

**PERANAN KINERJA EKSPOR
INDUSTRI KREATIF BIDANG FESYEN TERHADAP
NERACA PERDAGANGAN DAN PENYERAPAN
TENAGA KERJA DI INDONESIA**

Oleh :

1) Tedjo Asmoro

Mahasiswa Program Doktor Ekonomi Universitas Borobudur Jakarta

Email : asmara.ojet@yahoo.co.id

2) Meirinaldi

Dosen Program Doktor Ekonomi Universitas Borobudur

Email : meirinaldi.2505@gmail.com

ABSTRACT

The background of this research is the fashion industry in Indonesia is currently growing very rapidly. This is in line with the awareness of the Indonesian people about fashion that leads to a lifestyle. The fashion industry is still one of the largest foreign exchange earners and dominates the export portion for the creative economy sector.

The purpose of this study is to find and analyze the effect of the export performance of creative industry products in the fashion sector and their impact on Indonesia's trade balance and employment in the fashion industry.

The research method used in this study is Ordinary Least Square Multiple LinearRegression / simple. The data used is a time series from 2010 to 2020 with quarterly data. The novelty of this study is that the number of fashion industries is the most dominant variable affecting the export performance of the fashion industry compared to other variables. This shows how important it is for this sector to continue to grow and develop in massive numbers..

The results showed that (1) the export performance of creative industry products in the fashion sector. significant and positive effect on Indonesia's trade balance, (2) the export performance of creative industry products in the fashion sector has a significant and positive effect on labor absorption in the fashion industry

Keywords : *the export performance creative industry in fashion, Indonesia's trade balance, labor absorption*

PENDAHULUAN

Dalam pelaksanaannya, sektor ekonomi kreatif, terbukti bisa menjadi sumber dan kekuatan ekonomi baru. Di tengah melambatnya harga komoditas dan bahan mentah secara global, sektor ekonomi kreatif, memberikan sumbangan yang positif bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data terakhir, ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional dengan total PDB sekitar Rp. 852,24 Triliun. Dari total kontribusi tersebut, sub-sektor kuliner, kriya dan fesyen memberikan kontribusi terbesar pada ekonomi kreatif. Tercatat sub-sektor Kuliner berkontribusi sebesar 41,69%, disusul sub-sektor Fesyen sebesar 18,15% dan Kriya sebesar

15,70%.

Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia.

Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien.

Adanya perkembangan seperti penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti adanya internet, email, Google PlayStore, dan sebagainya semakin mendorong manusia menjadi lebih aktif dan produktif

dalam menemukan teknologi-teknologi baru.

Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar.

Identifikasi Masalah

1. Industri fesyen sedang mengalami krisis eksistensial selama 2020. Perekonomian yang kacau akibat pandemi membuat konsumen mengurangi pengeluaran untuk fesyen. Itu terjadi secara alami sebagai upaya untuk bertahan hidup.
2. Pelemahan nilai tukar rupiah dikarenakan meluasnya pandemi Covid-19 di seluruh dunia, termasuk Indonesia yang menyebabkan meningkatnya risiko ketidakpastian global sehingga para investor cenderung mengalihkan dana investasinya ke *safe haven asset*, seperti emas, obligasi pemerintah negara maju, dan mata uang dunia, seperti dolar Amerika Serikat.
3. Pandemi Covid-19 telah mengganggu pola inflasi di Indonesia dimana pergerakan inflasi sudah meninggalkan trennya seperti yang terjadi di 2019 dan mengalami inflasi minus 0,1% alias deflasi.
4. Nilai ekspor industri fesyen terhadap pertumbuhan ekonomi masih belum sesuai dengan harapan mengingat potensi yang dimiliki yang cukup besar untuk mendongkrak neraca perdagangan Indonesia dari kondisi defisit menjadi surplus.
5. Penyerapan tenaga kerja yang cukup besar di industri kreatif bidang fesyen tidak dibarengi dengan tingkat pendidikan serta keahlian yang memadai dalam

menciptakan produk yang unik dan inovatif.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh ekspor produk industri kreatif bidang fesyen terhadap neraca perdagangan ?
2. Bagaimanakah pengaruh ekspor produk industri kreatif bidang fesyen terhadap penyerapan tenaga kerja ?

BAHAN DAN METODE

Perdagangan International

Setiap negara memiliki karakteristik, sumber daya, ekonomi, dan sosial yang berbeda dengan negara lainnya. Perbedaan-perbedaan tersebut menjadikan komoditas yang dihasilkan di tiap-tiap negarapun berbeda. Suatu negara mungkin membutuhkan komoditas yang tidak mampu diproduksi sendiri di negaranya namun dimiliki oleh negara lain. Oleh sebab itu, setiap negara tidak mampu berdiri sendiri namun membutuhkan negara lain. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya perdagangan internasional (Yani, 2014).

Menurut Ruin (2008), perdagangan internasional adalah pertukaran barang dan jasa yang terjadi diantara negara yang berbeda. Pengertian ini hampir sama dengan pengertian yang dikemukakan oleh Seyoum (2014), yaitu pertukaran barang dan jasa yang melewati perbatasan negara.

Perdagangan antarnegara atau lebih dikenal dengan perdagangan internasional, sebenarnya sudah ada sejak zaman dahulu, namun dalam ruang lingkup dan jumlah yang terbatas, di mana pemenuhan kebutuhan setempat (dalam negeri) yang tidak dapat diproduksi, mereka melakukan transaksi dengan cara barter (pertukaran barang dengan barang lainnya yang dibutuhkan oleh kedua belah pihak, dimana masing-masing negara tidak dapat memproduksi barang tersebut untuk kebutuhannya sendiri).

Hal ini terjadi karena setiap negara dengan negara mitra dagangnya mempunyai beberapa perbedaan, diantaranya perbedaan kandungan sumber daya alam, iklim, penduduk, sumber daya manusia, spesifikasi tenaga kerja, konfigurasi geografis, teknologi, tingkat harga, struktur ekonomi, sosial dan politik dan lain sebagainya. Dari perbedaan tersebut, maka atas dasar kebutuhan yang saling menguntungkan,

terjadilah proses pertukaran yang dalam skala luas dikenal sebagai perdagangan internasional. (Hendra Halwani, 2005, h. 1). Suranovic (2010) menyebutkan ada lima dasar negara melakukan perdagangan internasional, yaitu :

1. Perbedaan Teknologi

Perdagangan menguntungkan dapat terjadi diantara negara jika negara-negara memiliki kemampuan teknologi yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa. Teknologi mengacu pada teknik yang digunakan untuk mengubah sumber daya (tenaga kerja, modal, tanah) menjadi output.

2. Perbedaan Sumber Daya

Perdagangan menguntungkan dapat terjadi antara negara jika negara-negara memiliki perbedaan sumber daya, baik sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya modal (mesin, infrastruktur, sistem komunikasi).

3. Perbedaan Dalam Permintaan

Perdagangan menguntungkan dapat terjadi antara negara jika terdapat perbedaan tuntutan atau preferensi terhadap suatu produk.

4. Adanya Skala Ekonomis di Produksi.

Adanya skala ekonomi dalam produksi cukup memadai untuk menghasilkan perdagangan yang menguntungkan antara kedua negara. Skala ekonomi mengacu pada proses produksi di mana biaya produksi yang lebih rendah dan skala produksi yang lebih tinggi.

5. Adanya Kebijakan Pemerintah

Program pajak dan subsidi pemerintah bisa cukup memadai untuk menghasilkan keuntungan dalam produksi produk tertentu. Dalam keadaan ini, perdagangan yang menguntungkan mungkin timbul semata-mata karena perbedaan dalam kebijakan pemerintah di seluruh negara.

Teori perdagangan internasional membantu menjelaskan arah serta komposisi perdagangan antar beberapa negara serta bagaimana efeknya terhadap perekonomian suatu negara. Disamping itu teori perdagangan internasional juga dapat menunjukkan adanya keuntungan yang timbul dari adanya perdagangan internasional (*gains from trade*). (Nopirin, 1999, h.7).

Banyak alasan yang dikemukakan mengapa negara-negara terlibat dalam perdagangan internasional. David Ricardo mengembangkan

teori keunggulan komparatif (*comparative advantage*) untuk menjelaskan perdagangan internasional atas dasar perbedaan kemampuan teknologi antar negara. Heckscher dan Ohlin berpandangan bahwa perdagangan internasional terjadi karena adanya perbedaan kekayaan faktor produksi yang dimiliki negara-negara yang bersangkutan. Perdagangan internasional juga bisa terjadi karena perbedaan preferensi negara-negara terhadap barang dan jasa tertentu. Apabila Cina memiliki preferensi yang lebih besar terhadap produk beras dari Indonesia. Indonesia bisa mengekspor beras ke Cina.

Usaha untuk “*increasing return to scale*” dalam produksi juga dapat melahirkan perdagangan antara negara. Salah satu pertimbangan Kanada untuk bergabung dalam NAFTA adalah untuk meningkatkan efisiensi produksi dengan memanfaatkan pasar Amerika Serikat yang sangat besar.

4. Teori Ekspor

Ekspor adalah perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam keluar negeri dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Ekspor suatu negara terjadi karena adanya manfaat yang diperoleh akibat transaksi perdagangan luar negeri. Perdagangan juga dapat memperbesar kapasitas konsumsi suatu negara serta membantu berbagai usaha untuk melakukan pembangunan dan meningkatkan peranan sektor yang mempunyai keunggulan komparatif karena efisiensi dalam faktor produksi

Pengertian ekspor menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 182/MPP/Kep/4/1998 tentang Ketentuan Umum di Bidang Ekspor, menyatakan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dan jasa dari daerah pabeanan suatu negara. Adapun daerah pabeanan didefinisikan sebagai wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan dan ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang didalamnya berlaku Undang-Undang No.10 tahun 1995 tentang Kepabeanan.

Ekspor (export) adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu di jual di luar negeri (Mankiw, 2013). Ditinjau dari sudut pengeluaran, ekspor merupakan salah satu faktor terpenting dari Gross Nasional Product (GNP), sehingga dengan berubahnya nilai ekspor maka pendapatan masyarakat secara langsung juga akan mengalami

perubahan. Dilain pihak, tingginya ekspor suatu negara akan menyebabkan perekonomian tersebut akan sangat sensitif terhadap keguncangan-keguncangan atau fluktuasi yang terjadi di pasaran internasional maupun di perekonomian dunia (Irham dan Yogi, 2013).

Menurut versi Biro Pusat Statistik (BPS), mengatakan bahwa ekspor barang adalah seluruh barang yang dibawa keluar dari wilayah suatu negara, baik bersifat komersial maupun bukan komersial (barang hibah, sumbangan, hadiah), serta barang yang akan diolah di luar negeri dan hasilnya dimasukkan kembali ke negara tersebut. Adapun yang tidak termasuk katagori ekspor antara lain pakaian, barang pribadi dan perhiasan milik penumpang yg bepergian ke luar negeri, barang-barang yg dikirim untuk perwakilan suatu negara di luar negeri, barang- barang untuk ekspedisi/pameran, peti kemas untuk diisi kembali, uang dan surat2 berharga serta barang-barang untuk contoh

Menurut Mudrajad Kuncoro (2015, h. 255) penganut sistem ekonomi terbuka, lalu lintas perdagangan internasional berperan penting dalam perekonomian dan pembangunan di Indonesia adalah seberapa jauh peran perdagangan luar negeri terlihat dari rasio antara ekspor ditambah impor terhadap PDB.

Menurut Todaro (2018), ekspor adalah kegiatan perdagangan internasional yang memberikan rangsangan guna menumbuhkan permintaan dalam negeri yang menyebabkan tumbuhnya industri-industri pabrik besar, bersama dengan struktur politik yang stabil dan lembaga sosial yang fleksibel. Dengan kata lain, ekspor mencerminkan aktifitas perdagangan internasional, sehingga suatu negara yang sedang berkembang kemungkinan untuk mencapai kemajuan perekonomian setara dengan negara-negara yang lebih maju.

Ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Banyak ahli ekonomi menganggap bahwa perdagangan internasional sebagai suatu keseimbangan kemampuan produksi internal dengan permintaan di dalam negeri. Sekiranya rakyat suatu negara lebih banyak meminta produk tertentu melebihi kemampuan produksinya sendiri, maka kekurangannya akan dipenuhi dengan mengimpornya. Begitu juga terjadinya ekspor, sekiranya jumlah konsumsi produk yang dihasilkan lebih kecil, berarti kelebihanannya

merupakan produk yang dapat diekspor. (Bachrawi, 2015).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ekspor adalah salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan cara penjualan atau mengeluarkan barang dari dalam negeri dan di kirimkan ke negara lain. Biasanya perdagangan ini dilakukan bila suatu negara menghasilkan barang tersebut dalam jumlah yang besar.

Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam ekspor komoditi meliputi :

- a. Daya saing yang rendah dalam harga dan waktu penyerahan.
- b. Daya saing sering dianggap masalah internal eksportir, padahal sesungguhnya masalah nasional yang tak mungkin diatasi oleh pengusaha sendiri.
- c. Saluran pemasaran tidak berkembang diluar negeri.

Dalam melaksanakan ekspor ke luar negeri dapat ditempuh dengan cara :

- a. Ekspor biasa : barang dikirim ke luar negeri sesuai dengan peraturan umum yang berlaku, ditujukan kepada pembeli di luar negeri untuk memenuhi transaksi yang sebelumnya sudah diadakan dengan importir di luar negeri.
- b. Barter : pengiriman barang di luar negeri untuk ditukarkan langsung dengan barang yang dibutuhkan dalam negeri. Barter dapat dibagi lagi menjadi : *Direct Barter*, *Switch Barter*, *Counter Purchase* dan *Buy-Back Barter*.
- c. Konsinyansi (*consignment*) : pengiriman barang ke luar negeri untuk dijual sedangkan hasil penjualannya diperlakukan sama dengan ekspor biasa.
- d. *Package deal* : ini semacam *barter* tetapi barang-barang yang akan diekspor disepakati dalam bentuk perjanjian dagang.
- e. Penyelundupan (*smuggling*) : perdagangan yang dilakukan oleh perseorangan atau badan-badan usaha ke luar negeri untuk kepentingan sendiri tanpa mengindahkan kepentingan masyarakat. Penyelundupan dilakukan dengan melakukan pelanggaran hukum (*illegal*) atau penyelundupan administratif dengan memboncong

prosedur yang legal.

Permintaan ekspor seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh banyak faktor, diantara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan di bawah ini :

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang sangat berkaitan erat dengan barang tersebut
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
4. Jumlah penduduk
5. Selera
6. Ramalan yang akan terjadi di masa yang akan datang

Nilai Tukar Mata Uang

Dalam ilmu ekonomi, nilai tukar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, nilai tukar nominal dan nilai tukar riil (Mankiw, 2009). Nilai tukar nominal (nominal exchange rate) adalah harga relatif dari mata uang dua negara. Sedangkan, nilai tukar riil (real exchange rate) adalah harga relatif dari barang-barang kedua negara, yaitu nilai tukar riil menyatakan tingkat di mana kita dapat memperdagangkan barang-barang dari suatu negara untuk barang-barang dari negara lain. Nilai tukar riil dapat disebut dengan *terms of trade*.

Menurut Thobarry (2009), ada dua pendekatan yang digunakan untuk menentukan nilai tukar mata uang yaitu pendekatan moneter dan pendekatan pasar. Dalam pendekatan moneter, nilai tukar mata uang di definisikan sebagai harga dimana mata uang asing diperjual belikan terhadap mata uang domestik dan harga tersebut berhubungan dengan penawaran dan permintaan uang.

Perubahan-perubahan nilai tukar atau kurs disebut sebagai depresiasi atau apresiasi. Depresiasi adalah penurunan harga mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain, sebaliknya apresiasi adalah kenaikan harga mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain. Bila semua kondisi lainnya tetap (*ceteris paribus*), depresiasi mata uang suatu negara membuat harga barang-barangnya menjadi lebih murah bagi pihak luar negeri. Sedangkan, bila semua kondisi lainnya tetap, apresiasi mata uang suatu negara menyebabkan harga barang-barangnya menjadi lebih mahal bagi pihak luar negeri. (Krugman dan Obstfeld, 2006)

Industri Fesyen

Secara etimologi, fesyen berasal dari Bahasa Latin “*factio*”, yang berarti “melakukan”. Dalam perkembangannya, kata yang berasal dari Bahasa Latin tersebut diserap kedalam Bahasa Inggris menjadi “fesyen” yang kemudian secara sederhana diartikan sebagai gaya pakaian yang populer dalam suatu budaya. Definisi fesyen menurut “*Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*” adalah “*prevailing custom; that which is considered must to be admired and imitated during a period at a place.*” Kalimat ini memiliki arti, kebiasaan umum; yang mana dipertimbangkan untuk dikagumi dan diikuti selama kurun waktu tertentu dan pada tempat tertentu.

Menurut Cambridge Dictionary fesyen memiliki arti “*style that is popular at a particular time, especially in clothes, hair, make-up, etc.*” kalimat tersebut memiliki arti gaya yang populer pada waktu tertentu, terutama pada busana, gaya rambut, make-up, dll.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fesyen memiliki pengertian ragam cara atau bentuk (gaya busana, potongan rambut, corak, dan sebagainya) terbaru dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, fesyen dapat berganti dan berubah dengan cepat seiring berjalannya waktu.

Studi mengenai fesyen bukan hanya tentang pakaian, tetapi juga makna dan peran pakaian dalam tindakan sosial. Fesyen dapat diartikan sebagai kulit sosial yang membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas tertentu bahkan suatu bagian dari kehidupan sosial dan pada perinsipnya fesyen tidak terpisahkan dari faktor selera masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan sosial budaya tertentu.

Menurut Pauline Watson dalam Fesyen Era (2007), selama berabad-abad setiap individu atau masyarakat telah mengenakan pakaian maupun penghias tubuh lainnya sebagai salah satu sarana komunikasi non-verbal yang menunjukkan profesi, jenis kelamin, status rumah tangga, kelas sosial, maupun tingkat kekayaan. Mode itu adalah suatu bentuk kebebasan untuk mengungkapkan pikiran, isi hati dan juga merupakan bahasa isyarat dan simbol yang secara nonverbal mengkomunikasikan tentang suatu individu maupun kelompok. Lalu, mode itu adalah salah satu hal yang membedakan satu individu dengan individu lainnya, karena pakaian, aksesoris dan penghias tubuh lainnya sangatlah mudah untuk diketahui oleh orang lain dalam seketika.

Pada mulanya, suatu trend mode harus mendapat respon positif dari masyarakat, kemudian trend mode tersebut dapat mewabah dan ditiru semua orang karena kompetisi yang secara tidak langsung telah dimunculkan oleh mode tersebut. Contoh trend mode yang saat ini sedang di gemari di Indonesia adalah hijabers, dimana mereka mengkreasikan jilbab nya dengan tampilan yang menarik.

Senada dengan pemikiran teori Simmel yang muncul di dunia ilmu sosiologi dengan menghadirkan pokok-pokok pemikiran yang lebih mengulas pada sosiologi mikro, mengungkapkan bahwa Goerge adalah sosok pakar teori yang berkiprah dengan terus menghasilkan pemikiran kritis tentang komponen-komponen kehidupan sosial dan hubungan antar pribadi, sedangkan untuk lingkup yang lebih luas atau makro, karyanya tentang struktur dan perubahan dalam semangat sosial pada zamannya. Pokok pemikiran mikro Simmel adalah kesadaran individu, konsep sosiologi, realitas sosial, interaksi sosial, pengaruh jumlah pada bentuk sosial kreatifitas individu versus bentuk budaya yang mapan serta uang dan nilai. Hal ini akan berkaitan sekali dengan bentuk alih fungsi dan manfaat suatu fashion yang disebut komodifikasi.

Menurut Simmel, fashion mempunyai dua kecenderungan, yang pertama adalah kebutuhan untuk menyatu, dan yang kedua adalah kebutuhan untuk terisolasi. Setiap individu yang mengkonsumsi fashion memiliki kebutuhan untuk dapat melebur dengan masyarakat dimana ia berada, dan di lain pihak individu yang mengkonsumsi fashion tersebut juga memiliki kebutuhan untuk menjadi atau tampil beda dalam kelompok masyarakatnya.

Orang rupanya perlu menjadi sosial dan individual di saat yang sama, dan fashion serta pakaian merupakan cara dari sejumlah hasrat atau tuntutan yang kompleks yang dinegosiasikan.

Menurut Simmel interaksi timbul karena kepentingan-kepentingan dan dorongan tertentu. Salah satu bentuk interaksi yang dibicarakan Simmel adalah gaya (fashion). Gaya adalah bentuk relasi sosial yang menginginkan orang menyesuaikan diri dengan keinginan kelompok.

Gaya bersifat dialektis yang berarti keberhasilan dan persebaran gaya akan berujung pada kegagalan. Hal positif yang muncul dari adanya interaksi bisa terjadi melalui terjalannya solidaritas masyarakat, dan hal negatif adalah berupa adanya konflik. Minat Simmel pada

bentuk interaksi menuai banyak kritikan. Ia dituduh memaksa suatu tatanan yang sebenarnya tidak ada dan menghasilkan studi yang tidak saling terkait yang akhirnya sama sekali tidak menerapkan tatanan yang lebih baik pada realitas sosial. Menurut bentuknya terdapat konsep yang disebut dengan Subordinasi (ketaatan) dan Superordinasi (dominasi).

Neraca Perdagangan

Sektor rumah tangga, perusahaan dan pemerintah merupakan perekonomian domestik. Perekonomian dikatakan tertutup (*losed economy*), jika tidak melakukan interaksi dengan sektor luar negeri. Interaksi dengan sector luar negeri dalam perekonomian terbuka (*open economy*) disederhanakan dengan mekanisme ekspor dan impor. Ekspor merupakan aliran pendapatan dari sector luar negeri ke perekonomian domestic. Sedangkan impor merupakan alian pengeluaran dari perekonomian domestic ke sektor luar negeri (Raharja & Manurung, 2013).

Neraca perdagangan adalah suatu catatan atau ikhtisar yang memuat atau mencatat semua transaksi ekspor dan transaksi impor suatu negara. Neraca perdagangan dikatakan defisit bila nilai ekspor yang lebih kecil dari impornya dan dikatakan surplus bila ekspor barang lebih besar dari impornya. Dan dikatakan neraca perdagangan yang berimbang jika nilai ekspor suatu negara sama dengan nilai impor yang dilakukan negara tersebut.

Neraca Perdagangan atau *balance of trade* adalah rincian laba rugi pada jangka waktu tertentu yang menunjukkan selisih antara nilai transaksi ekspor dan impor suatu negara dalam jangka waktu tertentu. Neraca perdagangan suatu negara yang positif, menunjukkan negara itu mengalami ekspor yang nilai moneternya melebihi impor. Terjadi surplus perdagangan. Sementara itu, neraca perdagangan suatu negara yang negatif menunjukkan nilai moneter impornya melebihi nilai moneter ekspor. Terjadi defisit perdagangan. Pada perdagangan ekspor impor memerlukan nilai tukar mata uang yang sama dalam prosesnya (Ari Mulianta Ginting, 2014).

Jadi neraca perdagangan merupakan suatu catatan ekspor dan impor barang maupun jasa dalam suatu negara dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan neraca perdagangan Indonesia yaitu catatan yang meuat ekspor dan impor barang dan

jasa dalam jangka waktu tertentu di negara Indonesia.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Neraca Perdagangan

Faktor-faktor yang mempengaruhi neraca perdagangan terhadap negara-negara di Asia menurut Ashraf dan Joarder dikutip dari jurnal Ari Muliarta Ginting (2014), menemukan faktor pertumbuhan penduduk, PDB, dan impor mempengaruhi neraca perdagangan. Kemudian, menurut Khan dan Hossain menemukan hasil bahwa faktor seperti PDB, konsumsi domestik, pendapatan perkapita, jarak antara negara dan nilai tukar riil mempengaruhi neraca perdagangan.

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Kennedy di Kenya juga menemukan hasil yang sama bahwa nilai tukar, FDI memiliki pengaruh yang positif terhadap neraca perdagangan. Sementara itu menurut Falk bahwa determinasi neraca perdagangan dengan menggunakan data panel dari 32 negara industri dan berkembang dari tahun 1990 sampai dengan 2007, menemukan bahwa PDB asing dan nilai tukar memiliki pengaruh yang positif terhadap neraca perdagangan.

Penyerapan Tenaga Kerja

Tenaga kerja terserap merupakan model permintaan suatu unit usaha (instansi atau perusahaan) terhadap pasar tenaga kerja yang dapat dipengaruhi oleh peningkatan proses produksi. Besarnya permintaan terhadap tenaga kerja dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal dari badan usaha, semakin sedikit teknologi (modern) yang digunakan maka kesempatan akan permintaan tenaga kerja akan semakin besar. Lapangan kerja terbesar dimiliki oleh sektor informal, dimana sektor ini sangat mudah dimasuki oleh pekerja karena tidak memerlukan modal khusus seperti keahlian, intelektual dan jenjang pendidikan yang tinggi dalam pengembangannya.

Sektor informal dan formal saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Sektor informal merupakan penghasil dan penyedia akan barang dan jasa yang dibutuhkan sektor formal. Sedangkan sektor formal mampu memberikan kontribusi bagi sektor informal untuk mengembangkan usaha yang dalam rangka memperbesar output.

Permintaan akan tenaga kerja berkaitan dengan jumlah tenaga kerja yang diperlukan oleh instansi atau perusahaan tertentu. Biasanya permintaan ini dipengaruhi oleh tingkat upah serta perubahan lain yang mempengaruhi permintaan hasil output. Besar kecilnya permintaan pengusaha akan tenaga kerja tergantung akan tingginya tingkat upah yang diinginkan pekerja. Selain itu rendahnya kualitas tenaga kerja menyebabkan instansi atau perusahaan memberikan kualifikasi terhadap tenaga kerja yang akan diterima. Penawaran tenaga kerja merupakan banyaknya jumlah tenaga kerja yang disediakan pemilik tenaga kerja pada setiap kemungkinan upah kerja dan jenis pekerjaan dalam jangka waktu tertentu.

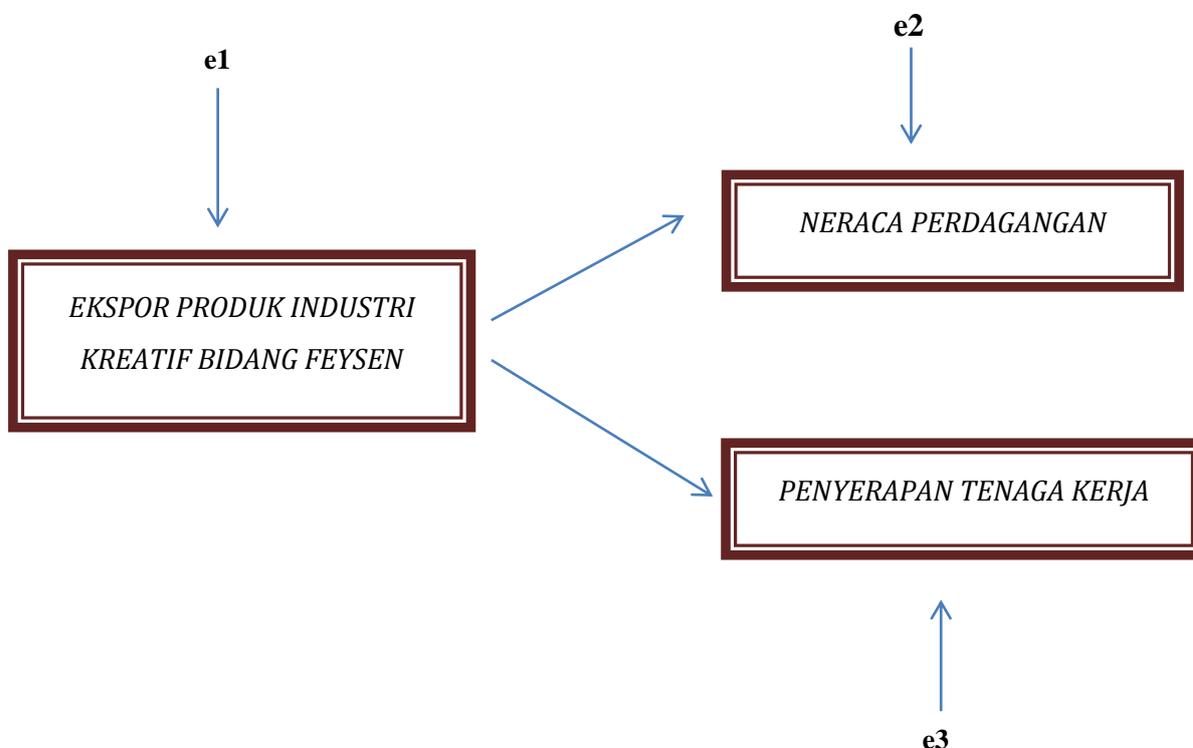
Permintaan dan penawaran tenaga kerja menurut jenis pekerjaan sangat menentukan besarnya upah yang diberikan oleh instansi atau perusahaan, penawaran tenaga kerja yang tidak besar dalam instansi atau perusahaan sedangkan permintaan tenaga kerja sangat besar menyebabkan upah cenderung untuk mencapai tingkat yang tinggi (Sadono, 2012).

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa bagaimana pengaruh dari nilai tukar rupiah, jumlah industri fesyen, inflasi, kredit perbankan dan pariwisata terhadap ekspor produk industri kreatif implikasinya pada neraca perdagangan dan penyerapan tenaga kerja.

Pengaruh antar variabel pada penelitian ini digambarkan pada Gambar 1. berikut :

Gambar 1. Paradigma Pemikiran



Paradigma pemikiran tersebut merupakan sintesis dari tinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis.

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ekspor produk industri kreatif bidang fesyen berpengaruh positif terhadap neraca perdagangan.
2. Ekspor produk industri kreatif bidang fesyen berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja.

Formulasi Model

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yakni regresi dimana model memiliki variabel penjelas lebih dari satu variabel, yaitu beberapa variabel bebas digunakan untuk menjelaskan perilaku variabel

Teknik Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data dalam bentuk laporan kuartal / triwulan yang telah disusun dan diterbitkan oleh pihak terkait, berupa data time series selama 11 tahun yaitu dari tahun 2010 sampai dengan 2020. Lembaga lembaga terkait dengan data yang diperlukan adalah ; Badan Pusat Statistik, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Bank Indonesia, Kementerian Pariwisata & Badan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian Kementerian Tenaga Kerja.

tak bebas. Analisis regresi linier sederhana, yaitu satu variabel bebas digunakan untuk menjelaskan satu variabel tak bebas. Teknik analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan teknik *Ordinary Least Square* (OLS).

Persamaan regresi linier sederhana:

Persamaan Regresi Linier Sederhana (*Simple Regression Linier*) adalah sebagai berikut :

(a) **Model I**

$$Y_1 = b_0 + b X + \varepsilon_t$$

(b) **Model II**

$$Y_2 = b_0 + b X + \varepsilon_t$$

Keterangan :

$b_0 \dots n$ = Konstanta Persamaan 1 s/d n

$\varepsilon_1 \dots n$ = Standar Error persamaan 1 s/d n

X = Ekspor Industri Kreatif bidang Fesyen

Y_1 = Neraca Perdagangan

Y_2 = Penyerapan Tenaga Kerja

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data time series Triwulan tahun 2011 sampai dengan 2020 menggunakan analisis *explanatory research* atau penelitian hipotesis melalui penjelasan. *Explanatory research* merupakan alat analisis untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel dengan pengujian hipotesis. Format eksplanasi adalah menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel yang lain, oleh karenanya penelitian eksplanatif menggunakan pengujian hipotesis menggunakan statistik inferensial (untuk pengujian hipotesis), sesuai pendapat Bungin (2013, hal 51).

Analisis meliputi adanya hubungan kausal berdasarkan teori-teori, literatur-literatur, jurnal-jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu baik melalui observasi langsung maupun data internet. Tahap berikutnya mendefinisikan ekspor produk industri bidang fesyen, nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika, jumlah industri fesyen, kredit perbankan, pariwisata, pertumbuhan ekonomi, neraca perdagangan, penyerapan tenaga kerja di Indonesia serta mencocokkan keterhubungan tiap variabel dalam model yang diteliti tersebut dengan pengujian hipotesis.

Teknik Analisis Statistik

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik inferensial dan analisis regresi. Metode penelitian menurut tingkat eksplanasinya penelitian ini adalah penelitian asosiatif.

Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut jenis data dan analisis menggunakan jenis data kuantitatif. (Sugiyono, 2012, h. 4-13). Adapun beberapa teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

HASIL DAN PEMBAHASAN

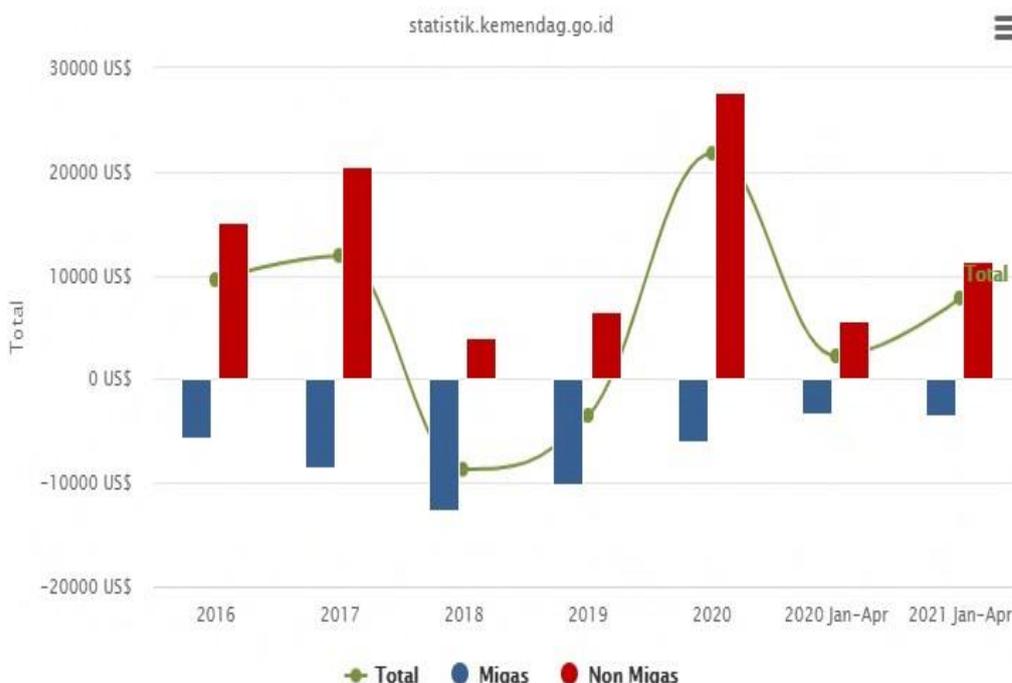
1. Pengaruh Ekspor Produk Industri Kreatif bidang Fesyen terhadap Neraca Perdagangan Indonesia

Industri fesyen termasuk dalam 3 besar sektor Industri yang berperan menekan defisit neraca perdagangan Indonesia dan defisit transaksi berjalan selama tahun 2019 dengan nilai ekspor sebesar USD 10,84 miliar setelah industri makanan dan minuman dan industri logam dasar. Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS), pada periode Januari-Desember 2019, ekspor produk industri pengolahan mampu menembus hingga US\$ 126,57 miliar atau menyumbang sebesar 75,5% terhadap total ekspor Indonesia yang sebesar US\$ 167,53 miliar sepanjang 2019.

Neraca perdagangan Indonesia pada akhir Desember 2019 mengalami defisit sebesar US\$0,03 miliar. Defisit ini menurun dibandingkan November 2019 yang mencapai hingga US\$1,33 miliar. Sepanjang 2019, defisit neraca perdagangan mencapai US\$3,2 miliar. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan tahun 2018 yakni US\$8,7 miliar. Defisit neraca perdagangan ini disebabkan oleh tingginya impor Indonesia dibanding nilai eksportnya.

Pada Desember 2019 impor sebesar US\$14,5 miliar atau menurun sebesar 5,47 persen dibanding bulan sebelumnya. Namun, ekspor Indonesia pun meningkat sebesar 3,77 persen. Selama lima tahun terakhir, defisit

neraca dagang Indonesia terbesar pernah terjadi pada April 2019 yakni US\$ 2,29 miliar. Sementara, surplus neraca dagang pernah terjadi pada September 2017 yang mencapai US\$1,78 miliar (BPS, 2020)



Sumber : Kementerian Perdagangan, 2021

Gambar 2. NeracaPerdagangan Indonesia Total Tahun 2016 – 2021

Pada Tahun 2020 yang diwarnai oleh pandemi covid 19, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat neraca perdagangan Indonesia sepanjang 2020 mengalami surplus sebesar US\$ 21,74 miliar. Total nilai ekspor secara kumulatif, Januari-Desember 2020, mencapai US\$ 163,31 miliar. Posisi tersebut turun sebesar 2,61 persen secara tahunan dikarenakan penurunan permintaan akibat pandemi Covid-19. BPS mencatat surplus tahun 2020 cukup baik jika dibandingkan dengan 2019 dan 2018 yang masing-masing mengalami defisit US\$ 3,59 miliar dan US\$ 8,70 miliar.

Sementara nilai impor di sepanjang tahun 2020 juga mengalami penurunan. Bahkan, penurunannya cukup dalam, yaitu sebesar 17,34% yoy didorong oleh penurunan impor baik barang konsumsi, barang baku,

maupun barang modal sepanjang tahun lalu. Surplus neraca perdagangan tersebut berkontribusi positif dalam menjaga ketahanan eksternal perekonomian Indonesia. Ke depan, Bank Indonesia terus memperkuat sinergi kebijakan dengan Pemerintah dan otoritas terkait untuk meningkatkan ketahanan eksternal, termasuk prospek kinerja neraca perdagangan.

Dalam 2 tahun terakhir ini pemerintah melalui kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif mendorong nilai ekspor dari sektor industri kreatif. Produk kreatif tidak hanya dikenal secara global, tapi juga harus mampu mempunyai nilai ekonomi untuk memperkuat sisi ekspor neraca perdagangan Indonesia. Transaksi ekspor dipacu demi memperbaiki defisit neraca perdagangan. Hal ini mengingat ekonomi kreatif diprediksi akan menjadi

kekuatan ekonomi baru pada tahun-tahun mendatang.

Pemerintah lebih agresif melakukan pemasaran ke luar negeri dengan sekitar 80% dari pagu anggaran dialokasikan untuk membiayai berbagai program tahun ini. Adapun sektor terbesar penyumbang ekspor adalah industri fesyen sebesar 50% dan sektor lainnya adalah kuliner. Di dalam Rencana Strategis pemerintah, penjualan produk kreatif ke luar negeri ditargetkan mendulang USD 21,50 miliar pada 2019. Angka ini tercapai lantaran pada 2016 realisasinya sudah mencapai USD 19,98 miliar. Berdasarkan data Bekraf, nilai ekspor produk kreatif Indonesia mengalami penurunan dari USD 20 miliar pada 2016 ke kisaran USD 19 miliar pada 2017.

Dari data dan fakta tersebut, terlihat betapa kontribusi industri fesyen terhadap neraca perdagangan Indonesia tidak dapat dilihat sebelah mata mengingat industri ini menjadi penyumbang ekspor terbesar dibanding industri kreatif lainnya.

2. Pengaruh Ekspor Produk Industri Kreatif bidang Fesyen terhadap Penyerapan Tenaga kerja

Sebagai industri yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, industri fesyen jadi merupakan industri yang patut diperhitungkan dalam pengembangan investasi ke depan. Industri pakaian jadi mampu menyerap tenaga kerja sebesar 473.594 jiwa atau 10,81% dari jumlah total tenaga kerja industri besar dan sedang di Indonesia pada tahun 2013 dan menempati urutan kedua setelah industri makanan (BPS, 2015).

Industri industri fesyen menunjukkan kinerja yang gemilang sepanjang tahun 2019 dengan mencatatkan pertumbuhan sebesar 15,35 persen. Capaian tersebut menunjukkan perkembangan yang terus membaik di tengah tekanan kondisi ekonomi global. Pertumbuhan signifikan di sektor industri fesyen jadi ditopang oleh meningkatnya produksi pakaian jadi di sentra-sentra industri.

Berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0, industri fesyen sebagai satu dari lima sektor manufaktur yang menjadi prioritas dalam pengembangannya. Terutama dalam kesiapan memasuki era industri 4.0, karena

dengan pemanfaatan teknologi industri 4.0, akan mendorong peningkatan produktivitas sektor industri secara lebih efisien. Sektor industri fesyen atau tekstil dan produk tekstil (TPT) juga mencatat nilai ekspor sepanjang tahun 2019 yang mencapai USD 12,9 miliar. Sebagai salah satu sektor padat karya, sektor tersebut telah menyerap tenaga kerja sebanyak 3,73 juta orang.

Penyerapan tenaga kerja nomor dua di bawah industri makanan ini sangat penting. Karena bukan hanya dari penyerapan tenaga kerjanya saja, tapi menghasilkan *gross domestic produk* yang cukup tinggi. Jadi diharapkan industri ini akan berkembang. Roadmap untuk industri fesyen pada 5 sampai 10 tahun ke depan sudah terlihat, dan menurut peneliti angka tenaga kerja bakal terserap hingga dua kali lipat. Meski bicara otomatisasi, ke depan industri tekstil masih mampu menyerap tenaga kerja yang banyak.

Untuk tenaga kerja industri fesyen sendiri, dibagi menjadi beberapa kategori, ada yang memang tenaga kerja lapangan. Seperti di industri garmen membutuhkan tenaga kerja lapangan yang cukup besar. Kemudian di industri bahan baku, meskipun mesin yang bekerja namun untuk pekerja staf untuk mengendalikannya, yang mengaturnya, semua ini butuh pendidikan yang lebih tinggi. Terkait otomatisasi, industri ini tetap membutuhkan tenaga yang kelak memiliki *knowledge* lebih sehingga mampu mengisi kebutuhan industri akan tenaga kerja mumpuni di bidangnya.

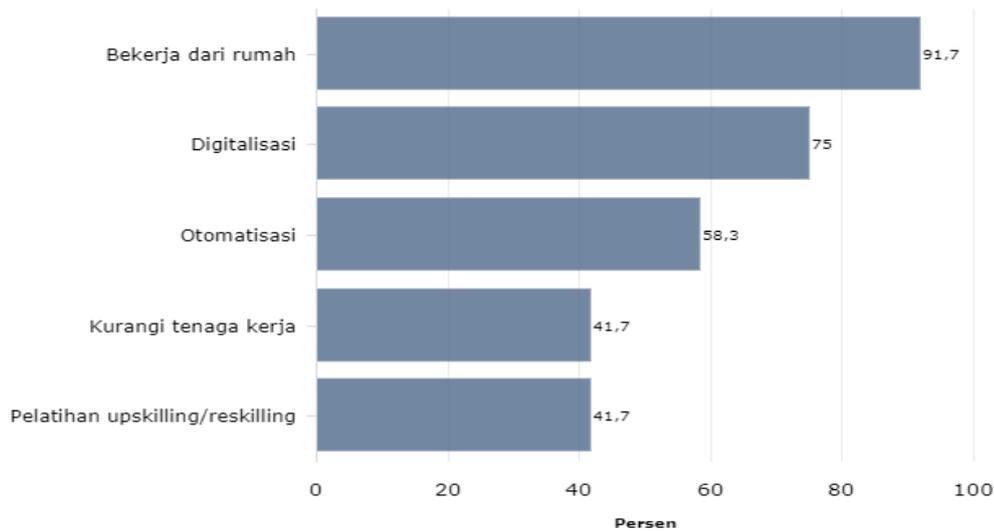
Terimbas pandemi Covid-19 pelaku fesyen Indonesia mengalami penurunan penjualan mencapai 70 persen. Hal itu tentunya berdampak pada kehidupan seluruh pengusaha dan pekerja fesyen di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat ada 1,7 juta tenaga kerja di sektor industri yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) pada Agustus 2020.

Dari jumlah tersebut, pekerja yang terkena PHK paling banyak berasal dari industri fesyen yakni 351,4 ribu orang. Para pekerja di sektor industri terkena PHK sebagai imbas dari pandemi virus corona Covid-19. Khusus industri fesyen, Bappenas menyebut PHK terjadi karena tingkat produktivitas mereka lebih rendah dibandingkan industri padat karya lainnya. Padahal, tingkat upah di

sektor tersebut relatif mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Pandemi Covid-19 berdampak kepada masa depan pasar tenaga kerja Indonesia. Ekonomi yang buruk dan pembatasan pergerakan manusia, membuat perusahaan mulai mengadopsi teknologi untuk tetap bertahan. Posisi kerja terkait hal itu berpotensi meningkat setelah pandemi. Demi tetap

bertahan, perusahaan di Indonesia melakukan pelbagai langkah. Menurut hasil survei World Economic Forum (WEF) pada Oktober 2020, langkah paling banyak dilakukan adalah membuat kebijakan bekerja dari rumah. Hal ini untuk memangkas biaya operasional di kantor seperti listrik, sekaligus untuk menghindari terjadinya kluster Covid-19 kantor.



Sumber : World Economic Forum

Gambar 3. Strategi Perusahaan di Indonesia Beradaptasi dalam Pandemi Covid 19

Tren bekerja dari rumah ini pun selaras dengan yang terjadi secara global. WEF dan Ipsos dalam surveinya pada Desember 2020 mencatat 52% pekerja global bekerja dari rumah selama pandemi Covid-19. Langkah perusahaan di Indonesia yang paling banyak selanjutnya dalam survei WEF untuk menghadapi pandemi adalah digitalisasi dan otomatisasi.

Kedua langkah tersebut untuk menyongsong era disrupsi teknologi, khususnya setelah pandemi Covid-19. Sebuah hal yang juga menunjukkan bahwa perusahaan di Indonesia semakin mantap menggunakan teknologi dalam proses produksi. Meskipun sangat terdampak pandemi covid 19, bagi industri fesyen periode ini harus dijadikan sebagai sebuah tantangan, para *fashion designer* harus menjadikan kondisi ini sebagai momentum untuk berkreasi dan berinovasi, berkolaborasi, dan beradaptasi. Meski virus corona telah

menghantam dunia fesyen, justru keadaan ini bisa menjadi sumber inspirasi dan inovasi baru.

Fesyen merupakan cara untuk mengekspresikan diri dan menggambarkan karakter seseorang. Fesyen bukan sekadar isu mengenai cara berpakaian, tetapi gabungan dari berbagai lingkup kehidupan seperti bisnis, tren, dan gaya hidup.

Dalam perkembangannya, fesyen memainkan peranan yang semakin penting di dunia industri. Kini, fesyen tidak hanya dilihat dari sektor penampilan saja, akan tetapi industri fesyen merupakan ujung rantai dari industri tekstil yang memiliki nilai tambah tinggi. Desainer harus mampu mewujudkan kebutuhan pasar hingga membuat DNA brand baru yang berbeda dari yang lain. Selain itu, diperlukan pula perubahan strategi bisnis yang lebih fokus untuk membuat produk fesyen yang dibutuhkan di masa pandemi ini. Desain harus bisa dipadupadankan dengan koleksi

fesyen yang sudah ada.

Strategi pemasaran produk fesyen juga harus dikembangkan, salah satunya dengan meningkatkan pemasaran karya fesyennya secara digital. Dengandemikian diharapkan industri fesyen tetap bergerak dan ide-ide kreatif, sehingga karya-karya mereka tetap diserap pasar dan menggerakkan roda ekonomi Indonesia.

Oleh karena itu, pemerintah melalui Kementerian Tenaga Kerja telah melakukan berbagai upaya salah satunya terus bekerja sama dengan berbagai pihak untuk memperbanyak program pengembangan usaha rintisan (*Startup*) untuk menumbuhkan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang memproduksi produk-produk fesyen unggulan. Hal ini merupakan bentuk komitmen pemerintah untuk membantu mengembangkan dunia fesyen lebih luas lagi dan agar dapat memberikan dampak yang lebih besar ke seluruh lapisan masyarakat khususnya upaya mendorong agar aktivitas ekspor produk industri kreatif bidang fesyen mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Ekspor produk industri kreatif bidang fesyen berpengaruh signifikan dan positif terhadap neraca perdagangan.
2. Ekspor produk industri kreatif bidang fesyen berpengaruh signifikan dan positif terhadap penyerapan tenaga kerja.

Saran-Saran

1. Kenaikan nilai ekspor Indonesia, khususnya produk fesyen dan merupakan momentum yang baik bagi pemerintah untuk terus memaksimalkan peluang ekspor produk nasional. Peneliti menyarankan kepada pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan untuk terus menerus melakukan upaya proaktif

yang efektif dan kreatif yaitu dengan menggelar kegiatan peninjauan kesepakatan dagang (*business matching*) secara virtual untuk produk fesyen.

2. Industri fesyen berkontribusi besar terhadap devisa negara, PDB nasional dan penyerapan tenaga kerja. Mengingat besarnya peran tersebut, maka pemerintah harus terus melakukan berbagai upaya strategis untuk pengembangan industri fesyen di dalam negeri karena sebagai sektor padat karya, industri fesyen mampu menyerap tenaga kerja sebanyak dua juta orang atau 14,7 persen dari total tenaga kerja di sektor industri. Industri fesyen harus terus didorong sehingga mampu bertahan dan meningkatkan penetrasi pasar internasional yang saat ini baru mencapai 1,6 persen. Upaya-upaya yang harus dilakukan antara lain penumbuhan wirausaha baru, penerapan SNI, penguatan pendidikan vokasi industri fesyen yang tersertifikasi SKKNI, fasilitasi kemudahan KUR, restrukturisasi mesin/peralatan, fasilitasi promosi, pendampingan tenaga ahli desain, peningkatan kompetensi SDM serta penguatan branding produk fesyen untuk meningkatkan kecintaan konsumen pada produk dalam negeri.

Business matching virtual merupakan salah satu strategi mengoptimalkan potensi ekspor produk fesyen Indonesia di negara tujuan ekspor seperti Amerika Serikat selama pandemi Covid-19. Inilah saatnya Pemerintah Indonesia mendorong kinerja ekspor Indonesia ke negara-negara tujuan ekspor potensial dan membuktikan Indonesia memiliki produk yang berkualitas dengan harga bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Mulianta Ginting, 2014. *Perkembangan Neraca Perdagangan dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jurnal Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI), Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 8, No. 1, Juli 2014, hal. 56.
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri*. Ekspor Jakarta
- Bachrawi Sanusi, 2015. *Pengantar Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin Burhan, 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format- Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada media Group
- Irham dan Yogi, 2013. *Ekspor di Indonesia*. Cetakan Pertama. Jakarta : Pustaka Binaman. Pressindo.
- Kementerian Perdagangan, 2014. *Analisis Target Ekspor Indonesia 2014 – 2015*. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan
- Kementerian Perdagangan, 2014 *Kajian Penyusunan Strategi Pengembangan Ekspor Indonesia 2015-2019*. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan
- Mankiw N Gregory, 2013. *Makro Ekonomi*. Penerjemah Fitria Liza dan Imam Nurmawan. Jakarta : Airlangga
- Mudrajad Kuncoro. 2015. *Manajemen Keuangan internasional*. Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE UGM
- Rahardja dan Manurung, M, 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ruin, Josef Eby, 2013. *Audit Committee: Going Forward Towards Corporate Governance*. Malaysian Institute of Corporate Governance (MICG).
- Sadono Sukirno, 2014. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Seyoum Belay, 2014. *Export-Import Theory, Practices, and Procedures Second Edition*, New York: The Hawoth Press.
- Suranovic Steven, 2010. *International Trade, Theory and Policy*. Lectures Notes. The International Economics Study Centre
- Thobarry Achmad, Ath. 2009. *Analisis Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga, Laju Inflasi Dan Pertumbuhan GDP Terhadap Indeks Harga Saham Sektor Properti (Kajian Empiris Pada Bursa Efek Indonesia Periode Pengamatan Tahun 2000 - 2008)*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Todaro, Michael dan Smith C Stephen, 2018. *Pembangunan Ekonomi*. Penerjemah Haris Munandar. Jakarta : Erlangga
- Yani Ahmad, Gunawan Widjaya, , 2014. *Transaksi Bisnis Internasional (Ekspor Impor dan Imbal Beli)*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada