

## **PENGARUH HARGA PRODUK DAN KURS TERHADAP VOLUME EKSPOR PRODUK MAN POLO SHIRT DI PT APPAREL ONE INDONESIA**

*Artdiana Evelyn Paska Sugeti, Sandi Supaya\*, Agus Suratno*  
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

### **Abstract**

*The aim of this study is to explain the influence of product prices and the exchange rate to the exports volume of Man Polo Shirt product both simultaneously and partially. The study utilized the secondary data from PT. Apparel One Indonesia and from Bank Indonesia. The analysis uses the multiple of linier regression statistic. According to data analysis report, it shows that product prices of Man Polo influence negative significantly to the Man Polo Shirt product's export volume. Nevertheless, the exchange rate influence positif significantly to the Man Polo Shirt product's export volume. The other result it shows that the product prices of Man Polo Shirt and the exchange rate simultaneously influence to the export volume of Man Polo Shirt product significantly. Suggestion to increase the exports volume of Man Polo Shirt product, PT. Apparel One Indonesia needs to pay more attention to product prices that they offer for importers because the export price is the most dominant influential variable in this study.*

**Keywords :** *Price, Exchange Rate, Export Volume*

## Pendahuluan

Globalisasi memicu pertumbuhan ekonomi dan perdagangan antar negara. Antar negara semakin bebas melakukan perdagangan, hal ini dapat dilihat dengan masuknya produk dan jasa yang berasal dari negara lain. Perdagangan internasional mempunyai peranan yang penting bagi Indonesia, dan diharapkan dapat memberikan stimulus bagi pertumbuhan produk domestik dan peningkatan ekspor yang berkelanjutan. Perkembangan nilai ekspor Indonesia pada tiga tahun terakhir (2014-2016) sebesar US\$ 175.980.836.906; US\$ 150.366.291.503; dan US\$ 145.186.221.246. Nilai ekspor Indonesia pada dua tahun terakhir cenderung turun, sebesar 14,56 persen pada tahun 2015 dan 3,5 persen pada tahun 2016. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia untuk komoditi pakaian jadi memiliki peran keempat terbesar terhadap ekspor Indonesia yaitu sebesar 7.21%, total nilai ekspor untuk pakaian jadi tahun 2014 adalah US\$ 7.399.995.600, menurun di tahun 2015 menjadi US\$ 7.318.256.100 dan kembali menurun di tahun 2016 menjadi US\$ 7.212.597.30. Sedangkan, total nilai ekspor Jawa Tengah menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2015 sebesar US\$ 5.374.700.000 dan mengalami kenaikan pada tahun 2016

menjadi US\$ 5.389.140.000. Nilai ekspor menurut kelompok komoditi benang dan industry tekstil Jawa Tengah pada tahun 2014 sebesar US\$ 2.157.147.029 dan pada tahun 2015 meningkat menjadi US\$ 2.290.287.464. Nilai ekspor produk Man Polo Shirt di PT. Apparel One Indonesia selama tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi. Nilai ekspor terendah terjadi pada tahun 2014 dengan nilai sebesar US\$ 7.804.718,28, sedangkan nilai ekspor tertinggi terjadi pada tahun 2015 sebesar US\$ 9.072574,11 dan kemudian mengalami penurunan pada tahun 2016 dengan nilai sebesar US\$ 8.982.996,59. Ketidakstabilan Nilai ekspor mempengaruhi volume ekspor produk Man Polo Shirt PT. Apparel One Indonesia.

Tabel 1. menunjukkan bahwa volume ekspor PT. Apparel One Indonesia selama tiga tahun terakhir tidak stabil. Volume ekspor terendah untuk produk Man Polo Shirt terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar 1.816.525 pcs, sedangkan tahun pada 2015 volume ekspor produk Man Polo Shirt PT. Apparel One Indonesia mengalami kenaikan menjadi 1.876.520 pcs, kemudian volume ekspor produk Man Polo Shirt mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi sebesar 1.853.703 pcs.

**Tabel 1. Volume Ekspor Produk Man Polo Shirt PT Apparel One Indonesia Pada Tahun 2014 -2016**

Tahun	Volume Ekspor (pcs)
2014	1.816.525
2015	1.876.520
2016	1.853.703

Sumber : PT. Apparel One Indonesia, 2017

Volume ekspor produk Man Polo Shirt di PT. Apparel One Indonesia juga disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga produk dan kurs rupiah yang berubah-ubah setiap saat. Menurut Amirus, Dahlan, Kholid (2016), dalam bisnis, harga ditentukan oleh penjual

atau produsen. Harga menjadi faktor penentu dalam pembelian dan menjadi salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan

mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga produk Man Polo Shirt yang ditawarkan oleh PT. Apparel One akan sangat mempengaruhi keputusan membeli dan volume ekspor. Salvator dalam Amirus, Dahlan, Kholid (2016) menyebutkan bahwa nilai tukar dapat dimanfaatkan dalam kegiatan berbisnis antar dua Negara atau dalam suatu perdagangan internasional. Sedangkan, Soekarwati (Amirus, Dahlan, Kholid:2016) menyatakan nilai tukar merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi ekspor.

Penelitian yang dilakukan Diah Ismayanti (2016) pada industry kerupuk singkong di desa Bamban kecamatan Angkinang menyatakan adanya pengaruh produk dan harga terhadap volume penjualan. Adapula penelitian lain yang dilakukan oleh Amirus, Dahlan, dan Kholid (2016) studi pada ekspor global teh Indonesia tahun 2010-2013 menghasilkan bahwa produksi, harga internasional dan nilai tukar berpengaruh terhadap volume ekspor teh. . Penelitian lain dilakukan oleh Rahmadhanti (2014) studi pada ekspor karet di Sumatra Barat menyatakan variabel harga dan kurs secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor karet di Sumatera Barat. Kurs dalam hal ini kurs rupiah terhadap dollar berpengaruh pada PT. Apparel One Indonesia karena masih mengkonsumsi bahan baku impor. Selain itu alat pembayaran pada perdagangan internasional yang menggunakan kurs menyebabkan harga produk Man Polo Shirt di PT. Apparel One Indonesia menjadi tidak stabil.

Oleh karena seluruh penjualan pada PT. Apparel One Indonesia diekspor ke luar negeri yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga produk dan kurs karena kedua variabel tersebut yang relatif mengalami fluktuasi.

Tinjauan Pustaka  
Perdagangan Internasional

Menurut Junaedy dan Kusrianto (2014:1) Perdagangan Internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Menurut Ekananda (2015:3) Perdagangan Internasional dapat didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Menurut Halwani (2005 :1) : Perdagangan Internasional

terjadi karena setiap Negara dengan Negara mitra dagangnya mempunyai beberapa perbedaan, diantaranya perbedaan kandungan sumber daya, iklim, penduduk, sumber daya manusia, spesifikasi tenaga kerja, konfigurasi geografis, teknologi, tingkat harga, struktur ekonomi, social, politik, dan lain-lain.

Terdapat berbagai pandangan internasional diantaranya: Adam Smith: Keunggulan Absolut; David Ricardo : Keunggulan Komparatif; Keunggulan Komparatif dan Biaya Alternatif; Teori Heckscher-Ohlin, dan Teori Keunggulan Kompetitif

### **Permintaan dan Penawaran**

Menurut Gaspersz (1996 : 14) Permintaan (demand) dalam ekonomi didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Periode waktu disini dapat berupa satuan jam, satuan hari, satuan minggu, satuan bulan, satuan tahun, atau periode lainnya. Sedangkan kondisi-kondisi tertentu adalah berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang atau jasa itu. Menurut Sukirno (2015 :75) Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Sedangkan menurut Rosyidi (2005:332) Penawaran adalah suatu daftar yang menunjukkan jumlah barang itu yang ditawarkan untuk dijual pada berbagai tingkat harga dalam suatu pasar pada suatu waktu tertentu. Menurut Sukirno (2015:86) hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

#### Ekspor

Menurut Apridar dalam Amirus, Dahlan, Kholid (2016:23) menjelaskan bahwa ekspor adalah proses pemindahan suatu barang atau komoditas dagang dari satu negara ke negara lain secara legal, dan pada umumnya diperlukan kerjasama dari bea cukai baik di negara pengirim (eksportir) maupun di negara penerima (importir). Peranan ekspor adalah sebagai alat pendorong pertumbuhan ekonomi negara dengan meningkatkan devisa negara. Menurut Soekartawi dalam Kholid (2016:23), faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor adalah :

- Harga Internasional
- Nilai Tukar
- Kuota Ekspor-Import
- Kebijakan Tarif Non Tarif
- Kebijakan meningkatkan ekspor non migas

Sedangkan, menurut (Sutedi, 2014:39) transaksi ekspor impor adalah “transaksi perdagangan internasional (International Trade) yang sederhana dan tidak lebih dari membeli dan menjual barang antara pengusaha-pengusaha yang bertempat di negara yang berbeda.” Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 146/MPP/IV/99 tanggal 24 April tentang Ketentuan Umum di Bidang Ekspor maka diperoleh pengertian ekspor, yaitu kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Ekspor adalah salah satu komponen pengeluaran

agregat. Oleh sebab itu ekspor dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nasional yang akan dicapai. Apabila ekspor bertambah, maka pengeluaran agregat bertambah tinggi dan selanjutnya akan menaikkan pendapatan nasional. Akan tetapi sebaliknya pendapatan nasional tidak dapat mempengaruhi ekspor.

Jenis Ekspor dibedakan menjadi dua yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Sedangkan volume penjualan dalam ekspor menurut Putri dalam Kotler dalam Putri (2013) volume penjualan merupakan barang yang terjual dalam bentuk uang dalam jangka waktu tertentu yang didalamnya terdapat strategi pelayan yang baik. Volume penjualan biasanya berbentuk data numeric atau deretan angka, atau dimana deretan angka tersebut dapat disebut unit. Pengertian lain dari volume penjualan menurut Marbun dalam Putu (2014: 4) volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

#### Harga

Menurut Gitosudarmo dalam Ajeng (2014:2) Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Menurut Kotler (2001: 439) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sesuatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga ekspor adalah harga yang seharusnya dibayar atau akan dibayar untuk barang yang diekspor ke Daerah Pabean Indonesia. Menurut UU no. 10 tahun 1995 tentang Kepabeanan, Harga

Ekspor adalah yang sebenarnya dibayar atau akan dibayar untuk barang yang diekspor ke Daerah Pabean Indonesia.

#### Kurs

Menurut Sukirno (2013:397) kurs mata uang asing adalah : Kurs valuta asing atau kurs mata uang asing menunjukkan harga atau nilai mata uang sesuatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain. Kurs valuta asing dapat juga didefinisikan sebagai jumlah uang domestik yang dibutuhkan, yaitu banyaknya rupiah yang dibutuhkan untuk memperoleh satu unit mata uang asing.

Yoganandan, 3t al (2013:1) berpendapat mengenai pengertian nilai tukar : *The Excahange Rate is the rate at which one currency purchases other currency. In other words it is the purchasing power of one currency n terms of another currency. It is also the external value of one currency. The rise in exchangw rate against another currency is called as appreciation and the fall is called as depreciation. The appreciation of exchange rate has negative impact on the export as it erodes the profitability of the exporter. Not only the appreciation but also the fluctuating exchange has impact on the export business decisions.*

Istilah nilai (*value*) digunakan dalam konteks yang berbeda. Menurut Kotler dan Keller (2009:14) menjelaskan bahwa *nilai*

mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Menurut Blueprint (2002) *customer* atau pelanggan adalah segala pihak yang pernah, akan dan sedang merasakan produk jasa dan layanan yang diberikan perusahaan, baik dalam proses melihat, membeli dan pemeliharaan.

Nilai pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan pemasok tersebut dan mendapati bahwa produk bersangkutan memberikan nilai tambah (Butz & Goodstein (1996) dalam Tjiptono, 2011:374).

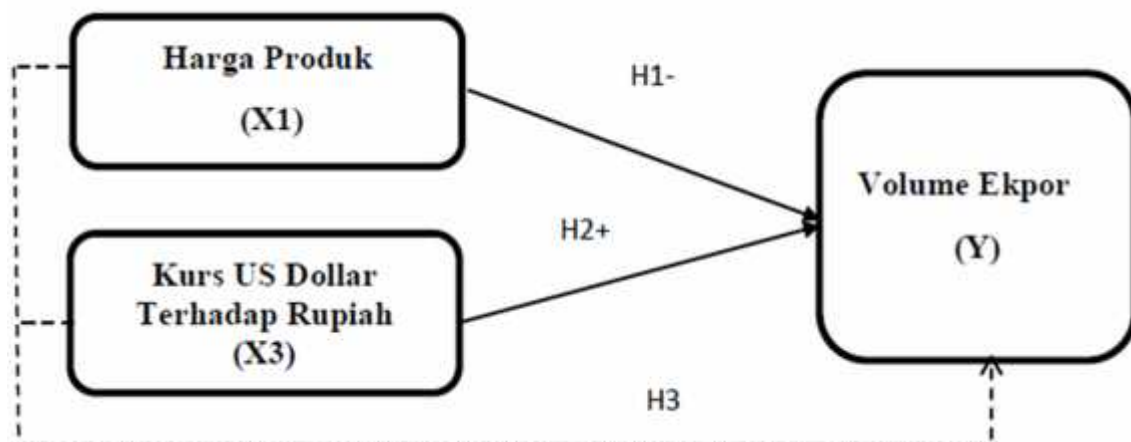
Menurut Sweeney dan Soutar dalam Tjiptono (2011:376), menjelaskan bahwa dimensi nilai terdiri dari 4 aspek utama, yaitu:

- a. *Emotional value*
- b. *Social value*
- c. *Quality/perfomance value*
- d. *Price/value for money*

### Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini, sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1

Gambar 1 Kerangka Pikir



Keterangan :

= Pengaruh antar variabel X terhadap Y secara parsial

---> = Pengaruh simultan variabel X1 dan X2 terhadap Y

Hipotesis

H1 : Harga produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor

H2 : Kurs berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor

H3 : Harga produk dan kurs berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap volume ekspor

## Metode Penelitian

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam Penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel volume ekspor produk Man Polo Shirt (VE), harga produk Man Polo Shirt (Harga)

dan kurs Dollat terhadap Rupiah (Kurs). Dimana variabel VE sebagai variabel dependen, sedangkan variabel Harga dan Kurs sebagai variabel independen. Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian ini yang diambil setiap bulan dalam periode Januari 2014 hingga Desember 2016. :

a) Volume ekspor produk Man Polo Shirt PT Apparel One Indonesia

Volume ekspor produk Man Polo Shirt adalah jumlah keseluruhan ekspor produk Man Polo Shirt ke berbagai negara yang dilakukan oleh PT Apparel One Indonesia tiap bulannya dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yang dinyatakan dalam satuan pcs.

b) Harga produk Man Polo Shirt PT Apparel One Indonesia

Harga produk adalah harga jual produk Man Polo Shirt (FOB price) yang di ekspor tiap bulannya dari awal tahun 2014 hingga tahun 2016 yang dinyatakan dalam USD.

c) Kurs

Kurs riil (riil exchange rate) adalah nilai tukar mata uang suatu negara dinilai dari mata uang negara lain, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kurs tengah Dollar Amerika Serikat terhadap Rupiah Indonesia dinyatakan dalam satuan rupiah per Dollar Amerika Serikat selama 2014 hingga 2016.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai alat pengolahan data. Model reegresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$VE = - 1\text{Harga} + 2 \text{Kurs}$$

Dimana :

VE : Volume ekspor produk Man Polo Shirt PT Apparel One Indonesia

1: Koefisien regresi parsial

Harga : Harga Produk Ekspor Man Polo Shirt PT Apparel One Indonesia

Kurs : Kurs Dollar terhadap Rupiah

Model ini dibentuk dengan maksud untuk melihat pengaruh secara parsial maupun simultan variabel harga produk Man Polo Shirt dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirdi PT. Apparel One Indonesia secara positif maupun negative

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokolerasi, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

Uji Kelayakan Model

Dalam penelitian ini menggunakan uji kelayaka model yang meliputi koefisien determinasi, Uji F, dan Uji t

## Hasil dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat adanya kolerasi antar variabel independen dalam sebuah model regresi. Uji multikolinearitas yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai VIF . Tabel 2 adalah hasil uji multikolinearitas

**Tabel 2**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Koefisien<sup>a</sup></b>			
<b>Model</b>		<b>Statistik Kolinearitas</b>	
		<b>Toleransi</b>	<b>VIF</b>
1	(Constant)		
	Harga	0.826	1.211
	Kurs	0.826	1.211
a. Dependent variable : VE (Y)			

Tabel 2 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini terbebas dari multikolinearitas, karena semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10.

**Uji Autokolerasi**

Menurut Ghazali (2011:110) uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat kesalahan pengganggu antara periode t dengan periode t-1. Dalam metode ini digunakan uji Durbin Watson untuk melihat ada atau tidaknya autokolerasi dalam model regresi. Pada Tabel 3 adalah hasil uji Durbin Watson yang telah dilakukan

**Tabel 3 Uji Autokolerasi**

<b>Ringkasan Model<sup>b</sup></b>	
<b>Model</b>	<b>Durbin-Watson</b>
1	1.764
a. Predictors : (Constant), kurs, Harga	
b. Dependent Variable : VE	

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1.764, dengan n=36, dan k= 3, du= 1,6539, dan 4-du= 2,3461 Artinya, hasil tersebut berada diantara du dan 4-du yang berarti model regresi pada penelitian ini tidak mengandung autokolerasi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Pada Tabel 4 adalah merupakan hasil uji Glejser yang telah dilakukan.

Tabel 4  
Uji Glejser

Koefisien <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.456
	Harga	.144
	KURS	.338
a. Dependent variable : RES2		

Dari hasil uji glejser pada Tabel 4, terlihat bahwa seluruh variabel independent mempunyai nilai > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Shapiro-Wilk yang memiliki angka mutlak sehingga pengujian lebih akurat dan dikarenakan data kurang dari 50. Dengan melihat nilai signifikansi pada Shapiro-Wilk test. Tabel 5 adalah hasil uji normalitas yang telah dilakukan

Tabel 5 Uji Normalitas

	Shapiro Wilk
Nilai Sisa Tidak Standar	0.83

Dari tabel 5 diperoleh nilai signifikansi Shapiro Wilk sebesar 0,083, karena nilai sig. = 0,083 > 0,05, sehingga hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2011:169) untuk menguji linearitas sebuah model regresi dapat menggunakan uji lagrange multiplier dengan melihat R square pada hasil olah data spss. Berikut tabel 6 hasil olah data.

Tabel 6  
Uji Linearitas

Model	R	R Kuadrat	R Kuadrat yang disesuaikan
1	.477 <sup>a</sup>	.227	.180

Pada tabel 6, terlihat R square sebesar 0.227 dengan jumlah n=36, maka besarnya c2

dihitung adalah  $36 \times 0.227 = 8.172$ . . Lalu, bandingkan dengan c2 tabel = 48.60237 ,



dengan  $df = 36 - 2 = 34$  dan tingkat signifikansi 0.05, oleh karena nilai  $c_2$  hitung lebih kecil dari  $c_2$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini adalah model yang linear

**Analisis Regresi**

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan linier berganda yang

diolah menggunakan aplikasi SPSS 23.00, setelah dianalisis dengan uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal, tidak terdapat autokolerasi, multikolinearitas, maupun heterokedastisitas dan karakteristik model ini adalah linear. Tabel 7 adalah hasil pengolahan datanya.

Tabel 7 Regresi Linear Berganda

Model	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar	T	Sig.
	B	Std Kesalahan	Beta		
(Konstan)	-1.54E-15	0.151		0	1
Zscore(Harga)	-0.467	0.168	-0.467	2.774	0.009
Zscore(Kurs)	0.412	0.168	0.412	2.446	0.02

Dependent Variable : Zscore(VE)

Berdasarkan tabel 7 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$ZscoreVE = - 0,467 ZscoreHarga + 0,412 ZscoreKURS$$

Keterangan :

- VE = Volume Ekspor Produk Man Polo Shirt
- Harga = Harga Produk
- KURS = Nilai Tukar Rupiah

Persamaan regresi tersebut mempunyai maksud sebagai berikut:

1. Koefisien Harga (Harga Produk Man Polo Shirt) = -0,467  
Volume Ekspor Produk Man Polo Shirt akan menurun pada setiap tambahan Harga (Harga Produk Man Polo Shirt). Jadi setiap kenaikan nilai variabel ZscoreHP sebesar 1 satuan, maka nilai variabel ZscoreVE akan menurun

secara signifikan sebesar 0,467 dengan asumsi variabel ZscoreKURS dianggap konstan.

2. Koefisien Kurs (Kurs Dollar terhadap Rupiah) = 0,412  
Volume Ekspor Produk Man Polo Shirt akan meningkat pada setiap tambahan Kurs (Kurs Dollar Terhadap Rupiah). Jadi setiap kenaikan nilai variabel ZscoreKURS sebesar 1 satuan, maka nilai variabel ZscoreVE akan meningkat secara signifikan sebesar 0,412 dengan asumsi variabel ZscoreHarga dianggap konstan.

**Uji Kelayakan Model**

- a) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Hasil nilai Adjusted R Square dengan perhitungan statistic dengan menggunakan SPSS 23.00 dilihat pada tabel 8.

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Kuadrat	R Kuadrat yang disesuaikan
1	.477 <sup>a</sup>	.227	.180

Berdasarkan tabel 8, didapatkan Adjusted R Square sebesar 0,180, yang berarti 18% variabel tetap volume ekspor dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yaitu harga produk dan kurs. Sedangkan sebesar 82% lainnya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

b) Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen (Harga Produk, Biaya Produksi, Kurs ) terhadap variabel dependen (Volume Ekspor Produk Man Polo Shirt), pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 9 Hasil Uji F

Anova		
Model	F	Sig.
Regression	4.853	0.14
Nilai Sisa		
Total		

Dari uji ANOVA atau F Test didapat nilai F hitung sebesar 4.853 dengan probabilitas 0,014. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan nilai F.Hitung > F.Tabel yaitu  $4.853 > 3.28$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi volume ekspor produk Man Polo shirt atau dapat dikatakan bahwa harga produk dan kurs secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirt.

c) Uji t

Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Dengan kata lain, variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji t

Koefisien <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Konstan)	1.922	.063
	Harga	- 2.774	.009
	Kurs	2.446	.020
a. Dependent variable : VE			

Dapat diketahui dari tabel 10 bahwa secara parsial variabel independen Harga

berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap volume ekspor dan variabel Kurs

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume ekspor.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan tentang pengaruh harga produk dan kurs terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirt di PT Apparel One Indonesia, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor PT Apparel One Indonesia.
2. Variabel kurs berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor PT Apparel One Indonesia.
3. Variabel harga produk dan kurs secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirt.
4. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirt di PT Apparel One Indonesia adalah variabel harga produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,467.

### Saran

Adapun saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengingat besarnya kontribusi harga produk Man Polo Shirt terhadap volume ekspor produk Man Polo Shirt maka PT Apparel One Indonesia perlu memperhatikan harga produk Man Polo Shirt yang ditawarkan kepada importer (buyer) sehingga volume ekspor produk Man Polo Shirt dapat terus meningkat
2. PT Apparel One Indonesia juga perlu mempertimbangkan dan mengawasi fluktuasi kurs setiap harinya untuk mengontrol perkembangan volume ekspor produk Man Polo Shirt.
3. Untuk meningkatkan volume ekspor produk Man Polo Shirt, PT Apparel One sebaiknya melakukan kegiatan promosi di negara-negara lain agar jangkauan pemasaran produk semakin luas,

sehingga dapat menarik lebih banyak importer (buyer) dan permintaan ekspor juga dapat meningkat.

4. Untuk meningkatkan volume ekspor produk Man Polo Shirt, PT Apparel One sebaiknya juga dapat memberikan nilai tambah dan variasi baru pada produknya

### Daftar Pustaka

- Aditama, Lalan Gugus. 2015. *Pengaruh Produksi dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor (Studi pada Volume Ekspor Jahe Indonesia Ke Jepang Periode 1994-2003)*. JAB,25 (1) :1-9
- Angkouw, Junaedy. 2013. *Perubahan Nilai Tukar Rupiah Pengaruhnya Terhadap Ekspor Minyak Kelapa Kasar (CCO) Di Sulawesi Utara*. Manado : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulagi
- Basri, Faisal. 2002. *Perekonomian Indonesia: Tantangan dan Harapan bagi Kebangkitan Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budiantara, Zulfikar dan I Nyoman Budiantara. 2012. *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Eka, I Gede Sanjaya Putra, Gede Putu Agus Jana Susila, dan Ni Nyoman Yulianthini. 2016. *Pengaruh Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan*. E-journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Bali. Jurusan Manajemen. Volume 4 tahun 2016
- Ekahanda, Mahyus. 2015. *Ekonomi Internasional*. Erlangga
- Fuad, M dan Cistin H, dkk. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gaspersz, Vincent. 1996. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halwani, Hendra. 2005. *Ekonomi internasional dan Globalisasi Ekonomi. Edisi Kedua*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Hartono, Jogyanto. 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Perkembangan Ekspor Indonesia Berdasarkan Sektor." <http://kemenperin.go.id/statistik/peran.php?ekspor=1>, (24 April 2017)
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Musdilawati, Ajeng. 2014. *Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia
- Putong, Iskandar. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putong, Iskandar. 2013. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putong, Iskandar. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ramadhan, Faishal. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Minyak Sawit (CPO) Indonesia Tahun 2010-2014*. Skripsi.
- Saleh, Amirus Mejaya, Dahlan Fanani, M Kholid Mawardi. 2016. *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, Dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Volume 35 No.2 Juni 2016
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT. Elexmedia Komputindo
- Setianto, Wahyu. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Tekstil Indonesia Periode 2007-2011*. Economics Development Analysis Journal,
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono. 2015. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.