
Pengaruh Produksi dan Harga Kopi Dunia terhadap Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia

Fadlul Oktavian¹, Arief Maulana¹

¹Universitas Negeri Padang

e-mail: fadlul11@yahoo.com; arief@fe.unp.ac.id

Abstract

Purpose - The purposes of this researches are to analyze: (1) The effect of production of coffee beans toward the competitiveness of Indonesian Coffee Export, (2) The effect on International Coffee Price toward the competitiveness of Indonesian Coffee Export.

Methodology - The population in this study is the activities of the export coffee in Indonesia during last 31 years. The sample used is a sample of total coffee production and world coffee prices. Data type that used is a secondary data that formatted using SPSS 21.

Finding - The results of this study indicate that: (1) There is a positive and non-significant influence between total production and the competitiveness of exports of Indonesian coffee beans (2) There is a Positive and Significant influence between the World Coffee Prices and the Competitiveness of Indonesian Coffee Beans.

Keywords: Production, Price, Competitiveness

Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan yang pesat pada era globalisasi sudah semakin tidak terbatas, semua dapat terjadi dalam waktu yang singkat bahkan dalam hitungan detik. Hal ini dicerminkan dengan terus menerus terjadi peningkatan dalam bidang perdagangan antar suatu negara dengan negara lain. Ditandai dengan fenomena ini dapat dilihat dengan semakin bebas dan terbukanya pasar bebas di setiap negara di dunia terhadap masuknya produk dan jasa dari negara lai. Era globalisasi juga membuat suatu negara bergantung satu sama lain dan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya kerja sama dengan negara lain dari berbagai belahan bumi ini. Seperti halnya kebutuhan manusia yang tidak ada habisnya dan setiap saat akan muncul kegelisahan yang nantinya berujung pada kebutuhan-kebutuhan lain. Untuk mengatasi keadaan ini maka diperlukan adanya perdagangan internasional .

Ekspor dalam perdangan internasional merupakan kegiatan menjual barang dan jasa yang diproduksi dari dalam negeri lalu disalurkan ke negara lain. Lain halnya dengan impor maksud dari impor dimana membeli barang dan jasa dari negara lain. Kedua kegiatan ini memiliki fungsi keterkaitan satu sama lain dimana impor berperan untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dalam suatu negara yang mana keterbatasan ini juga bermanfaat bagi negara eksportir yang memiliki kelebihan sumber daya. Kegiatan ekspor di Indonesia terbagi atas ekspor migas dan ekspor nonmigas, sektor migas berasal dari minyak bumi dan gas sedangkan sektor nonmigas berasal dari sektor pertanian, sektor industri dan sektor pertambangan dan lain-lain. Indonesia yang dikenal sebagai negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian sebagai salah satu pendorong pembangunan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Sektor pertanian di Indonesia memiliki peranan yang cukup penting didalam meningkatkan perekonomian nasional, yang mana mampu menyerap banyak tenaga kerja, menambah devisa negara dan menyumbang pendapatan nasional. Bagi negara berkembang seperti Indonesia sektor pertanian juga berguna untuk penyediaan pangan nasional, Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang menganut sistem perekonomian terbuka kecil yang artinya terdapat perdagangan Internasional yaitu melakukan ekspor tetapi bukan sebagai pembuat harga sehingga tidak terlepas dari pedagangan internasional. Untuk nilai ekspor nonmigas Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 nilai ekspor nonmigas Indonesia adalah 153.083,90 Juta USD (Kementerian Perdagangan 2018) , table di bawah ini menunjukkan peningkatan nilai ekspor nonmigas di Indonesia.

Tabel 1. Nilai Ekspor NonMigas Indonesia (dalam Juta USD)

Sektor	2013	2014	2015	2016	2017
Pertanian	5.713,00	5.770,60	5.631,20	5.465,80	5.880,20
Industri	113.029,70	117.329,60	106.667,60	108.373,30	122.838,80
Pertambangan	31.159,50	22.850,30	19.461,20	18.171,50	24.313,60
Lain-lain	16,3	10,3	32	70,2	51,2
Total	149.918,80	145.961,20	131.791,90	132.080,80	153.083,90

Sumber : Kementerian Perdagangan (2018)

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa total nilai ekspor nonmigas cenderung mengalami peningkatan walaupun pada tahun 2015 sempat mengalami penurunan. Sektor pertanian merupakan sektor yang cukup potensial dalam kontribusi terhadap pendapatan negara dan untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Walaupun subsektor tanaman pertanian tidak menjadi penyumbang terbesar terhadap produk domestik bruto Indonesia, akan tetapi subsektor pertanian menduduki persentase terbesar ketiga setelah bahan pangan dan perikanan (Badan Pusat Statistik). Salah satu produk ekspor unggulan Indonesia yang sangat dipertimbangkan di pasar dunia ialah ekspor biji kopi. Biji kopi merupakan komoditi unggulan Indonesia dan merupakan sumber devisa, penyedia lapangan kerja dan sebagai sumber pendapatan bagi para petani dan pelaku ekonomi lainnya.

Indonesia adalah salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Menurut Organisasi Kopi Internasional (ICO), Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai produsen kopi dunia dengan total nilai produksi tahun 2017 berjumlah 10.902 (60Kg/bags), di Indonesia produksi kopi dibagi dua jenis kopi robusta sebanyak 80% dan kopi arabika sebanyak 20%.

Menurut Nugroho (2016), sebagai penyedia lapangan kerja, perkebunan kopi mampu menyediakan lapangan kerja bagi 2 juta petani kopi Indonesia atau sekitar 1,7 persen dari total angkatan kerja di tahun 2011. Produksi kopi Indonesia sebagian besar diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar luar negeri seperti Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara Eropa. Hal ini disebabkan oleh rendahnya konsumsi domestik, yaitu hanya sekitar 0,5 - 0,6 kg per kapita setiap tahun, berikut merupakan tabel data tujuan ekspor kopi Indonesia.

Tabel 2. Jumlah ekspor kopi Indonesia ke negara tujuan utama pada tahun 2010-2015

No	Negara Tujuan	Volume Ekspor/Ton					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Amerika Serikat	63.048,0	48.094,7	69.651,6	66.138,1	58.308,5	65.481,3
2	Jepang	59.170,9	58.878,9	51.438,4	41.920,4	41.234,3	41.240,1
3	Jerman	63.688,4	26.461,0	50.978,2	60.418,5	37.976,7	47.662,4
4	Italia	26.770,7	27.344,4	29.080,8	38.152,5	29.745,5	43.048,3
5	Inggris	24.343,1	14.868,4	16.312,4	20.781,0	14.349,2	21.052,6

Sumber : Badan Pusat Statistik (2018)

Berdasarkan data di atas Amerika menjadi negara pengimpor kopi terbesar diikuti oleh Jepang dan negara-negara Eropa lainnya seperti Jerman, Italia dan Inggris. Pada tahun 2011 ekspor kopi ke Amerika sempat mengalami penurunan namun pada tahun selanjutnya mengalami kenaikan dan diikuti dengan fluktuasi, begitu juga pada negara-negara lainnya yang mengalami fluktuatif kenaikan dan penurunan

Kopi yang diproduksi Indonesia merupakan komoditas yang mempunyai potensi besar untuk bersaing di pasar global, dan menjadi peluang yang besar untuk meningkatkan devisa negara, berdasarkan hal ini maka perlu dilihat tentang bagaimana potensi dan perkembangan permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara di dunia. Dikarenakan oleh permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara Eropa dan Amerika bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga kopi dunia dan total produksi.

Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional pada dasarnya meningkat karena tidak ada negara di dunia yang dapat menghasilkan semua barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan seluruh penduduk. Suatu kegiatan perdagangan internasional atau pertukaran komoditas antara kedua negara, dapat terjadi karena perbedaan permintaan dan penawaran serta perbedaan tingkat harga antara kedua negara.

Terdapat dua alasan mengapa setiap negara melakukan perdagangan Internasional, yang pertama yaitu karena setiap negara berbeda dengan negara lain, karena berhubungan dengan konsep manusia sebagai makhluk sosial dimana membutuhkan satu sama lain, maka setiap negara ingin mengambil keuntungan, yang kedua untuk mencapai apa yang disebut dengan skala ekonomi dalam produksi, jika setiap negara membatasi kegiatan produksinya untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu maka mereka berpeluang untuk memusatkan perhatian mereka dan semua jenis sumber daya, sehingga mereka dapat menghasikan barang dalam skala yang lebih besar dan lebih efisien di bandingkan dengan negara yang yang mencoba memproduksi berbagi jenis barang secara sekaligus (Feenstra & M.Taylor, 2014).

a. Teori Keunggulan Absolut

Teori keunggulan absolut dari Adam Smith sering disebut sebagai teori murni perdagangan internasional. Dasar pemikiran dari teori ini adalah suatu negara akan mengkhususkan dan mengeksport jenis barang tertentu yang negara memiliki keunggulan absolut dan tidak menghasilkan atau mengimpor barang-barang lain yang negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut. Suatu negara akan mengeksport atau mengimpor suatu jenis barang jika negara tersebut dapat atau tidak dapat dibuat dengan biaya produksi yang lebih efisien atau menjual harga yang lebih murah lebih murah dibandingkan dengan negara lain (Scumacher, 2012)

Teori ini menekankan bahwa efisiensi dalam penggunaan input atau faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, dalam proses produksi adalah menentukan manfaat atau tingkat daya saing produk yang dihasilkan. Kelemahan teori ini adalah bahwa jika ada negara yang memiliki keunggulan absolut atas dua jenis produk, sementara yang lain tidak, tidak akan terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan dengan negara lain.

b. Teori Keunggulan Komparatif

Teori ini menyatakan bahwa perdagangan internasional akan tetap terjadi bahkan jika suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut tetapi masih memiliki keuntungan dari keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif adalah ketika suatu negara menghasilkan barang atau jasa untuk biaya peluang yang lebih rendah daripada negara lain. Biaya peluang mengukur *trade-off*. Suatu bangsa dengan keunggulan komparatif membuat *trade-off* sepadan. Manfaat membeli barang atau jasa mereka lebih besar daripada kerugiannya. Negara ini mungkin bukan yang terbaik dalam menghasilkan sesuatu. Tetapi barang atau jasa memiliki biaya peluang yang rendah untuk diimpor oleh negara lain. Arti keunggulan komparatif adalah suatu negara yang akan mengkhususkan dalam ekspor barang-barang tertentu yang negara memiliki keunggulan komparatif terbesar dan barang-barang impor yang memiliki keunggulan komparatif, atau suatu negara akan mengeksport barang-barang yang dapat diproduksi dengan biaya produksi rendah dan akan mengimpor barang-barang yang membuat sendiri jika biaya produksi lebih besar (Salvatore, 2013)

Daya Saing

Daya saing telah menjadi komponen penting dari perdagangan suatu negara sebagai patokan sejauh mana negara-negara ini dapat bersaing dengan negara lain terutama dalam hal makroekonomi. Definisi daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, wilayah, Negara, atau antar wilayah untuk menghasilkan pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional, dan ada juga yang mendefinisikan perdagangan internasional sebagai kemampuan suatu negara untuk mengolah sumber daya yang ada dengan berbagai cara untuk mencapai hasil yang diinginkan (Petrovic, Antevski, & Vesic, 2008)

Berdasarkan definisi ini, dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah konsep yang diperlukan oleh masing-masing negara dengan maksud untuk meningkatkan standar hidup serta standar untuk produk dalam negeri sehingga mampu menghadapi persaingan internasional. Pada dasarnya, di tingkat internasional, kekuatan daya saing ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif. Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai

faktor yang bersifat alami dan keunggulan kompetitif kedua faktor ini dapat secara fundamental diukur perdagangan internasional melalui ekspor dan impor

Teori Ekspor

Ekspor adalah proses pengiriman barang/ jasa ke luar negeri. Ekspor adalah salah satu perdagangan internasional, yang merupakan peran kunci bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut Mankiw, permintaan untuk suatu barang didefinisikan sebagai jumlah barang-barang konsumsi yang diinginkan dimana konsumen dapat membeli barang-barang tersebut. Sejumlah besar barang yang diminta tergantung pada harga barang, ini sesuai dengan hukum permintaan. Jika harga barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya dengan asumsi *ceteris paribus* (faktor lain dianggap tetap). Selain faktor harga jumlah yang diminta juga dapat dipengaruhi oleh harga barang, pendapatan, selera konsumen, dan faktor lainnya. Jika dikaitkan dengan kegiatan ekspor maka permintaan ekspor adalah jumlah barang yang diinginkan pasar luar negeri di mana pasar luar negeri memiliki kemampuan untuk membeli barang-barang tersebut. (Mankiw, 2009)

Berbagai faktor yang mempengaruhi ekspor meliputi :

- a. Selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri
- b. Harga barang-barang di dalam dan di luar negeri
- c. Kurs
- d. Pendapatan Konsumen
- e. Ongkos
- f. Kebijakan Pemerintah

Pada dasarnya perdagangan antar negara terjadi karena perbedaan kemampuan produksi dan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu negara. Perbedaan-perbedaan ini menyebabkan biaya produksi di masing-masing negara juga berbeda. Negara-negara dengan biaya produksi rendah untuk memproduksi komoditas akan cenderung memiliki produksi melebihi permintaan domestik. Di sisi lain negara-negara yang memiliki biaya produksi tinggi untuk memproduksi komoditas kemungkinan tidak akan dapat memenuhi permintaan domestiknya. Menurut Salvatore, kelebihan produksi yang dimiliki negara-negara dengan biaya produksi rendah adalah pasokan listrik suatu negara untuk suatu komoditas tertentu. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa tawaran komoditas ekspor adalah kelebihan produksi suatu negara untuk ditawarkan ke pasar internasional.

Legalitas Perdagangan Internasional

Ekspor kopi diatur oleh aturan Organisasi Kopi Internasional (ICO). Pelaksanaan ekspor kopi oleh Indonesia, sebagai produsen dan pengeksportir anggota ICO kopi juga didasarkan pada peraturan ICO. Selain peraturan dari ICO, ekspor kopi Indonesia juga diatur melalui surat keputusan dari Menteri Perdagangan No. 04 / KP / I / 78 pada tanggal 4 Januari 1978. Kuota ekspor kopi yang diperoleh dari ICO didistribusikan ke eksportir kopi yang telah terdaftar di daerah penghasil kopi di seluruh Indonesia berdasarkan surat keputusan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Dalam proses pembangunan eksportir telah mendirikan Asosiasi Eksportir Kopi Nasional Indonesia dan setiap eksportir kopi yang telah terdaftar wajib menjadi anggota Asosiasi (Lubis, 2002)

Berdasarkan data Bank Rakyat Indonesia pada tahun 1987, negara tujuan ekspor kopi dibagi menjadi dua kelompok yaitu:

- 1) Anggota ICO atau kuota negara sebanyak 22 negara, termasuk Jepang, Amerika Serikat, Italia, Jerman, Australia, Inggris baru-baru ini, Belanda dan lain-lain.
- 2) Negara-negara anggota ICO kuota mencapai sekitar 44 negara, termasuk Cina, Korea Selatan, Maroko, Taiwan, Bulgaria, Mesir, Kuwait, Kuba, dan lain-lain (Suryono, 1991).

Teori Produksi

Produksi atau pembuatan adalah usaha atau kegiatan untuk menambah kegunaan (nilai) suatu barang. Kegunaan suatu item akan bertambah ketika manfaat baru atau lebih dari bentuk asli. Untuk bisa melakukan produksi, orang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur

itu disebut faktor-faktor produksi (*factors of production*). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi.

Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa (Sukirno, 2002)

Variabel produksi dalam penelitian ini adalah produksi kopi Indonesia. Ketika produksi kopi terus mengalami peningkatan dan terjadi kelebihan pasokan maka kelebihan kopi akan diekspor ke luar negeri. Jumlah peningkatan produksi juga dapat menghindari kurangnya ekspor ke suatu negara yang dalam konsumsi domestik meningkat tajam maka hal itu dapat dibutuhkan oleh jumlah produksi yang telah dimungkinkan, sehingga tidak mengganggu jumlah produksi yang akan diekspor ke luar negeri.

Harga

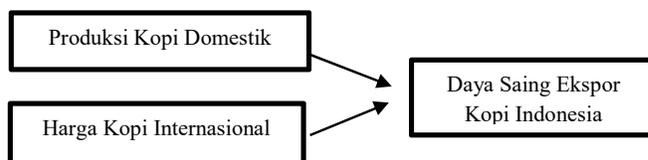
Harga adalah jumlah nilai yang ditukar konsumen atas perolehan suatu manfaat karena memiliki dan menggunakan produk atau jasa tersebut, atau sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2012). Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan variabel bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Fandi dan Gregorius mengemukakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Situmorang harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Laksana harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima.

Berdasarkan pengertian harga tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Produsen sebagai pihak yang memproduksi barang berhak menetapkan dan menentukan harga barang dan jasa sesuai dengan ketentuan dan nilai barang yang mereka produksi. Tetapi dalam hal penetapan harga harus memperhatikan konsumen dan jenis produk yang ditawarkan pula.

Kerangka konseptual



Gambar1. Kerangka konseptual

Hipotesis

Sesuai dengan kerangka konseptual yang telah diuraikan sebelumnya, maka akan terlihat variabel yang menimbulkan hipotesis. Maka berdasarkan uraian sebelumnya, disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Produksi kopi domestik berpengaruh secara signifikan terhadap Daya saing ekspor biji kopi Indonesia.

H₂ : Harga kopi dunia berpengaruh secara signifikan terhadap Daya saing ekspor biji kopi Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan *time series* data dari tahun 2013-2017. Data sekunder diperoleh dari beberapa publikasi dari *International Coffee Organization* (ICO), UNCOMTRADE, Bank Dunia, Departemen Pertanian, Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik dan Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia. Selain referensi dan beberapa data lain yang diambil dari laporan Kementerian Perdagangan, buku, dan jurnal yang dapat diakses baik melalui internet atau perpustakaan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kegiatan ekspor kopi Indonesia ke pasar dunia.

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Priyatno (2008:28) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan *Kolmonogrov-Smirnov Test*. Jika tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika sebaliknya, apabila signifikansinya $< 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal. Setelah dilakukan pengolahan data, didapatkan hasil olahan data *One-Sample Kolmonogrov Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmonogrov Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4486.21116557
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.533
Asymp. Sig. (2-tailed)		.939

Dari Tabel terlihat bahwa hasil uji menyatakan bahwa nilai *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0,533 dengan signifikansi 0,939. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal, karena nilai signifikansi dari uji normalitas untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 ($0,939 > 0,05$).

Uji Multikolinearitas

Priyatno (2008:39) mengemukakan bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu tidak adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Jika angka *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinearitas data dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Toleranc e	VIF
1 (Constant)		
Produksi	.471	2.122
Harga Kopi Dunia	.471	2.122

Berdasarkan hasil olahan data diatas dalam Tabel 4 dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan *Varinace Inflation Factors* (VIF) kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antara semua variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 dan serangkaian pengamatan tersusun dalam rangkaian waktu (*time series*). Dengan kata lain, pengujian ini dimaksudkan untuk melihat adanya hubungan antara data (observasi) satu dengan data yang lainnya dalam satu variabel.

Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan menggunakan *Durbin Watson* (DW) statistik. Berikut ini adalah ringkasan Tabel 5 merupakan uji autokorelasi yang dilihat dari hasil *Durbin Watson* (DW):

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

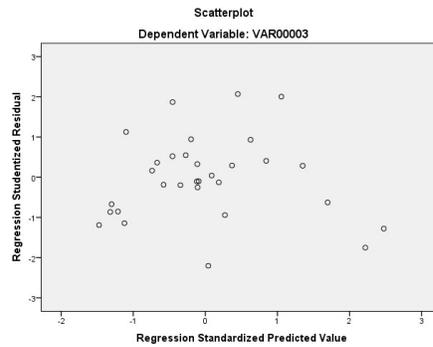
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.677	.654	4643.670	1.121

Nilai durbin watson sebesar 1.121 mendekati 2 maka bebas autokorelasi. (Agus Widarjono, 2015).

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk memprediksi regresi yang digunakan cocok atau tidak. Dalam SPSS metode yang sering digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada scatterplot yang menunjukkan hubungan antara Regression Studentised Residual dengan Regression Standardized Predicted Value. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah: Jika terdapat pola tertentu, yaitu jika titik-titiknya membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Dari hasil uji heteroskidastisitas yang dilakukan terhadap penelitian ini didapat hasil sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa penyebaran butiran tidak teratur. Hal tersebut dapat dilihat dari plot yang terpecah dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala homokedastisitas atau persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas.

Model Regresi Berganda

Tabel 6. Model Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	60802.052	7747.263		7.848	.000
	VAR00001	-.025	.010	-.396	-	.017
	VAR00002	4.766	1.527	.489	3.121	.004

Dari tabel 22 diatas dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 60802.052 - .025X_1 + 4.766X_2 + e$$

Dimana :

Y = Daya Saing Ekspor Biji kopi

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi Parsial

X₁ = Produksi Kopi Domestik

X₂ = Harga Kopi Dunia

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 60802.052 yang berarti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel Produksi Kopi domestik (X₁) dan Harga Kopi Dunia (X₂) maka Daya saing Ekspor (Y) telah mencapai 60802.052.
- Berdasarkan koefisien regresi variabel produksi kopi domestik bernilai positif. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara produksi kopi domestik dengan daya saing ekspor biji kopi Indonesia. Besarnya koefisien regresi variabel produksi kopi domestik adalah sebesar -.025 satuan. Dengan demikian bermakna jika semakin besarnya pengaruh produksi kopi domestik maka daya saing ekspor biji kopi Indonesia juga akan semakin meningkat. Jika dibandingkan dengan nilai koefisien variabel lain, maka koefisien produksi kopi domestik berada pada urutan ketiga terhadap daya saing ekspor biji kopi Indonesia.

- c. Berdasarkan koefisien regresi variabel harga kopi dunia bernilai positif. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga kopi dunia dengan daya saing ekspor biji kopi Indonesia. Besarnya koefisien regresi variabel harga kopi dunia adalah sebesar 4.766 satuan. Dengan demikian bermakna jika semakin besarnya pengaruh harga kopi dunia maka daya saing ekspor biji kopi Indonesia juga akan semakin meningkat. Jika dibandingkan dengan nilai koefisien variabel lain, maka koefisien harga kopi dunia berada pada urutan kedua terhadap daya saing ekspor biji kopi Indonesia.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel independen dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini, formulasi model yang keliru dan kesalahan eksperimen. Pada penelitian ini hasil uji koefisien determinasi (R^2).

Tabel 7. Hasil Uji Determinansi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.654	4643.670

Didapatkan nilai R square 0.677 yang artinya kontribusi variabel produksi kopi domestic dan harga kopi dunia daya saing ekspor biji kopi Indonesia sebesar 67.7 % sedangkan 33.3 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F Statistik

Uji F dilakukan untuk menguji secara keseluruhan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika F hitung $> F$ tabel atau signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas secara bersama sama mampu menjelaskan variabel terikat. Jika F hitung $< F$ tabel atau signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas secara bersama sama tidak mampu menjelaskan variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1263727830.11	2	631863915.05	29.6	.000 ^b
	Residual	603782718.663	28	21563668.524		
	Total	1867510548.77	30			
			4			

Hasil uji F adalah sebesar 29.302 dengan F Tabel sebesar 3.35 dengan tingkat signifikansi 0,061. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat karena $3.35 < 29.302$ dan $0,000 > 0,05$.

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mencari variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat dalam persamaan regresi secara parsial dengan mengasumsikan variabel lain dianggap konstan. Selain itu, uji t juga dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diterima atau ditolak.

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a		t	Sig.
Model			
1	(Constant)	7.848	.000
1.	Total Produksi	-2.529	.017
	Harga Kopi Dunia	3.121	.004

2.529 > 2,051) signifikan (0,017 < 0,05), artinya secara parsial berpengaruh Positif dan tidak Signifikan antara Total Produksi dengan Daya Saing Ekspor. Dengan demikian Ho ditolak dan H1 diterima.

2. thitung > ttabel (3,121 > 2,051) dengan tingkat signifikan (0,004 < 0,05), Harga Kopi Dunia artinya secara parsial berpengaruh Positif dan Signifikan antara dengan Kepuasan Kerja. Dengan demikian Ho ditolak dan H1 diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, seperti :

1. Terdapat pengaruh Positif dan tidak Signifikan antara Total Produksi dengan Daya Saing Ekspor, hipotesis penelitian ini dapat diterima atau dibuktikan dan hasil temuan ini mendukung dan memberikan penguatan pada penelitian terdahulu.
2. Terdapat pengaruh Positif dan Signifikan antara Harga Kopi Dunia dengan Daya Saing Ekspor, hipotesis penelitian ini dapat diterima atau dibuktikan dan hasil temuan ini mendukung dan memberikan penguatan pada penelitian terdahulu.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis mengemukakan beberapa saran kepada Para Pengekspor Kopi sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Meningkatkan produksi lebih besar dengan menekan harga penjualan guna mengurangi persaingan antara pengekspor kopi dunia.
2. Bagi Peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel yang berkaitan dengan Daya Saing Ekspor.

Daftar Rujukan

- Feenstra, R. C., & M. Tayloy, A. 2014. *International Trade* (Third Edit). U.S: Worth Publisher Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mankiw, N. G. 2009. *Macroeconomics* (Seventh Ed). U.S.
- Nugroho, A. (2016). Economic Analysis on Production Changes, Market Integration and Export Challenges of Coffee Sector in Indonesia. *Kyoto University Research Information Repostory*.
- Petrovic, P., Antevski, M., & Vesic, D. (2008). The International Competitiveness and International Integration. *Economics and Organization*, 5(149002), 1–8.
- Salvatore, D. 2013. *International Economics* (11th Editi). U.S: Wiley.

Scumacher, R. (2012). Adam Smith' s theory of absolute advantage and the use of doxography in the history of economics, *5*(2), 54–80.

Statistik, B. P. 2016. *Statistik Kopi Indonesia*. Jakarta: BPS.go.id.

Sukirno, S. 2002. *Teori Mikro Ekonomi* (Cetakan Ke). Jakarta: Rajawali Press.

Suryono, D. W. (1991). Analisis Perdagangan Kopi Indonesia di Pasar Dalam Negeri dan Internasional. Coffee Export in Asean 5 Market. *HABITAT*, *26*(3), 152–162.