

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3. 1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian keunggulan komparatif produk kulit Indonesia, Malaysia dan Australia ini adalah informasi mengenai perdagangan internasional dari produk kulit dengan SITC 611 dan 612 yakni berupa data perdagangan nilai ekspor dan impor produk kulit dengan SITC 611 dan 612 dari ketiga negara tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa data *time series* selama 20 tahun yakni dengan periode tahun 2002 – 2021. Data sekunder yang dikumpulkan untuk penelitian ini yaitu data statistik yang terdiri dari data nilai ekspor dan impor produk kulit dengan (SITC 611 dan 612) dari Indonesia, Malaysia, Australia dan dunia. Serta nilai ekspor dan impor untuk seluruh komoditas Indonesia, Malaysia, Australia dan dunia. Data ini diperoleh dari instansi terkait, antara lain; Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS, 2022), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kementerian perdagangan, 2021) dan United Nations Trade (UN Comtrade Statistic, 2021). Penelitian ini menggunakan data sekunder *time series* yang artinya peneliti tidak memperoleh data dari sumber pertama (Ibrahim, 1996).

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan CADC atau *Computer Assisted Data Collection* (CADC) yakni dengan menggunakan perangkat lunak dari sumber data yang berbentuk *website*, sumber utama data dalam penelitian ini diambil dari *bps.go.id* dan *www.comtrade.un.org* data yang menjadi halaman

ekstraksi data perdagangan komoditi dunia yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia dan United Nations Commodity Trade Statistics Database.

Pengambilan data penelitian ini dilakukan dengan menentukan komoditas/produk, tahun, negara dan aliran perdagangan (ekspor/impor). Data diperoleh dengan di unduh dengan format csv dan excel sehingga dapat diolah secara *offline*. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai September 2022 sampai Februari 2023.

3. 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2014) analisis deskriptif adalah statistik yang dipergunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian mengenai apa yang sudah terjadi. Penelitian ini merupakan runtutan waktu (*time series*) dari tahun 2002 – 2021 dari data perdagangan nilai ekspor dan impor produk kulit dengan SITC 611 dan 612 serta semua komoditas dari Indonesia, Malaysia, Australia dan dunia.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sesuai dengan objek penelitian ini, maka jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu karena penelitian ini melakukan pencatatan pada nilai perdagangan ekspor dan impor produk kulit dengan SITC 611 dan 612

serta semua komoditas dari Indonesia, Malaysia, Australia dan dunia pada yang didapatkan dari literatur berupa *website* yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia dan United Nations Commodity Trade Statistics Database. Selain itu pembahasan penelitian ini didapatkan dari sumber – sumber, atau penemuan terbaru mengenai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif suatu komoditas yang dibandingkan dengan negara lain atau negara pesaingnya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu gejala yang bervariasi. Variabel dapat diartikan sebagai objek penelitian yang menjadi fokus penelitian. Variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

No	Variabel	Definisi	Satuan	Ukuran
1	Ekpor	total nilai penjualan barang dan jasa yang dijual oleh penduduk negara Indonesia, Malaysia dan Australia kepada negara lain tahun 2002 - 2021.	Juta (USD)	Rasio
2	Impor	Total pemasukan barang dan jasa yang dibeli oleh penduduk Indonesia, Malaysia dan Australia dari negara lain tahun 2001 – 2021.	Juta (USD)	Rasio

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Yakni dengan proses membaca sejumlah referensi yang rata-rata berupa tulisan (baik buku, artikel, jurnal, dan lain-lain) yang nantinya dijadikan sebagai sumber rujukan untuk tulisan yang disusun.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder atau data yang telah ada sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber *website* Badan Pusat Statistika Nasional Indonesia (BPS) serta dari laman resmi dari United Nations Commodity Trade Statistics Database (United Nations).

3.2.3.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode studi pustaka yaitu dengan membaca literatur – literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu pengumpulan data pada situs resmi Badan Pusat Statistik dan juga pada United Nations Commodity Trade Statistics Database.

3.2.3. Model Penelitian

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model komparatif atau perbandingan. Dalam penelitian ini penulis membandingkan produk kulit dengan SITC 611 dan 612 Indonesia dengan dua negara yakni Malaysia dan Australia. Perbandingan ini diukur dengan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Revealed Symmetry Comparative Advantage* (RSCA) dan *Trade Balance Index*.

3.2.4. Teknis Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian analisis keunggulan komparatif produk kulit Indonesia dengan SITC 611 dan 612 di pasar internasional yaitu menggunakan analisis kualitatif (deskriptif) dan analisis kuantitatif. Analisis yang menggambarkan secara deskriptif mengenai hasil analisis data penelitian sering disebut sebagai analisis kualitatif deskriptif. Analisis yang digunakan untuk mengetahui hasil analisis keunggulan komparatif dari produk kulit Indonesia di pasar internasional menggunakan metode tertentu disebut dengan analisis kuantitatif. Berikut ini metode yang digunakan pada analisis keunggulan komparatif produk kulit Indonesia di pasar internasional yakni:

1. Untuk Identifikasi Masalah Pertama

a. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Dalam Penelitian ini, untuk melihat apakah suatu negara memiliki keunggulan komparatif pada suatu produk (produk kulit), digunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* yang membandingkan pangsa pasar sektor tertentu negara lainnya yang menunjukkan daya saing industri suatu negara. Dengan asumsi bahwa pola perdagangan komoditas mencerminkan perbedaan antar negara dalam biaya relatif serta dalam faktor non-harga, diasumsikan untuk "mengungkapkan keunggulan komparatif" dari negara-negara perdagangan. Balassa (1965) mengukur kinerja ekspor relatif menurut negara dan industri/komoditas didefinisikan sebagai bagian negara dari ekspor dunia dari komoditas dibagi dengan bagiannya dari total ekspor dunia.

Formula RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA_i = \frac{XO_i / X_{ti}}{XWO_i / XW_t}$$

Keterangan:

XO_i = Nilai Ekspor Produk Kulit Indonesia (US\$)

X_{ti} = Total Nilai Ekspor Indonesia (US\$)

XWO_i = Total Nilai Ekspor Produk Kulit Dunia (US\$)

XW_t = Total Nilai Ekspor Dunia (US\$)

Jika nilai RCA lebih kecil dari 1 atau mendekati 0 maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang lemah pada komoditas kulit. Jika nilai RCA lebih besar dari 1, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat pada komoditas kulit tersebut.

b. *Revealed Symmetry Comparative Advantage (RSCA)*

Revealed Symmetry Comparative Advantage (RSCA) merupakan model pengembangan index dari *Revealed Comparative Advantage (RCA)* yang dikembangkan oleh Balassa (1965). RSCA adalah indeks yang dihitung menggunakan data tahunan sehingga dapat menunjukkan perkembangan keunggulan komparatif (Dalum et al., 1998). Pada penelitian ini, perhitungan indeks RSCA diawali dengan menghitung indeks RCA. Indeks RCA menunjukkan perbandingan pangsa ekspor komoditas di suatu negara yang dibandingkan dengan pangsa ekspor komoditas yang sama dari seluruh negara

(Aprilia R. F., 2015). Selain itu, indeks RSCA ini menunjukkan keunggulan daya saing suatu negara tertentu dengan asumsi (*ceteris paribus*) yaitu asumsi mengenai faktor – faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor tetap tidak berubah (Marshall, 1890).

Perhitungan indeks RSCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RSCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)}$$

Model RSCA ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan model RCA, yang mana memiliki nilai yang simetri dengan interval – 1 dan 1. Dengan ketentuan nilai indeks kurang dari 0 menunjukkan bahwa suatu komoditas tidak memiliki *comparative advantage*, sebaliknya apabila nilai indeks lebih dari 0 maka komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif.

Perkembangan indeks RSCA tersebut digunakan untuk menggambarkan perbandingan keunggulan komparatif negara pengekspor ke pasar tujuan ekspor. Hal tersebut dimaksudkan sebagai rekomendasi bila terhadap suatu komoditas tertentu perlu dilakukan spesialisasi atau tidak.

2. Untuk Identifikasi Masalah Kedua

a. *Trade Balance Index (TBI)*

Trade Balance index adalah metode yang digunakan untuk menganalisis spesialisasi suatu negara yang dilihat dari neraca perdagangan.

$$TBI = \frac{x_{ij} - M_{ij}}{x_{ij} + M_{ij}}$$

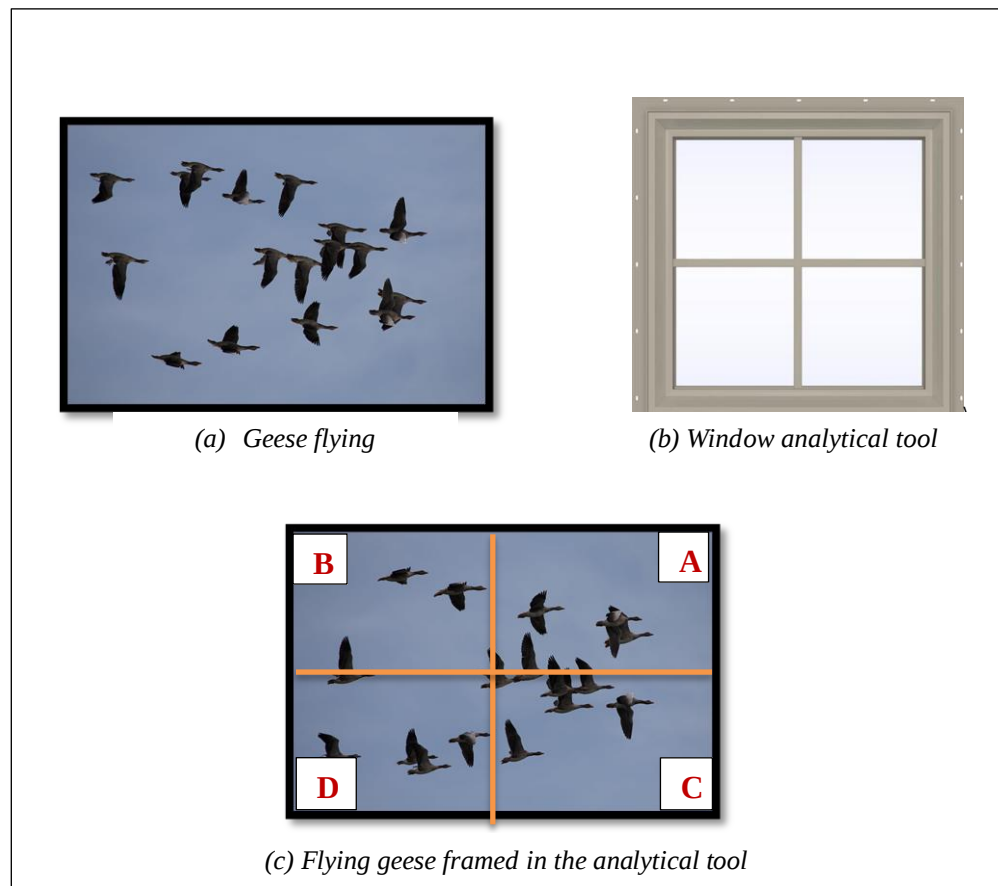
Keterangan:

X_{ij} = Total nilai ekspor produk kulit Indonesia ke dunia

M_{ij} = Total nilai impor produk kulit Indonesia ke dunia

Nilai indeks berkisar di antara -1 sampai dengan $+1$. Jika nilai indeks positif diatas 0 sampai dengan 1 , maka produk kulit dikatakan mempunyai daya saing yang kuat atau negara yang cenderung sebagai pengekspor dari produk kulit tersebut (suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik). Sebaliknya, daya saing produk kulit rendah atau cenderung sebagai pengimpor (suplai domestik lebih kecil dari permintaan domestik), jika nilai indeksnya negatif di bawah 0 hingga -1 . Jika nilai indeksnya naik berarti daya saingnya meningkat, dan begitu juga sebaliknya.

Selanjutnya penelitian ini menggunakan model pemetaan produk ekspor – impor, untuk mengetahui bagaimana posisi dari produk kulit Indonesia. Apakah produk kulit menjadi komoditi unggulan atau tidak. Metode pemetaan produk ini mempertimbangkan dua sudut pandang yakni sudut pandang domestik dan internasional. Seperti dalam konsep “*flying geese*”, bahwa ada dua variabel penting dalam menganalisis keunggulan komparatif ekonomi, yaitu neraca perdagangan domestik dan daya saing internasional.



Sumber: Geese Flying Ilustrasi, Grafik Vektor & Clip Art Bebas Royalti - iStock (istockphoto.com)

Gambar 3.1 Geese Flying Concept

Gambar di atas menunjukkan konsep dari “*flying geese*” yang terlihat pada gambar (a) menunjukkan posisi dari angsa terbang dan gambar (b) menunjukkan jendela. Jika manusia melihat objek angsa terbang dengan sudut pandang jendela maka akan terlihat seperti gambar (c) adanya sekat – sekat antara angsa – angsa tersebut yang terbagi menjadi empat bagian. Untuk menginterpretasikan konsep angsa terbang ini terhadap sebuah produk maka ada dua indikator diperlukan untuk mewakili dua sudut pandang, neraca perdagangan domestik dan daya saing internasional seperti yang disebutkan

sebelumnya. Dua sudut pandang tersebut diinterpretasikan oleh *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) sebagai indikator keunggulan komparatif dan *Trade Balance Index* (TBI) sebagai indikator kegiatan ekspor – impor (Widodo, 2009). Sebagai hasil maka didapat:

R C A	Grup B Comparative Advantage Net-importer (RSCA > 0 and TBI < 0)	Group A Comparative Advantage Net-exporter (RSCA > 0 and TBI > 0)
	Grup D Comparative disadvantage Net-importer (RSCA < 0 and TBI < 0)	Grup C Comparative disadvantage Net-exporter (RSCA < 0 and TBI > 0)

TBI

Gambar 3. 2 Product Mapping

Pembagian produk ini terbagi menjadi empat seperti gambar di atas yang menunjukkan adanya pembagian produk sebagai berikut:

1. Grup A, produk yang menempati grup ini dinyatakan mempunyai keunggulan komparatif dan sebagai negara eksportir produk tersebut.
2. Grup B, produk mempunyai keunggulan komparatif namun negara tersebut masih melakukan impor terhadap produk tersebut.
3. Grup C, produk yang masuk kategori ini adalah produk yang belum atau tidak memiliki keunggulan komparatif pada negara tersebut namun negara itu menjadi negara eksportir dari produk tersebut.
4. Grup D, yakni sebuah produk suatu negara yang tidak memiliki keunggulan komparatif dan negara tersebut menjadi negara importir dari produk tersebut.