

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Ahmad Arief Munajad (2002) berjudul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia Tahun 1976 – 1999 mengemukakan dasar hipotesa yang meliputi harga komoditas teh dunia, harga kopi dunia dan kurs. Dari hasil perhitungan, mengindikasikan bahwa harga teh dunia tidak signifikan dan berarah negative terhadap volume ekspor teh Indonesia. Begitu pula harga kopi dunia tidak signifikan dan berarah negative sehingga tidak mempunyai pengaruh. Harga kurs signifikan dan berarah positif terhadap volume ekspor teh Indonesia.

Penelitian Marstyo Adi Nugroho (2002) yang berjudul Analisis Permintaan Ekspor Teh Indonesia oleh Singapura kurun Waktu 1980- 1999 menarik kesimpulan di dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor teh Indonesia oleh Singapura melalui model regresi non linier, setelah diuji baik secara statistik maupun ekonometrik pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan:

Secara bersama-sama variabel penjelas yaitu harga ekspor teh Indonesia ke Singapura, GDP riil perkapita Singapura dan kurs rupiah terhadap dollar AS berpengaruh terhadap permintaan ekspor teh Indonesia oleh Singapura, ditunjukkan dengan nilai F yang signifikan secara statistik. Sedangkan ekspor teh Indonesia oleh Singapura melalui uji-t dipengaruhi secara negative oleh harga ekspor teh Indonesia ke Singapura, yang artinya bila harga naik maka permintaan akan turun.

Permintaan ekspor teh Indonesia oleh Singapura melalui uji-t dipengaruhi secara negative oleh kurs rupiah terhadap dollar AS, ini membuktikan apabila rupiah terdepresiasi dari dollar AS akan berdampak mahal nya barang ekspor Indonesia serta permintaan ekspor teh Indonesia oleh Singapura melalui uji-t tidak dipengaruhi oleh GDP riil perkapita, namun tanda parameternya negative yang artinya bahwa komoditi teh Indonesia di Singapura merupakan barang inferior karena pada saat pendapatan naik mengakibatkan permintaan yang turun.

Dalam penelitian yang berjudul “ Aplikasi Model Armington Untuk Analisis Perdagangan Teh Indonesia Di Pasar Internasional “ Rita Nurmalina Suryana dan Teti Aisyah menarik kesimpulan bahwa apabila suatu negara ingin meningkatkan nilai ekspor maka ada beberapa hal yang perlu menjadi catatan yaitu mengenai tarif apabila terjadi penurunan tarif impor di suatu negara pengimpor akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume ekspor ke negara pengimpor lainnya. Penurunan tarif ini juga akan meningkatkan volume penawaran ekspor dan menurunkan harga permintaan impor.

Untuk meningkatkan volume perdagangan Indonesia , arah kebijaksanaan perlu dititik beratkan pada pasar afrika dan eropa. Meskipun mutu teh Indonesia telah memenuhi ISO 2370, namun untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing, pengawasan mutu (*quality control*) harus dilaksanakan pada setiap fase pengolahan.

Diperlukan upaya yang dapat mendorong dan membuka pasar sasaran ekspor baru bagi perdagangan teh Indonesia. Kebijakan ini harus disertai dengan program-program yang dapat menggeser volume permintaan seperti pengendalian mutu teh.

ataupun yang dapat menggeser harga permintaan seperti penurunan pajak ekspor, subsidi transportasi pemasaran, dan penurunan harga penawaran teh Indonesia. Demikian pula disisi produksi, diperlukan usaha-usaha yang menunjang kearah peningkatan produksi, seperti menekan biaya produksi melalui pemberian kredit murah, investasi pada industri teh, serta intensifikasi perkebunan teh.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohayati Suprihatini dengan judul “ Optimasi Alokasi Produksi Untuk Pasar Ekspor Teh Indonesia ” mengungkapkan dari hasil analisis bahwa dengan optimasi akan meningkatkan keuntungan total industri perkebunan teh nasional sebesar 1.826.155 dollar AS atau 16,5 persen dari keuntungan semula. Alokasi produksi ke pasar Inggris, Rusia dan Belanda perlu ditingkatkan. Di pihak lain, alokasi produksi ke pasar Pakistan, Amerika Serikat, dan pasar dalam negeri perlu dikurangi. Agar upaya optimasi tersebut mudah direalisasikan , maka Kantor Pemasaran Bersama (KPB) sebagai lembaga penyelenggara lelang teh satu-satunya di Indonesia perlu aktif mengundang lebih banyak calon pembeli dari Inggris, Rusia dan Belanda.