di industri ini lebih mengarah pada konsep pasar persaingan sempurna, yang ditandai oleh banyaknya pemain dalam pasar. Dalam industri pakaian jadi, rasio konsentrasi industri pada tingkat CR2 kurang dari 10 persen, kecuali pada saat krisis ekonomi yang lebih dari 10 persen. Kecilnya nilai rasio konsentrasi di industri ini mengindikasikan bahwa banyak perusahaan yang hanya menguasai sebagian kecil pangsa pasar di industri ini. Dapat dikatakan juga bahwa persaingan yang terjadi di industri sangatlah ketat,

sehingga masing-masing perusahaan cenderung tidak memiliki kekuatan pasar (*market power*). Dalam gambar 3.2 terlihat bahwa CR2 yang ada di industri pakaian jadi nilainya kurang dari 10 persen, kecuali untuk tahun 1999.



**Gambar 3.2. Rasio Konsentrasi Industri Pakaian Jadi**

Sumber : Kuliah Seminar Industri oleh Ibus Djahjanto

Jika ditinjau berdasarkan lokasi penyebarannya, maka lokasi industri TPT Indonesia tersebar di 8 provinsi. Lokasi industri TPT terkonsentrasi di Jawa Barat (57 persen), Jawa Tengah (14 persen), dan Jakarta (17 persen). Sisanya tersebar di Jawa Timur, Bali, Sumatera dan Yogyakarta. Jawa Barat adalah sentra industri TPT terbesar di Indonesia yang merupakan sentra industri kain.

### 3.2.3. Produksi TPT Indonesia

Bahan baku industri yang paling hulu adalah serat, yang berasal dari serat alam dan serat serat olahan dari minyak bumi (serat buatan dan serat sintetik). Serat alam untuk industri tekstil sebagai bahan baku pembuatan tekstil katun adalah kapas. Kebutuhan kapas untuk Indonesia hampir 98persen dipenuhi melalui impor dari 75 negara (Djafri, 2003, hal.57). Sementara itu, serat sintetis yang menjadi bahan baku utama pembuatan tekstil di Indoensia adalah *polyester*.

Seperti terlihat pada tabel 3.4, besarnya produksi serat nasional mengalami pasang surut setiap tahunnya. Pertumbuhan produksi serat pertahunnya masih dibawah angka 5persen. Selama tahun 2002-2007 terlihat bahwa produksi serat terbesar terjadi pada tahun 2007, yaitu sebesar 800.000 ton, sedangkan produksi serat terkecil terjadi pada tahun 2005 yang hanya sebesar 752.000 ton.

Hasil dari pengolahan serat yang dipintal akan menghasilkan benang. Sub sektor industri benang merupakan industri antara, yang menjembatani antara serat dan industri hilirnya. Produksi benang dalam negeri berupa *nylon filament*, *polyster filament*, dan *spun yarn*. Pada tahun 2001 utilisasi produksinya sebesar 85,5 persen pertahun dari rata-rata kapasitas terpasang sebesar 2.041.547 ton pertahun. Sementara itu, dilihat dari jumlah produksi antara 2002-2007, industri benang juga mengalami pasang surut dalam produksinya.

**Tabel 3.4. Produksi TPT Nasional**

SUB SEKTOR	UNIT	SATUAN	2002	2003	2004	2005	2006	2007
SERAT	Value	Juta USD	601	692	679	758	784	1,130
	Volume	.000 ton	777	776	796	752	770	800
BENANG	Value	Juta USD	2,604	2,739	2,672	3,041	3253	3,360
	Volume	.000 ton	1,649	1,646	1,692	1,623	1,640	1,680
KAIN	Value	Juta USD	3,785	3,966	3,936	4,341	4,259	4,365
	Volume	.000 ton	1,275	1,273	1,312	963	969	970
PAKAIAN JADI	Value	Juta USD	5,787	6,353	6,209	5,546	5,995	6,355
	Volume	.000 ton	462	461	517	383	445	410
PRODUK TEKSTIL LAINNYA	Value	Juta USD	405	384	375	431	451	468
	Volume	.000 ton	35	35	43	100	150	110

Sumber : API

Kain tekstil merupakan hasil dari proses penganyaman benang yang ditenun dan dirajut. Produksi kain yang dihasilkan berupa *woven fabric* dan *knit fabric*. Selama tahun 1996-2001 pertumbuhan produksi kain nasional pertahunnya

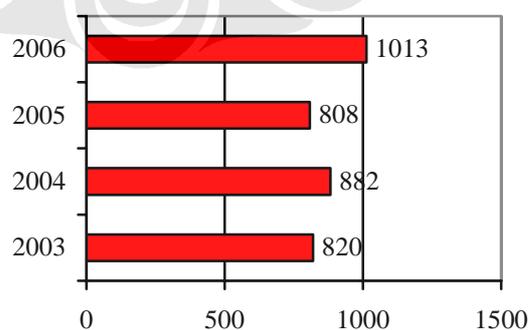
sebesar 1,2 persen, namun pada tahun 2002-2007 pertumbuhan produksi kain cenderung mengalami penurunan seperti terlihat pada tabel 3.4.

Pada tahun 1996-2001 pertumbuhan produksi pakaian jadi rata-rata sebesar 6,0 persen pertahun. Pada tahun 2001 pertumbuhannya meningkat sebesar 2 persen dari tahun 2000. Namun setelah tahun 2001, jumlah produksi pakaian jadi tersebut semakin mengalami pertumbuhan yang negatif. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2005, jika dibandingkan dengan produksi tahun 2004, jumlah produksi tahun 2005 menurun sebesar 26 persen.

Berbeda halnya dengan subsektor tekstil yang lain, subsektor produk tekstil lainnya merupakan subsektor yang pertumbuhannya sangat pesat. Selama tahun 1996-2001 pertumbuhan subsektor ini mencapai angka 11,8 persen pertahunnya. Sementara itu, pada tahun 2002-2007 subsektor industri ini terus mengalami peningkatan produksi. Rata-rata pertumbuhan produksi industri produk tekstil lainnya adalah sebesar 33 persen pertahunnya.

#### 3.2.4. Konsumsi TPT Indonesia

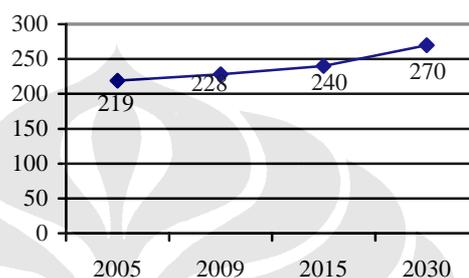
Sementara dari sisi konsumsi TPT di Indonesia, hingga saat ini besarnya konsumsi TPT dalam negeri terus mengalami peningkatan. Seperti terlihat pada gambar 3.3, besarnya konsumsi dari tahun 2003-2006 mengalami peningkatan. Jika pada tahun 2003 besarnya konsumsi TPT hanya sebesar 820.000 ton saja, maka pada tahun 2006 jumlah tersebut meningkat 124 persen menjadi sebesar 1.013.000 ton.



**Gambar 3.3. Konsumsi TPT Domestik (000 ton)**

Sumber : API

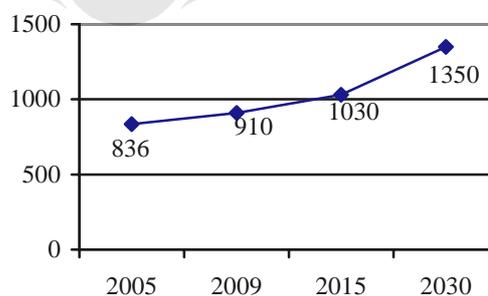
Besarnya jumlah konsumsi TPT domestik terkait erat dengan besarnya jumlah penduduk yang ada. Jika saat ini penduduk Indonesia mencapai 220 juta jiwa, maka jumlah tersebut diperkirakan akan terus mengalami peningkatan beberapa tahun ke depan. Pada tahun 2015 saja diperkirakan penduduk Indonesia akan mencapai angka 240 juta jiwa, seperti digambarkan oleh gambar 3.4. Kemudian puluhan tahun dari sekarang, yakni tahun 2030, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan sebesar 270 juta jiwa.



**Gambar 3.4. Estimasi Penduduk Indonesia (Juta Jiwa)**

Sumber : API

Sejalan dengan estimasi peningkatan jumlah penduduk, kebutuhan terhadap tekstil ataupun produk tekstil lainnya tentu saja akan turut mengalami peningkatan. Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) memperkirakan bahwa pada tahun 2015 konsumsi pakaian domestik akan meningkat menjadi sebesar 1.030.000 ton dan di tahun 2030 besarnya konsumsi pakaian domestik mencapai 1.350.000 ton seperti digambarkan dibawah ini.



**Gambar 3.5. Estimasi konsumsi Pakaian Domestik (000 ton)**

Sumber : API

### 3.2.5. Ekspor TPT

Sektor TPT dalam ekspor Indonesia memiliki peranan penting. Sektor industri TPT Indonesia selalu menjadi penyumbang devisa ekspor terbesar untuk komoditi non migas. Selama tahun 2003-2007 pangsa ekspor TPT rata-rata sebesar 12,47 persen pertahunnya terhadap ekspor non migas. Sementara bila dibandingkan dengan pangsa ekspor industri nasional secara keseluruhan, pangsa pasar ekspor TPT selama tahun 2003-2007 rata-rata sebesar 14,83 persen, seperti terlihat pada tabel 3.5. Peningkatan peranan pangsa tersebut sebagai akibat dari laju pertumbuhan nilai ekspor TPT yang lebih cepat dari laju pertumbuhan total ekspor non migas maupun nilai ekspor industri nasional lainnya.

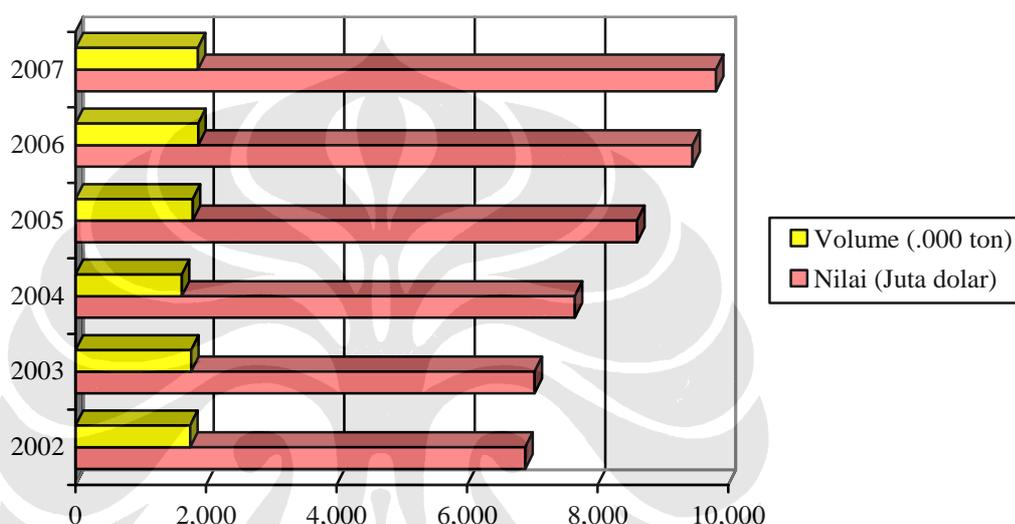
**Tabel 3.5. Perkembangan Share Ekspor TPT Tahun 2003 – 2007**  
(Juta dollar)

Keterangan	2003	2004	2005	2006	2007	Rata-Rata	Trend
TPT	7,051	7,647	8,590	9,567	9,814	8,512	9,13
Non Migas	47,406	55,939	66,428	79,589	91,937	68,269	18,26
Share TPT Terhadap Non Migas (persen)	14,87	13,67	12,93	11,88	10,67	12,47	-
Sektor Industri	41,981	48,677	55,594	64,895	75,925	57,414	15,87
Share TPT Terhadap Sektor Industri	16,80	15,71	15,45	14,57	12,93	14,83	-

Sumber :API

Devisa ekspor yang diperoleh dari industri TPT tidak kurang dari USD 7 juta pertahun. Angka tertinggi diperoleh pada tahun 2007 yang mencapai USD 9,814 juta. Pada tahun 2001-2002 devisa ekspor yang diperoleh TPT mengalami penurunan sebesar 8 persen hingga 10 persen. Namun sejak tahun 2003, kinerja ekspor TPT ini kembali membaik. Bahkan pada tahun 2005 devisa ekspor yang dihasilkan industri TPT meningkat sebesar 12 persen jika dibandingkan dengan tahun 2004.

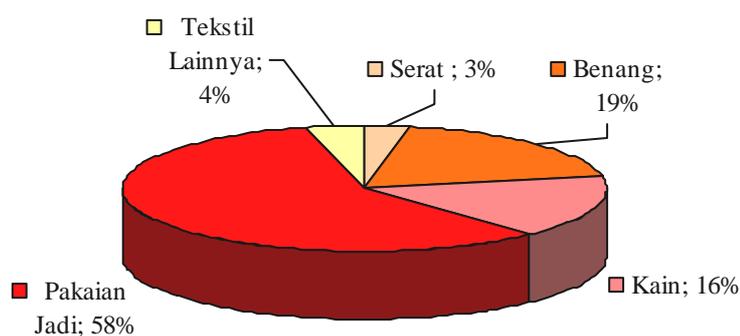
Pada periode 2002-2007 ekspor TPT setiap tahunnya rata-rata meningkat sebesar 9,13persen. Seperti terlihat pada gambar 3.6 besarnya ekspor industri TPT terus mengalami peningkatan setiap tahunnya baik dari nilai maupun volume ekspornya. Pada tahun 2002 besarnya nilai ekspor TPT adalah USD 6,888 juta dengan volume sebesar 1.758.000 ton, kemudian nilai ekspor tersebut meningkat pesat pada tahun 2007 menjadi sebesar USD 9,814 juta dengan volume sebesar 1.873.000 ton.



**Gambar 3.6. Perkembangan Ekspor TPT 2002-2007**

Sumber : API telah diolah kembali

Sebagian besar nilai ekspor TPT tersebut berasal dari ekspor pakaian jadi yang merupakan subsektor hilir industri TPT. Seperti terlihat pada gambar 3.7, pada tahun 2007 besarnya ekspor pakaian jadi adalah 58 persen dari total keseluruhan ekspor, yakni sebesar USD 5,631 juta. Kemudian diikuti oleh ekspor subsektor benang sebesar 19 persen dengan nilai USD 1,903 juta. Sementara itu, sumbangan devisa ekspor terkecil berasal dari sub sektor serat yang hanya sebesar 3 persen dengan nilai USD 334 juta. Sebagian besar negara tujuan utama ekspor TPT Indonesia adalah negara-negara Amerika Serikat (41persen), Uni Eropa (19persen), dan Jepang (5persen).



**Gambar 3.7. Komposisi Ekspor TPT Indonesia berdasarkan Subsektor 2007**

Sumber: API telah diolah kembali

### 3.2.6. Impor TPT

Walupun Indonesia adalah salah satu negara pengeksport tekstil di dunia, hingga saat ini industri TPT nasional masih sangat bergantung pada impor tekstil. Impor utama yang dilakukan industri ini adalah bahan baku. Dalam jangka panjang diperkirakan konsumsi tekstil Indonesia akan meningkat dengan tingkat pertumbuhan mencapai 3,5 persen pertahun (Djafri, 2003). Jika melihat persentase impor negara-negara di dunia, maka Indonesia menempati peringkat kelima setelah Filipina (5,1 persen), Pakistan (4,8 persen), Meksiko (4,6 persen), dan Korea Selatan (3,7 persen). Sebagai implikasi dari meningkatnya konsumsi tekstil Indonesia ini, maka besarnya impor tekstil juga akan terus mengalami peningkatan.

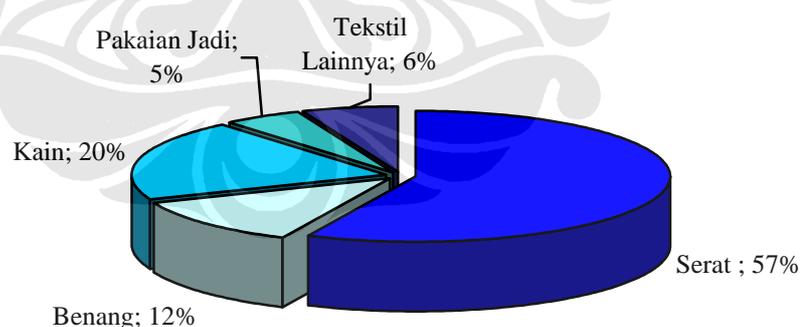
Seperti terlihat pada tabel 3.6, angka impor TPT memang sempat mengalami penurunan pada tahun 2003 menjadi sebesar USD 1,673 juta dari USD 1,824 juta di tahun 2002. Namun, nilai ini meningkat pada tahun 2004 yang kemudian menurun kembali pada tahun 2005. Di tahun-tahun berikutnya, nilai impor terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2007 nilai impor mencapai USD 1,998 juta dengan volume sebesar 1.084.000 ton.

**Tabel 3.6. Perkembangan Impor TPT 2002-2007**

TAHUN	IMPOR	
	Value ( Juta USD)	Volume (000 ton)
2002	1,824	1,048
2003	1,673	962
2004	1,720	880
2005	1,606	851
2006	1,714	950
2007	1,998	1,084

Sumber : API

Komoditas impor utama industri ini adalah serat dan sedikit kain. Angka impor serat industri TPT nasional diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk (Djafri, 2003). Hampir lebih dari 90persen kebutuhan kapas Indonesia diperoleh dari impor. Seperti terlihat pada gambar 3.8, sekitar 57 persen impor tekstil berasal dari subsektor serat dengan nilai sebesar USD 1,128 juta. Kemudian diikuti industri kain dengan persentase 20 persen senilai USD 403 juta. Sementara itu, nilai impor terkecil berasal dari subsektor pakaian jadi sebesar 5persen dengan nilai USD 107 juta.

**Gambar 3.8. Komposisi Impor TPT Indonesia berdasarkan Subsektor 2007**

Sumber : API diolah

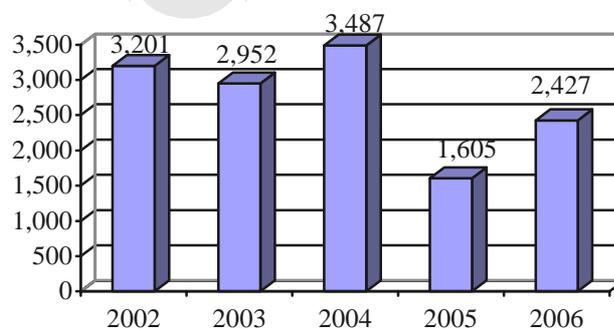
Selain adanya impor legal tersebut, pasar domestik juga tidak terlepas dari adanya impor ilegal. Maraknya impor ilegal yang terjadi di Indoensia saat ini diperkirakan sudah berlangsung cukup lama, bahkan sebelum terjadinya krisis

ekonomi. Pada tahun 2006, banyaknya jumlah tekstil ilegal mencapai 1.013.000 ton. Diperkirakan produk TPT ilegal yang masuk melalui pelabuhan mencapai 75 persen dan melalui bandara 25 persen (Miranti, 2006). Mayoritas produk TPT ilegal itu masuk ke Indonesia dalam bentuk pakaian jadi. Pada tahun 2007, jumlah impor tekstil ilegal meningkat menjadi sebesar 72,55 persen dari tahun 2006 yang hanya sebesar 50 persen.

Masuknya produk tekstil ilegal tersebut semakin menekan pangsa pasar produk lokal. Menurut Menperindag, dalam setahun negara dirugikan tidak kurang dari Rp 18 triliun akibat impor pakaian bekas (Djafri, 2003, hal.129). Nilai sebesar itu merupakan sebagian kecil dari total nilai perdagangan TPT domestik yang per tahun mencapai Rp 60 triliun.

### 3.3. Kondisi Pasar Tekstil Indonesia

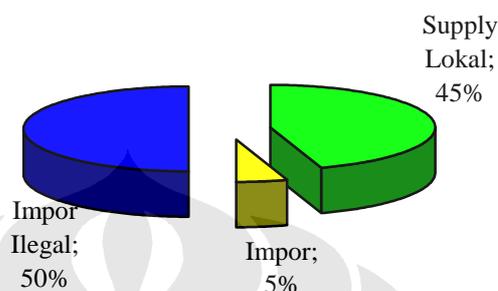
Kondisi perdagangan TPT domestik dari tahun 2002-2007 tidak berbeda halnya dengan kondisi produksi industri ini. Seperti terlihat pada gambar 3.9, besarnya penjualan menurun sebesar 8 persen pada tahun 2003 jika dibandingkan dengan penjualan tahun 2002. Namun kemudian meningkat kembali sebesar 18 persen atau sekitar USD 535.000.000 pada tahun 2004. Di tahun 2005 penjualan TPT domestik mengalami penurunan yang sangat signifikan sebesar 32 persen atau menjadi hanya senilai USD 1,605 juta dibandingkan dengan penjualan tahun 2004. Meskipun pada tahun 2006 jumlah penjualan kembali mengalami peningkatan, besarnya peningkatan tersebut masih lebih kecil bila dibandingkan dengan penjualan tahun 2004.



**Gambar 3.9. Penjualan TPT domestik (Juta dollar)**

Sumber : API

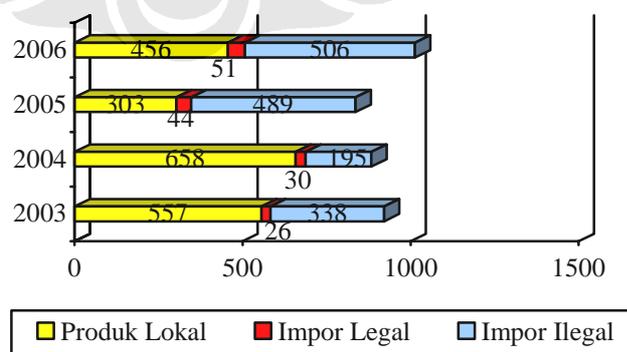
Sayangnya sebagian besar penjualan dipasar domestik hingga saat ini masih belum dikuasai oleh produk lokal. Seperti terlihat pada gambar 3.11, pada tahun 2006 produksi lokal hanya menguasai 45 persen pasar domestik dan 5 persennya berasal dari produk impor. Sedangkan 50 persen dari pangsa pasar yang tersisa dikuasai oleh produk impor ilegal.



**Gambar 3.10. Pangsa Pasar domestik 2006 (Total 1.013 ribu ton)**

Sumber : API

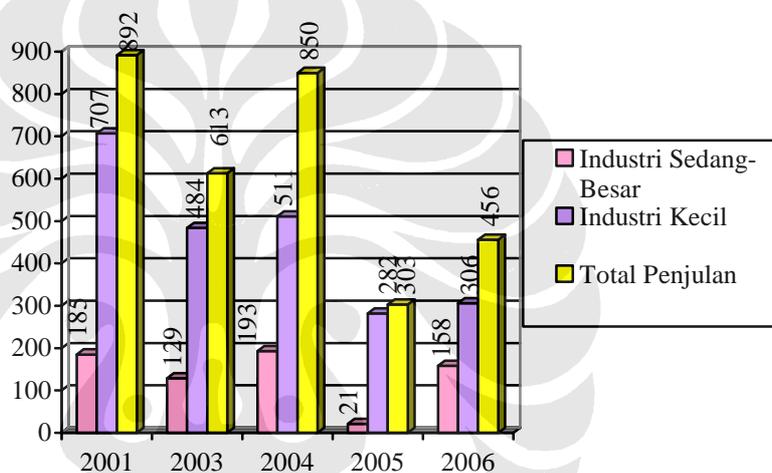
Untuk lebih jelasnya mengenai penjualan dipasar domestik, dalam gambar 3.11 kita dapat melihat besarnya penjualan dari tahun 2003-2006. Pada tahun 2003 dan 2004 besarnya penjualan produk domestik masih lebih besar jika dibandingkan dengan penjualan produk impor legal maupun impor ilegal. Namun pada tahun 2005 dan 2006 produk impor semakin menguasai pasar domestik, di mana besarnya produk impor ilegal melebihi penjualan produk lokal hingga mencapai 50 persen dari total keseluruhan penjualan pasar domestik.



**Gambar 3.11. Pangsa Konsumsi Indonesia Berdasarkan Supply**

Sumber : API

Ironisnya, sebagian besar hasil penjualan domestik tersebut berasal dari industri kecil. Jika diperhatikan mengenai besarnya sumbangan angka penjualan produk domestik antara industri kecil atau industri rumahan dengan industri sedang dan besar, maka industri kecil menyumbang 60-80 persen dari total penjualan perusahaan domestik dipasar dalam negeri, seperti terlihat pada gambar 3.12 dibawah ini. Sejalan dengan besarnya produksi dan penjualan industri TPT yang mengalami penurunan pada tahun 2005, maka besarnya penjualan lebih didominasi oleh industri sedang dan besar dibandingkan dengan industri kecil karena industri kecil cenderung lebih rentan terhadap perubahan kondisi dalam suatu industri ataupun perekonomian.



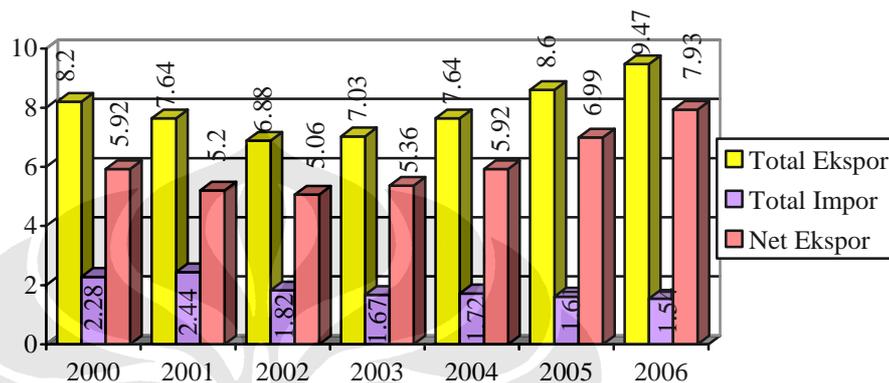
**Gambar 3.12. Penjualan Domestik Berdasarkan Jenis Industri (000 ton)**

Sumber : API

### 3.4. Peran Industri Tekstil Terhadap Perekonomian Nasional

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa industri TPT merupakan salah satu industri yang berperan penting terhadap perekonomian Nasional. Pada tahun 1998, tepatnya sebelum terjadinya krisis ekonomi, industri TPT menyumbang 12 persen dari total keseluruhan PDB Indonesia. Namun pada tahun 2006, jumlah tersebut mengalami penurunan menjadi sebesar 4 persen dari total keseluruhan PDB Indonesia. Pada tahun 2006 besarnya PDB Indonesia adalah sebesar US\$ 279,97 Milyar dengan kontribusi industri TPT sebesar US\$ 10,68 Milyar yang berasal dari net ekspor, penjualan domestik, dan investasi di industri ini.

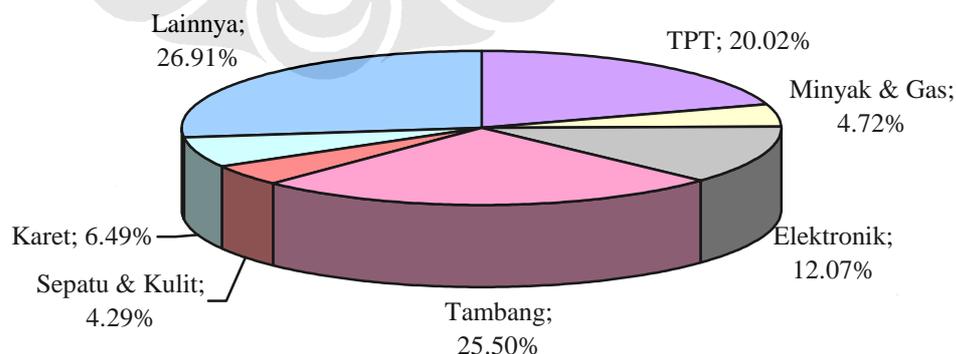
Walaupun sumbangan industri TPT pada tahun 2006 terhadap PDB mengalami penurunan, besarnya net ekspor cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2000-2006. Seperti terlihat pada gambar 3.14, pada tahun 2000 besarnya net ekspor industri TPT Indonesia hanyalah sebesar US\$ 5,92 Milyar, kemudian pada tahun 2006 besarnya net ekspor meningkat sebesar 33 persen atau senilai US\$ 7,93 Milyar.



**Gambar 3.13. Neraca Perdagangan TPT Indonesia (milyar dollar)**

Sumber : API

Jika jumlah tersebut dibandingkan dengan keseluruhan surplus perdagangan Indonesia, maka besarnya sumbangan surplus perdagangan TPT tersebut adalah sebesar 20,02 persen dari total surplus keseluruhan yang besarnya USD 39,61 milyar pada tahun 2006. Jumlah tersebut sangat besar jika dibandingkan dengan sumbangan sektor non migas lainnya.



**Gambar 3.14. Surplus Neraca Perdagangan Indonesia Tahun 2006  
(Total surplus USD 39.61 milyar)**

Sumber : API

Selain merupakan sektor yang cukup berarti dalam hal PDB dan perdagangan, industri TPT juga merupakan jenis industri yang padat karya. Industri ini menyerap cukup banyak tenaga kerja. Jika sektor industri dan manufaktur mampu menyerap 12 persen dari keseluruhan tenaga kerja dalam perekonomian, maka 15 persen diantaranya terserap ke dalam industri TPT. Jumlah tenaga kerja yang terserap oleh industri TPT setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan. Seperti terlihat pada tabel 3.7, sebagian besar tenaga kerja dalam industri ini berstatus tenaga kerja tidak langsung, berikutnya adalah tenaga kerja langsung yang diserap oleh industri besar, dan kemudian tenaga kerja langsung yang diserap oleh industri kecil. Penggunaan tenaga kerja terbesar dalam industri ini terjadi pada tahun 2004, yakni sebesar 5.557.353 pekerja. Pada tahun 2002 jumlah pekerja pada industri ini sebesar 5.452.266 pekerja dan pada tahun 2006 jumlah tersebut meningkat menjadi sebesar 5.519.607 pekerja.

**Tabel 3.7. Daya Serap Tenaga Kerja oleh Industri TPT Tahun 2006**

<b>Jenis Tenaga Kerja</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Langsung (Industri Besar)	1,182,212	1,182,871	1,184,079	1,176,183	1,190,763
Langsung (Industri Kecil)	635,210	584,786	668,372	665,337	665,337
Tidak Langsung	3,634,844	3,535,314	3,704,902	3,683,040	3,679,738
Total	5,452,266	5,302,971	5,557,353	5,524,560	5,519,607

Sumber : API