

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi untuk mendapatkan gambaran, kerangka berpikir, dan sekaligus untuk mempelajari berbagai metode analisis yang digunakan oleh peneliti sebelumnya. Dengan adanya penelitian terdahulu maka tidak akan terjadi pengulangan penelitian. Penelitian terdahulu yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Arvin Lingga Pramudita (2012)

Judul dalam penelitian ini adalah “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inflasi di Indonesia”. Penelitian tersebut menggunakan data sekunder dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan mempertimbangkan uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroseksualitas dari hasil analisis pengaruh ekonomi makro secara simultan dengan *level of significant* terhadap inflasi secara simultan. Variabel-variabel makro ekonomi dalam penelitian ini mampu menjelaskan perubahan Inflasi. Secara parsial variabel-variabel makro ekonomi di antaranya : (1) Jumlah Uang Beredar (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Inflasi (Y) karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0451. (2) Tingkat Suku Bunga (X_2) berpengaruh secara signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05

yaitu 0,0001. (3) Nilai Kurs (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan (Y) karena nilai probabilitasnya lebih Kecil dari 0,05 yaitu 0,0145.

2. Roshinta Puspitaningrum (2013)

Judul dalam Penelitian ini adalah Pengaruh Tingkat Inflasi, Tingkat Suku Bunga SBI, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Nilai Tukar Rupiah. Penelitian ini menggunakan metode *explanatory* dengan pendekatan Kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh data time series dalam bentuk triwulan mengenai tingkat inflasi, tingkat suku bunga, pertumbuhan ekonomi dan nilai tukar rupiah. Penentuan sampel berdasarkan data time series triwulanan periode Januari 2003- Desember 2012, yaitu sebanyak 40 sampel.

Dalam penelitian ini Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,420 yang berarti bahwa variabel bebas tingkat inflasi, tingkat suku bunga SBI, dan pertumbuhan ekonomi menjelaskan variabel terikat nilai tukar Rupiah sebesar 42% dan sisanya sebesar 58% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Hasil uji simultan (uji F), menunjukkan bahwa tingkat inflasi, tingkat suku bunga SBI, dan pertumbuhan ekonomi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai tukar Rupiah. Sebaliknya variabel pertumbuhan ekonomi menunjukkan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai tukar Rupiah.

3. Inazyelia Pramaboyu (2007)

Judul dalam penelitian ini adalah “ Pengaruh Nilai Tukar, Inflasi, Dan Nilai Ekspor Terhadap Nilai Impor (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Kota Malang Tahun 2003-2005). Tujuan penelitian yaitu mempelajari dan menganalisis variabel independen yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini menganalisis variabel Nilai Tukar, Inflasi dan Nilai Ekspor terhadap yang memiliki pengaruh terhadap impor perusahaan manufaktur di Kota Malang pada tahun 2003-2005.

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini adalah penelitian penjelasan, karena penelitian ini menjelaskan gejala yang ditimbulkan oleh suatu obyek penelitian. Berdasarkan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini adalah penelitian sensus, karena menggunakan seluruh populasi, yaitu seluruh perusahaan manufaktur di Kota Malang yang melakukan kegiatan ekspor impor. Metode penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda, terbukti bahwa variabel nilai tukar, inflasi dan nilai ekspor memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap nilai impor, sedangkan variabel yang pengaruhnya signifikan secara parsial adalah inflasi. Variabel nilai tukar dan inflasi dapat menjelaskan 42% dari keseluruhan nilai impor pada tahun 2003 hingga 2005. Sedangkan variabel yang pengaruhnya paling dominan terhadap nilai impor adalah inflasi.

Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul & Nama Penulis	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	Arvin Lingga Pramudita (2012) Judul dalam penelitian ini adalah “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inflasi di Indonesia”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Uang Beredar (X_1) 2. Tingkat Suku Bunga (X_2) 3. Nilai Kurs (X_3) 4. Inflasi (Y) 	<p>Regresi Linier Berganda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Uang Beredar (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Inflasi (Y) karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0451. 2. Tingkat Suku Bunga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Infasi (Y) karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0001. 3. Nilai Kurs (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Inflasi (Y) karena nilai probabilitasnya lebih Kecil dari 0,05 yaitu 0,0145.

Sumber : Data diolah

Lanjutan Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul & Nama Penulis	Variabel	Alat Analisis	Hasil
2	Roshinta (2013) yang berjudul “ Pengaruh Tingkat Inflasi, Suku Bunga, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Nilai Tukar (Studi Pada Bank Indonesia Tahun 2003-2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflasi (X_1) 2. Tingkat Suku Bunga SBI (X_2) 3. Pertumbuhan ekonomi (X_3) 4. Nilai Tukar (Y) 	Regresi Linier Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Tukar karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. 2. Tingkat Suku Bunga SBI (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Tukar karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001 3. Pertumbuhan ekonomi (X_3) tidak berpengaruh terhadap nilai tukar karena nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,161.

Sumber : Data diolah

Lanjutan Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul & Nama Penulis	Variabel	Alat Analisis	Hasil
3	Inazyelia Pramaboyu (2009) yang berjudul “Pengaruh Nilai Tukar, Inflasi, Dan Nilai Ekspor Terhadap Nilai Impor (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Kota Malang Tahun 2003-2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Tukar US\$ (X_1) 2. Inflasi (X_2) 3. Nilai Ekspor (X_3) 4. Nilai Impor (Y) 	Regresi Linier Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Tukar (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Impor (Y) karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. 2. Inflasi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Impor (Y) karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,047. 3. Nilai Ekspor (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Impor (Y) karena nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,838.

Sumber : Data diolah

B. Landasan Teori

1. Globalisasi Ekonomi

Perkembangan ekonomi dunia yang begitu pesat telah meningkatkan hubungan saling ketergantungan dan mempertajam persaingan yang menambahkan rumitnya strategi pembangunan yang mengandalkan ekspor di satu pihak. Di pihak lain, hal tersebut merupakan peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk keberhasilan pelaksanaan pembangunan nasional. Perekonomian dunia mengalami perubahan sejak tahun 1970-an hingga tahun 2000-an yang bersifat mendasar atau struktural dan mempunyai kecenderungan jangka panjang atau konjungtural yang sangat populer dengan sebutan “globalisasi”.

Gejala globalisasi terjadi dalam kegiatan finansial, produksi, investasi, dan perdagangan yang kemudian mempengaruhi tata hubungan ekonomi antar bangsa. Proses globalisasi itu telah meningkatkan hubungan saling ketergantungan antar negara, bahkan menimbulkan proses menyatunya ekonomi dunia, sehingga batas-batas antar negara dalam berbagai praktik dunia bisnis seakan-akan dianggap tidak berlaku lagi (Halwani, 2002 : 224). Perkembangan tersebut memperlihatkan proses kegiatan ekonomi produksi industri pengolahan dalam perkembangannya tidak banyak menimbulkan pengaruh yang serupa pada produksi barang primer.

Dalam kerangka perdagangan internasional, berbagai upaya masih dijalankan agar usaha memperbaiki sistem perdagangan dunia melalui perundingan perdagangan multilateral dalam kerangka, yaitu terciptanya

perdagangan dunia yang bebas, adil, dan terbuka. Globalisasi ekonomi ditandai dengan makin menipisnya batas-batas investasi atau pasar secara nasional, regional ataupun internasional. Menurut Hendra Halwani (225 : 2002) hal itu disebabkan oleh adanya hal-hal berikut :

- 1) Komunikasi dan transportasi yang semakin canggih.
- 2) Lalu lintas devisa yang semakin bebas.
- 3) Ekonomi negara yang semakin terbuka.
- 4) Penggunaan secara penuh keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif tiap-tiap negara.
- 5) Metode produksi dan perakitan dengan organisasi manajemen yang semakin efisien.
- 6) Semakin pesatnya perkembangan perusahaan multinasional di seluruh dunia.

2. Inflasi, Nilai Tukar, dan Impor

Variabel inflasi, dan nilai tukar merupakan bagian makro ekonomi. Sedangkan makro ekonomi itu sendiri adalah studi tentang ekonomi secara keseluruhan. Makro ekonomi menjelaskan perubahan ekonomi yang mempengaruhi masyarakat, perusahaan, dan pasar. Ekonomi makro dapat digunakan untuk menganalisis dan mempengaruhi target target kebijakan seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, hingga keseimbangan neraca perdagangan ekspor-impor. Makro ekonomi memiliki variabel-variabel yang berkaitan erat dengan perubahan impor mobil CBU di Indonesia, variabel-variabel tersebut terdiri dari :

a. Inflasi

1) Pengertian Inflasi

Menurut Sukirno (2006:27) inflasi adalah kenaikan harga-harga secara umum berlaku dalam suatu perekonomian dari suatu periode ke periode lainnya.

Sedangkan tingkat inflasi adalah presentase kenaikan harga-harga pada suatu tahun tertentu berbanding dengan tahun sebelumnya. Inflasi secara umum merupakan kenaikan harga barang-barang. Inflasi yang tinggi sering dikaitkan dengan perekonomian yang terlalu panas. Perekonomian yang terlalu panas yaitu perekonomian dimana permintaan atas barang dan jasa melampaui kapasitas produksinya, yang akan mendorong kenaikan harga.

2) Sumber Inflasi

Menurut Sadono Sukirno (2006 : 333) Berdasarkan sumber atau penyebab kenaikan harga-harga yang berlaku, inflasi dibedakan menjadi tiga bentuk :

a) Inflasi Tarikan Permintaan

Inflasi ini biasanya terjadi pada masa perekonomian yang sedang berkembang dengan pesat. Kesempatan kerja yang tinggi menciptakan tingkat pendapatan yang tinggi dan selanjutnya menimbulkan pengeluaran yang melebihi kemampuan ekonomi untuk mengeluarkan barang dan jasa. Pengeluaran yang berlebihan ini dapat menimbulkan inflasi.

b) Inflasi Desakan Biaya

Inflasi ini berlaku dalam masa perekonomian berkembang dengan pesat ketika tingkat pengangguran sangat rendah. Apabila perusahaan-perusahaan masih menghadapi permintaan yang bertambah, mereka akan berusaha menaikkan produksi dengan cara memberikan gaji dan upah yang lebih tinggi kepada pekerjanya dan mencari pekerja baru dengan tawaran pembayaran yang lebih tinggi.

c) Inflasi Diimpor

Inflasi dapat juga bersumber dari kenaikan harga-harga barang yang diimpor. Inflasi ini akan berwujud apabila barang-barang impor yang mengalami kenaikan harga mempunyai peranan yang penting dalam kegiatan pengeluaran perusahaan-perusahaan. Satu contoh yang nyata dalam hal ini adalah efek kenaikan harga minyak dunia dalam tahun 1970-an pada perekonomian negara-negara barat dan negara-negara pengimpor minyak lainnya. Minyak dunia memiliki nilai strategis dalam proses produksi barang barang industri. Kenaikan harga minyak dunia berbanding lurus dengan naiknya biaya produksi dan biaya produksi berdampak pada kenaikan harga-harga produk di pasar.

3) Dampak Inflasi

Dampak inflasi pada suatu negara akan meningkat jika inflasi di suatu negara meningkat dibandingkan dengan negara-negara rekanan dagangnya, maka neraca berjalan negara tersebut akan menurun. Konsumen dan perusahaan pada negara tersebut mungkin membeli lebih banyak barang di luar negeri (karena tingginya inflasi lokal). Menurut Sukirno (2006:338), efek-efek buruk dari inflasi yaitu sebagai berikut:

a) Inflasi dan Perkembangan Ekonomi

Biaya yang terus menerus naik menyebabkan kegiatan produktif sangat tidak menguntungkan. Maka pemilik modal biasanya lebih suka menggunakan uang untuk tujuan spekulasi. Investasi produktif akan berkurang dan tingkat kegiatan ekonomi akan menurun, sebagai akibatnya lebih banyak pengangguran.

b) Inflasi dan Kemakmuran Rakyat

Inflasi disamping menimbulkan efek buruk atas kegiatan ekonomi negara, inflasi juga akan menimbulkan efek terhadap kemakmuran masyarakat. Inflasi akan menyebabkan daya beli masyarakat yang semakin menurun.

c) Inflasi Akan Menurunkan Pendapatan Riil

Inflasi pada umumnya berpengaruh terhadap kenaikan upah tidaklah secepat kenaikan harga-harga barang. Disamping itu juga inflasi akan menurunkan upah riil individu-individu yang berpendapatan tetap. Sehingga daya beli masyarakat juga akan menurun.

d) Inflasi Akan Mengurangi Nilai Kekayaan yang Berbentuk Uang

Sebagian kekayaan masyarakat disimpan dalam bentuk uang. Simpanan di bank, simpanan tunai, dan simpanan dalam institusi-institusi keuangan lainnya merupakan simpanan keuangan. Nilai riilnya akan menurun apabila inflasi berlaku.

e) Memperburuk Distribusi Kekayaan

Inflasi telah menunjukkan bahwa penerima pendapatan tetap akan menghadapi kemerosotan dalam nilai riil pendapatannya, dan pemilik kekayaan mengalami penurunan dalam nilai riil kekayaannya. Sebagian penjual dapat mempertahankan nilai riil pendapatannya. Dengan demikian inflasi menyebabkan pembagian pendapatan diantara golongan berpendapatan tetap dengan pemiliki-pemilik harta tetap dan penjual akan menjadi semakin tidak merata.

Inflasi selain memberikan dampak yang buruk juga memberikan dampak yang baik bagi perekonomian suatu negara. Dalam masa perekonomian yang berkembang dengan pesat ketika tingkat pengangguran rendah, apabila perusahaan perusahaan masih menghadapi permintaan akan barang dan jasa yang bertambah, mereka akan berusaha menaikkan produksi dengan cara memberikan gaji dan upah yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan inflasi dapat meningkatkan pendapatan tenaga kerja (Sukirno, 334:2006).

b. Nilai Tukar

Standar penggunaan nilai tukar telah dimulai sejak 1978 yaitu harga mata uang asing dihitung berdasar US\$ 1 yang dikenal dengan istilah nilai tukar (kurs). Nilai tukar suatu mata uang adalah harga mata uang suatu negara terhadap negara asing lainnya. Misalnya harga dari satu dollar Amerika Serikat (US\$) saat ini Rp.11.500. Harga pada umumnya terkait dengan sejumlah uang dan nilai tukar mata uang yang bersifat stabil dan juga bisa labil atau terlalu bergerak naik turun (fluktuatif).

Nilai tukar atau lazim juga disebut kurs valuta dalam berbagai transaksi ataupun jual beli valuta asing, dikenal ada empat jenis (Sukirno, 2006:398) :

- 1) *Selling Rate* (kurs jual), yakni kurs yang ditentukan oleh suatu Bank untuk penjualan valuta asing tertentu pada saat tertentu.
- 2) *Middle Rate* (kurs tengah), adalah kurs tengah antara kurs jual dan kurs beli valuta asing terhadap mata uang nasional yang ditetapkan oleh Bank Central suatu saat tertentu.
- 3) *Buying Rate* (kurs beli), adalah kurs yang ditentukan oleh suatu bank untuk pembelian valuta asing tertentu pada saat tertentu.
- 4) *Flat Rate* (kurs flat), adalah kurs yang berlaku dalam transaksi jual beli *bank notes* dan *traveler cheque*, di mana dalam kurs tersebut sudah diperhitungkan promosi dan biaya-biaya lainnya.

Nilai tukar merupakan salah satu harga yang terpenting dalam perekonomian terbuka mengingat pengaruh yang demikian besar bagi neraca transaksi berjalan maupun variabel-variabel makro ekonomi yang lain. Ada dua pendekatan yang digunakan untuk menentukan nilai tukar mata uang yaitu pendekatan moneter dan pendekatan pasar. Dalam pendekatan moneter, nilai tukar mata uang didefinisikan sebagai harga dimana mata uang asing diperjual belikan terhadap mata uang domestik dan harga tersebut berhubungan dengan penawaran dan permintaan uang.

1) Faktor yang Mempengaruhi Nilai Tukar

Menurut Gilarso (2002:300) Naik turunnya nilai tukar mata uang atau kurs valuta asing bisa terjadi dengan berbagai cara, yakni bisa dengan cara dilakukan secara resmi oleh pemerintah suatu negara yang menganut sistem nilai tukar mengambang terkendali (*managed floating exchange rate*), atau juga karena tarik menariknya kekuatan-kekuatan penawaran dan permintaan di dalam pasar (*market mechanism*) dan lazimnya perubahan nilai tukar mata uang tersebut bisa terjadi karena empat hal, yaitu :

a) Depresiasi

Depresiasi merupakan penurunan harga mata uang nasional terhadap mata uang asing lainnya, yang terjadi karena tarik menariknya kekuatan-kekuatan *supply* dan *demand* di dalam pasar (*market mechanism*).

b) Apresiasi

Apresiasi merupakan peningkatan harga mata uang nasional terhadap berbagai mata uang asing lainnya, yang terjadi karena *supply* dan *demand* di dalam pasar (*market mechanism*).

c) Devaluasi

Devaluasi adalah penurunan harga mata uang nasional terhadap berbagai mata uang asing lainnya yang dilakukan secara resmi oleh pemerintah suatu negara.

d) Revaluasi

Revaluasi adalah peningkatan harga mata uang nasional terhadap berbagai mata uang asing lainnya yang dilakukan secara resmi oleh pemerintah suatu negara.

Perubahan dalam permintaan dan penawaran suatu nilai tukar menyebabkan perubahan dalam nilai tukar dapat disebabkan oleh banyak faktor.

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar (Sukirno, 2006:402).

a) Perubahan Dalam Cita Rasa Masyarakat

Cita rasa masyarakat mempengaruhi corak konsumsi mereka. Maka perubahan cita rasa masyarakat akan mengubah corak konsumsi mereka atas barang-barang yang diproduksi dalam negeri maupun yang diimpor. Perbaikan kualitas barang-barang dalam negeri menyebabkan berkurangnya impor dan menaikkan ekspor. Sedangkan perbaikan kualitas barang-barang impor menyebabkan keinginan masyarakat untuk mengimpor bertambah besar. Perubahan-perubahan ini akan mempengaruhi permintaan dan penawaran nilai tukar mata uang.

b) Perubahan Harga Barang Ekspor dan Impor

Harga suatu barang merupakan salah satu faktor penting yang menentukan apakah suatu barang akan diimpor atau diekspor. Barang-barang dalam negeri yang dapat dijual dengan harga yang relatif murah akan menantikan ekspor dan apabila harganya naik maka eksponya akan berkurang. Pengurangan harga barang impor akan menambah jumlah impor, dan sebaliknya kenaikan harga barang impor akan mengurangi impor. Dengan demikian perubahan harga-harga barang ekspor dan impor akan menyebabkan perubahan dalam penawaran dan permintaan atas mata uang tersebut.

c) Kenaikan Harga Umum (Inflasi)

Inflasi sangat besar pengaruhnya pada nilai tukar. Inflasi berlaku pada umumnya cenderung untuk menurunkan nilai suatu valuta asing. Kecenderungan seperti ini merupakan bentuk yang disebabkan inflasi sebagai berikut : (i) inflasi menyebabkan harga-harga di dalam negeri lebih mahal dari harga-harga di luar negeri dan oleh sebab itu inflasi berkecenderungan menambah impor, (ii) inflasi menyebabkan harga-harga barang ekspor menjadi lebih mahal, oleh karena itu ekspor menjadi berkurang. Keadaan (i) menyebabkan permintaan mata uang asing bertambah dan keadaan (ii) menyebabkan penawaran atas mata uang asing berkurang, hal tersebut mengakibatkan harga mata uang asing akan bertambah.

d) Perubahan Suku Bunga dan Tingkat Pengembalian Investasi

Suku bunga dan pengembalian investasi sangat penting peranannya dalam mempengaruhi aliran modal. Suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang rendah cenderung akan menyebabkan modal dalam negeri

mengalir ke luar negeri. Sedangkan suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang tinggi akan menyebabkan modal luar negeri masuk ke negara itu. Apabila lebih banyak modal mengalir ke suatu negara, maka permintaan atas mata uangnya bertambah sehingga nilai mata uang tersebut bertambah. Nilai mata uang suatu negara akan merosot apabila lebih banyak modal negara dialirkan ke luar negeri. karena suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi di negara negara lain.

e) **Pertumbuhan Ekonomi**

Efek yang akan diakibatkan oleh kemajuan ekonomi kepada nilai mata uangnya tergantung kepada corak pertumbuhan ekonomi yang berlaku. Apabila kemajuan tersebut diakibatkan oleh perkembangan ekspor, maka permintaan atas mata uang negara itu bertambah lebih cepat dari penawarannya dan oleh karenanya nilai mata uang negara itu naik. Akan tetapi, apabila kemajuan tersebut menyebabkan impor berkembang lebih cepat dari ekspor, penawaran mata uang negara itu lebih cepat bertambah dari permintaanya dan oleh karenanya nilai mata uang negara tersebut akan merosot.

2) **Dampak Nilai Tukar Mata Uang**

Menurut Madura (2006:256) penentuan nilai tukar mata uang dalam sistem mengambang bebas ditentukan oleh mekanisme pasar, dengan demikian hal itu akan sangat bergantung pada kekuatan faktor-faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi kondisi permintaan dan penawaran valuta asing di pasar valuta asing. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah perbedaan tingkat inflasi, perbedaan tingkat suku bunga, perbedaan tingkat pendapatan nasional. Nilai dari sebagian besar mata uang dapat berfluktuasi sepanjang waktu karena kekuatan pasar dan pemerintah. Saat mata uang menguat, barang yang diekspor oleh negara tersebut akan menjadi lebih mahal bagi negara pengimpor. Akibatnya permintaan akan barang impor berkurang.

c. Impor

1) Pengertian Impor

Impor adalah pengiriman barang dagangan dari luar negeri ke pelabuhan di seluruh wilayah Indonesia kecuali wilayah bebas yang dianggap luar negeri, yang bersifat komersial maupun bukan komersial (Tandjung, 379 : 2012). Barang-barang luar negeri yang diolah dan diperbaiki di dalam negeri dicatat sebagai barang impor meskipun barang tersebut akan kembali ke luar negeri. Dalam statistik perdagangan internasional, impor berarti masuknya barang dari luar negeri ke dalam wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Impor mempunyai sifat yang berlawanan dengan ekspor.

Impor suatu negara berkorelasi dengan output dan pendapatan negara tersebut secara positif. Permintaan untuk impor tergantung pada harga relatif atas barang-barang luar negeri dan dalam negeri. Oleh karena itu volume dan nilai impor akan dipengaruhi output dalam negeri dan harga relatif antara barang-barang buatan dalam negeri dan buatan luar negeri. Impor berlawanan dengan ekspor. Ekspor dapat dikatakan injeksi bagi perekonomian suatu negara sedangkan impor merupakan kebocoran dari segi pendapatan nasional. Impor ditentukan oleh kesanggupan atau kemampuan dalam menghasilkan barang-barang yang bersaing dengan buatan luar negeri.

2) Dasar kebijakan Impor di Indonesia

Menurut Tandjung (2012:380) dalam buku aspek prosedur ekspor-impor terdapat suatu kebijakan yang mendasari terjadinya kegiatan impor Indonesia, berikut merupakan dasar kebijakan impor di Indonesia :

- 1) Undang-undang nomor 7 tahun 1994 tentang pengesahan persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia yang memuat rambu-rambu yang wajib dipatuhi oleh setiap negara anggota WTO, dalam merumuskan kebijakan perdagangan internasional;
- 2) Perangkat hukum yang tertuang dalam peraturan Pemerintah. Keputusan Presiden maupun keputusan Menteri Perdagangan yang pada dasarnya :
 - a) Menunjang terciptanya iklim usaha yang mendorong peningkatan efisiensi dalam perdagangan nasional;
 - b) Mengendalikan impor yang berkaitan dengan perlindungan terhadap hak katas kekayaan intelektual;
 - c) Mendorong pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi;
 - d) Mendorong investasi dan produksi untuk tujuan ekspor dan impor;
 - e) Penghematan devisa dan pengendalian inflasi;
 - f) Meningkatkan efisiensi impor melalui harmonisasi tariff dan tata niaga impor;
 - g) Menertibkan dan meningkatkan peranan sarana serta lembaga penunjang impor dan memenuhi ketentuan.
- 3) **Volume Impor Mobil CBU (*Completely Built Up*) di Indonesia**

Impor mobil *completely built up* merupakan mobil yang diimpor dalam keadaan utuh. Bisnis impor mobil CBU (*Completely Built Up*) di Indonesia lahir setelah keran impor mobil CBU dibuka pada tahun 1998. Sejak saat itu otomatis semakin banyak mobil CBU yang beredar di Indonesia (www.gaikindo.or.id). Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) adalah pelaku importir mobil-mobil CBU tersebut.

C. Perdagangan Internasional

Seluruh negara telah melihat pengaruh dari perdagangan lintas batas sebagai keuntungan potensial. Bagaimanapun juga, perdagangan internasional melahirkan kompetisi yang biasanya terjadi ketika dua perekonomian saling bertukar barang dan jasa demi uang. Setiap pihak dalam pertukaran tersebut berharap untuk dapat memaksimalkan keuntungan mereka. Seiring tumbuhnya

perdagangan, status perekonomian nasional menjadi pusat perhatian dalam dalam perekonomian global dan memiliki pengaruh jangka panjang terhadap keadaan domestik suatu negara (Edmund, 2001 : 143). Bila yang pertama kali dilihat sebagai program perdagangan yang saling menguntungkan antar dua negara bersahabat dapat dengan tiba-tiba berbalik oleh salah satu atau kedua belah pihak sebagai upaya melukai dengan memanfaatkan kesempatan atau bahkan penaklukan ekonomi suatu negara. Perekonomian besar mengklaim bahwa “medan pertempuran” adalah bukan tingkat dan permintaan dalam perdagangan bebas sebagai upaya negara maju untuk melihat ekonomi suatu negara dan dapat melakukan kolonisasi kebudayaan atas mereka. Hambatan perdagangan, tarif dan keunggulan ekonomi telah didiskusikan sebelumnya, tetapi masih terdapat isu lainnya dari perekonomian global yang membutuhkan pemecahan apabila suatu negara ingin menikmati keseluruhan keuntungan dari perdagangan internasional. Perdagangan internasional memiliki keuntungan yang akan diperoleh dari spesialisasi, yaitu apabila kegiatan ekonomi negara dikhususkan kepada memproduksi barang yang dapat bersaing di pasar luar negeri (Sukirno, 359 : 2006).

1. Keuntungan Melakukan Perdagangan Internasional

Dua hal utama akan diterangkan dalam bagian ini. Pertama akan diperhatikan pandangan-ahli-ahli ekonomi di masa merkantilis dan klasik mengenai sumbangan perdagangan luar negeri kepada masyarakat. Sesudah itu

akan diterangkan berbagai keuntungan melakukan perdagangan internasional (Sukirno 360 : 2006).

a) Pandangan Merkantilis dan Klasik

Ahli-ahli ekonomi yang tergolong dalam paham Merkantilis, yaitu ahli-ahli ekonomi yang hidup di sekitar abad keenambelas dan ketujuhbelas, berpendapat bahwa perdagangan luar negeri merupakan sumber kekeyaan suatu negara. Menurut mereka, suatu negara dapat memepertinggi kekayaannya dengan cara menjual barang-barang ke luar negeri untuk mendapatkan emas atau logam-logam mulia. Secara ringkas penganut merkantilisme berpendapat bahwa satu-satunya cara bagi sebuah negara untuk mnejadi kaya dan kuat adalah dengan melakukan sebanyak mungkin ekspor dan sesedikit mungkin impor (Salvatore, 23 : 2003).

b) Perdagangan Berdasarkan Keunggulan Absolut

Menurut Adam Smith, perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut (*absoulut advantage*). Jika sebuah negara lebih efisien daripada negara lain dalam hal memproduksi barang, namun kurang efisien dibandingkan negara lain dalam memproduksi barang lainnya. Maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan cara masing-masing negara melakukan spesialisasi (Salvatore, 25 :2003). Walaupun suatu negara dapat memproduksi sesuatu barang yang sama jenisnya dengan yang diproduksi oleh negara lain, tetapi ada kalanya lebih baik mengimpor barang dari luar negeri. Sebagai contoh, Indonesia dan jepang mempunyai kemampuan untuk memproduksi mobil, tetapi jepang dapat memproduksikannya dengan lebih efisien dari Indonesia. Dalam keadaan seperti ini, untuk mempertinggi keefisienan penggunaan faktor-faktor produksi, Indonesia peril mengurangi produksi mobilnya dan mengimpor barang tersebut dari Jepang. Teori Ricardo (Sukirno 360 : 2006) yang menerangkan mengenai keuntungan yang dapat diperoleh dari spesialisasi perdagangan, merupakan teori yang hingga sekarang menjadi dasar teori perdagangan internasional.

c) Memperoleh Barang Yang Tidak Dapat Diproduksi di Dalam Negeri

Setiap negara tidak dapat menghasilkan semua barang-barang karena setiap negara tidak dapat menghasilkan semua barang-barang yang dibutuhkannya. Misalnya, negara-negara maju memerlukan karet alam tetapi barang tersebut tidak dapat dihasilkan di negara-negara mereka. Maka mereka terpaksa mengimpor barang-barang tersebut dari negara-negara lainnya yang dapat menghasilkan karet. Negara-negara maju mengimpor barang-barang tersebut dari negara-negara di Asia Tenggara, terutama dari Indonesia, Thailand dan Malaysia. Sebaliknya pula negara-negara di Asia Tenggara belum dapat memproduksi sendiri beberapa hasil industri modern seperti pesawat, kapal pengangkut minyak, mobil mewah dan mesin-mesin industri. Maka negara-negara itu harus mengimpor barang-barang tersebut dari negara-negara maju.

d) Perdagangan Berdasarkan Keunggulan Komparatif

Menurut hukum keunggulan komparatif, meskipun sebuah negara kurang efisien dibanding negara lain dalam memproduksi kedua komoditi, namun masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Negara pertama harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih kecil dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih besar (Salvatore, 27 : 2003). Berdasarkan kepada teori Ricardo tersebut, negara-negara digalakkan menjalankan sistem perdagangan bebas, yang dimaksudkan dengan perdagangan bebas adalah sistem perdagangan luar negeri di mana setiap negara melakukan perdagangan tanpa ada halangan. Misalkan terdapat barang-barang di mana Indonesia lebih efisien dari Jepang di dalam memproduksi pakaian. Kedua negara ini dapat memproduksi pakaian. Namun Indonesia lebih efisien dalam memproduksi pakaian ketimbang Jepang. Dalam kasus ini lebih baik untuk Jepang mengimpor pakaian dari Indonesia. Dengan mengadakan spesialisasi dan perdagangan, setiap negara dapat memperoleh keuntungan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor produksi yang dimiliki setiap negara dapat digunakan dengan lebih efisien.
 2. Setiap negara dapat menikmati lebih banyak barang dari yang dapat diproduksi di dalam negeri.
- e) Memperluas Pasar Industri dalam Negeri

Beberapa jenis industri telah dapat memenuhi permintaan dalam negeri sebelum mesin (alat-alat produksi) sepenuhnya digunakan. Ini berarti bahwa industri itu masih dapat menaikkan produksi dan meningkatkan keuntungannya apabila masih terdapat pasar untuk barang-barang yang dihasilkan oleh industri itu. Karena seluruh permintaan dari dalam negeri telah dipenuhi, satu-satunya cara untuk memperoleh pasar adalah dengan mengekspornya ke luar negeri. Apabila kapasitas dari mesin-mesin masih rendah, sehingga produksi mesin-mesin itu belum mencapai tingkat yang optimum, ekspor ke luar negeri akan mempertinggi keefisienan dari mesin-mesin yang digunakan dan mengurangi biaya produksi. Dengan demikian, untuk industri-industri yang mempunyai sifat seperti itu, perdagangan internasional bukan saja akan menambah produksi dan meningkatkan keuntungan, tetapi juga dapat menurunkan biaya produksi. Faktor yang dapat menimbulkan keuntungan yang lebih banyak kepada industri-industri tersebut.

- f) Menggunakan Teknologi Modern dan Meningkatkan Produktivitas

Selanjutnya perdagangan internasional memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern. Perdagangan luar negeri memungkinkan negara tersebut mengimpor mesin-mesin atau alat-alat yang lebih modern untuk melaksanakan teknik produksi dan cara produksi yang lebih baik. Dengan mengimpor teknologi yang lebih modern, maka suatu negara dapat menaikkan produktivitasnya. Hal tersebut akan mempercepat pertambahan produksi.

D. Pemasaran Internasional dan Pemasaran Global

Pemasaran internasional dan pemasaran global merupakan dari kegiatan bisnis internasional, maka dapat dikatakan bahwa bisnis internasional dapat terdiri dari perdagangan internasional dan investasi luar negeri (*foreign investment*). Terdapat dua definisi yang layak untuk dikaji mengenai pemasaran internasional dan pemasaran global. Menurut Cateora dan Graham (2002:7), pemasaran internasional adalah kinerja kegiatan-kegiatan bisnis yang didesain untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mengarahkan arus barang dan jasa sebuah perusahaan kepada para konsumen atau para pemakai di lebih dari satu bangsa untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan menurut Kotabe dan Helsen (2004: 17). Pemasaran Global mengacu pada kegiatan-kegiatan oleh perusahaan-perusahaan yang menekankan pada :

1) Upaya-upaya standarisasi

Upaya-upaya standarisasi terdapat program-program pemasaran lintas negara yang berbeda khususnya berkaitan dengan penawaran produk, bauran promosi, harga dan struktur saluran. Upaya-upaya ini meningkatkan peluang untuk mentransfer produk-produk, merek-merek dan ide-ide lainnya antar anak perusahaan dan membantu menghadapi munculnya para pelanggan global.

2) Koordinasi lintas pasar

Koordinasi lintas pasar terdapat pengurangan inefisiensi biaya dan duplikasi upaya-upaya di antara anak-anak perusahaan nasional dan regional mereka.

3) Integrasi global

Integrasi global berpartisipasi di banyak pasar (negara) untuk memperoleh peningkatan kemampuan bersaing dalam suatu integrasi efektif yang dapat mensubsidi operasi-operasi di beberapa pasar (negara).

Dari kedua definisi tersebut dapat di atas dapat disimpulkan bahwa baik pemasaran internasional maupun pemasaran global melayani lebih dari satu

pasar negara (*country market*). Sedangkan perbedaan hakiki dari pemasaran internasional dan pemasaran global terletak pada ketiga penekanan yang dilakukan oleh pemasaran global yang tidak dilakukan oleh pemasaran internasional.

E. Keputusan Perusahaan Multinasional Berekspansi ke Luar Negeri

Menurut Yau (1993:4) dalam Kristianto (2010:5) mengemukakan lima faktor yang mendorong sebuah perusahaan domestik memasuki pasar internasional. Kelima faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1) Kejenuhan Pasar Domestik (*domestic market saturation*)

Kejenuhan pasar domestik faktor inilah yang diduga menjadi pendorong perusahaan-perusahaan domestik di Amerika Serikat maupun di Jepang untuk melirik pasar di luar negeri ketika mereka menghadapi perkembangan nasional yang stagnan dan bahkan resesi di negara-negara di tahun 1960an. Resesi perekonomian tersebut menyebabkan pertumbuhan potensi pasar yang negatif sehingga perusahaan-perusahaan yang saling bersaing tersebut terdorong untuk melirik peluang pasar yang ada di luar negeri guna menyelamatkan atau meningkatkan volume penjualan produk-produk mereka.

2) Persaingan (*Competition*)

Persaingan yang semakin ketat adalah faktor pendorong perusahaan multi nasional untuk melakukan ekspansi ke pasar luar negeri. Walaupun terdapat pertumbuhan perekonomian positif di pasar domestik, persaingan akan mendorong salah satu atau lebih dari satu perusahaan yang bersaing untuk menerapkan strategi yang disebut "*bypass strategy*" (Kotler, 2003 : 266). Salah satu bentuk dari strategi tersebut adalah membuka area pasar yang baru (pasar luar negeri). Dengan cara ini maka perusahaan yang kreatif tersebut akan memeporelh tambahan volume penjualan dan berarti juga tambahan keuntungan, tambahan dana untuk pemasaran serta penelitian dan pengembangan yang diperlukan untuk memenangkan persaingan di pasar dalam negeri. Selanjutnya, perusahaan-perusahaan pesaingnya yang terlebih dahulu menerapkan *bypass strategy* dengan cara memperluas pasarnya di luar negeri.

3) Peluang-peluang Pasar (*Market Opportunities*)

Peluang-peluang pasar di luar negeri merupakan faktor pendorong yang paling kuat bagi perusahaan-perusahaan dari Jepang untuk

memasarkan produk-produknya di *emerging market* dengan potensi demografi yang lebih besar ketimbang pasar di dalam negeri.

4) Kurva pengalaman yang tajam (*sharp experience curve*)

Manajemen sebuah perusahaan domestik merasa telah memiliki pengalaman yang kuat dalam pemasaran produk-produk mereka di pasar domestik dan merasa yakin akan mampu bersaing di pasar internasional.

5) Posisi pasar ceruk (*niche market position*)

Pasar ceruk merupakan faktor pendorong bagi perusahaan multinasional yang bergerak di bidang otomotif untuk memasuki pasar internasional, produk-produk otomotif di *emerging market* dengan demografi yang besar serta pertumbuhan ekonomi yang stabil merupakan alternatif untuk melakukan ekspansi menuju *emerging market* ketimbang negara-negara maju yang persaingannya ketat.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008:316) terdapat beberapa faktor yang menarik perusahaan domestik menuju pasar internasional adalah sebagai berikut :

- 1) Beberapa pasar internasional memberikan peluang laba yang lebih tinggi dibandingkan pasar domestik.
- 2) Perusahaan membutuhkan basis pelanggan yang lebih besar untuk mencapai skala keekonomisan.
- 3) Perusahaan ingin mengurangi ketergantungannya pada satu pasar.
- 4) Perusahaan memutuskan untuk menghadapi pesaing global di pasar domestik mereka.
- 5) Pelanggan berpergian ke luar negeri dan membutuhkan layanan internasional.

Menurut Kotler dan Keller (2008:316) terdapat beberapa risiko yang harus dipertimbangkan perusahaan multinasional sebelum mengambil keputusan untuk berekspansi ke luar negeri yaitu :

- 1) Perusahaan mungkin tidak memahami preferensi asing dan bisa gagal menawarkan produk atraktif yang kompetitif.
- 2) Perusahaan mungkin tidak mengerti mengenai regulasi asing dan mengalami biaya yang tidak diharapkan.
- 3) Perusahaan mungkin kekurangan manajer dengan pengalaman internasional.
- 4) Negara asing dapat mengubah hukum komersialnya, mendevaluasi mata uangnya, atau mengalami revolusi politik dan menyita properti asing.

F. Strategi Memasuki Pasar Internasional

Kotler dan Keller (2008:323) terdapat beberapa strategi memasuki pasar internasional, berikut merupakan strategi dalam memasuki pasar internasional :

1) Ekspor Tidak Langsung

Strategi yang paling mudah digunakan oleh perusahaan yang belum berpengalaman di bidang perdagangan internasional adalah ekspor tidak langsung. Ekspor tidak langsung merupakan suatu kerjasama dengan perantara (agen ekspor berbasis domestik) dari negara lain untuk melakukan kegiatan ekspor. Agen ekspor berbasis domestik mencari dan menegosiasikan pembelian luar negeri untuk mendapatkan komisi.

2) Ekspor langsung

Ekspor langsung adalah cara menjual barang atau jasa melalui perantara eksportir yang bertempat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Penjualan dilakukan melalui distributor dan perwakilan penjualan perusahaan. Terdapat beberapa alternatif suatu perusahaan melakukan ekspor langsung sebagai berikut :

a) Departemen atau divisi ekspor berbasis domestik

Departemen dapat berevolusi dari fungsi layanan murni ke departemen ekspor mandiri yang beroperasi sebagai pusat labanya sendiri.

b) Cabang atau anak perusahaan penjualan luar negeri

Cabang penjualan ini menangani penjualan dan distribusi serta mungkin juga pergudangan dan promosi.

c) Perwakilan penjualan ekspor yang berpergian

Perwakilan penjualan yang berpusat di dalam negeri dan berpergian ke luar negeri untuk mencari bisnis.

d) Distributor atau agen yang berpusat di luar negeri

Distributor dan agen dapat memegang hak terbatas atau eksklusif untuk mempresentasikan perusahaan di negara tersebut.

3) Lisensi

Lisensi adalah cara sederhana untuk terlibat dalam pemasaran internasional. Pemilik lisensi menerbitkan lisensi bagi perusahaan asing untuk menggunakan proses manufaktur, nama dagang, hak paten, rahasia dagang hingga hal berharga lainnya untuk mendapatkan komisi atau royalty. Pemberi lisensi masuk dengan risiko kecil, sedangkan pemegang lisensi mendapatkan keahlian produksi atau nama produk atau merek terkenal.

4) Kontrak Manufaktur

Kontrak manufaktur adalah suatu strategi perusahaan multinasional untuk menembus pasar lokal dengan cara mempekerjakan produsen lokal untuk memproduksi produk.

5) Waralaba (*Franchising*)

Waralaba menawarkan konsep merek dan sistem operasi yang lengkap. Terwaralaba berinvestasi dan membayar jumlah uang tertentu kepada pewaralaba.

6) *Joint Venture*

Investor asing sering bergabung dengan investor lokal untuk menciptakan perusahaan dengan cara *Joint Venture* (usaha patungan) dimana mereka berbagi kepemilikan dan kendali. *Joint Venture* diperlukan berdasarkan kondisi ekonomi atau politik suatu negara. Perusahaan multinasional mungkin kekurangan sumber daya keuangan, fisik, atau manajerial untuk menjalankan usaha itu sendirian. Selain itu juga pemerintah asing mengharuskan kepemilikan gabungan sebagai syarat untuk masuk ke negara tersebut.

7) *Investasi Langsung*

Investasi langsung merupakan kepemilikan langsung fasilitas perakitan atau manufaktur di luar negeri. Perusahaan multinasional dapat membeli sebagian atau seluruh saham di perusahaan lokal atau membangun fasilitasnya sendiri.

G. Pengaruh Inflasi, dan Nilai Tukar Terhadap Volume Impor Mobil CBU

1. Pengaruh Inflasi terhadap Nilai Tukar

Menurut Sukirno (2006:402) inflasi sangat besar pengaruhnya kepada nilai pertukaran valuta asing. Inflasi yang berlaku pada umumnya cenderung untuk menurunkan nilai tukar valuta asing. Kecenderungan seperti ini disebabkan efek inflasi sebagai berikut : (i) inflasi menyebabkan harga-harga barang di dalam negeri lebih mahal dari harga-harga barang yang ada di luar negeri dan oleh sebab itu inflasi berkecenderungan menambah impor, (ii) inflasi menyebabkan harga-harga barang ekspor menjadi lebih mahal, oleh karena itu inflasi cenderung mengurangi ekspor. Keadaan (i) menyebabkan permintaan valuta asing bertambah, dan keadaan (ii) menyebabkan penawaran valuta asing berkurang, sehingga harga valuta asing akan mengalami depresiasi.



Gambar 5 Pengaruh Inflasi terhadap Nilai Tukar di Indonesia

Sumber: Data diolah

2. Pengaruh Inflasi terhadap Volume Impor Mobil CBU di Indonesia

Menurut Madura (53 : 2011) Jika inflasi suatu negara meningkat relatif dibandingkan negara-negara rekan dagangnya, maka neraca berjalan negara tersebut akan menurun, jika faktor lain tidak berubah. Konsumen dan perusahaan pada negara tersebut mungkin membeli lebih banyak barang di luar negeri karena tingginya inflasi lokal. Seperti halnya konsumen di Indonesia yang mengimpor mobil CBU.



Gambar 6 Pengaruh Inflasi terhadap Volume Impor Mobil CBU

Sumber: Data diolah

3. Pengaruh Nilai Tukar terhadap Volume Impor Mobil CBU

Pembiayaan perdagangan internasional yang berkaitan dengan impor memiliki risiko akan perubahan nilai tukar yang bergerak secara fluktuatif (Arthur Stonehill, 141 : 2010). Di dalam pasar bebas perubahan nilai tukar tergantung pada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran valuta sing. Valuta asing diperlukan guna melakukan transaksi pembayaran keluar negeri (impor). Semakin tinggi tingkat pertumbuhan pendapatan semakin besar kemampuan untuk impor semakin besar juga permintaan akan valuta asing. Nilai tukar cenderung meningkat dan harga mata uang sendiri turun (Triyono, 2008 :159). Sedangkan menurut Madura (55 : 2011) Jika mata uang suatu negara menguat terhadap mata uang lainnya maka

ekspor menurun sedangkan impor akan naik. Hal tersebut berhubungan dengan menguatnya nilai tukar Rupiah terhadap US\$ akan sangat mempengaruhi kenaikan volume impor mobil CBU di Indonesia setiap tahunnya karena harga mobil CBU yang diimpor menjadi lebih murah, begitu juga sebaliknya impor mobil CBU akan menurun jika rupiah terdepresiasi terhadap US\$.



Gambar 7 Pengaruh Nilai Tukar terhadap Volume Impor Mobil CBU
Sumber: Data diolah

H. Model Hipotesis

1. Model Hipotesis

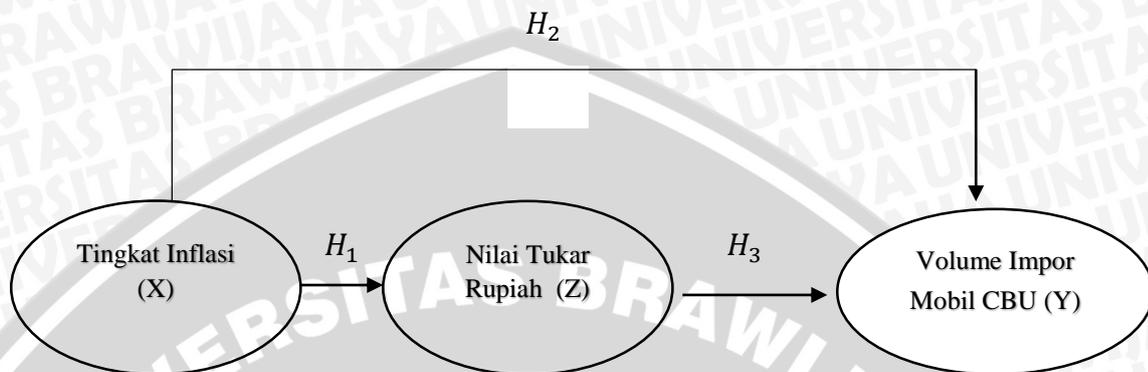
Hipotesis adalah jawab sementara atas permasalahan penelitian yang seharusnya diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan yang dicari dengan apa yang dipelajari. Sedangkan menurut Arikunto (2002:64), “hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”. Model Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan Tingkat Inflasi (X) terhadap Nilai Tukar Rupiah (Z).

H_2 : Terdapat pengaruh signifikan Tingkat Inflasi (X) terhadap Volume Impor Mobil CBU di Indonesia (Y) melalui Nilai Tukar

H_3 : Terdapat pengaruh signifikan Nilai Tukar Rupiah (Z) terhadap Volume Impor Mobil CBU di Indonesia (Y).

Model Hipotesis dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 8 Model Hipotesis

Sumber: Data diolah

