

PENGARUH HARGA, INFLASI, DAN PRODUKSI TERHADAP VOLUME EKSPOR BUTSUDAN PADA PT. MARUKI INTERNASIONAL INDONESIA MAKASSAR

Faizal Rizal Zainal*)

Dosen Manajemen STIE Nobel Indonesia Makassar

E-mail : faizalrizalz@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, inflasi, dan produksi terhadap volume ekspor butsudan pada PT Maruki Internasional Indonesia Makassar secara parsial atau secara sendiri-sendiri dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, inflasi, dan produksi terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar secara simultan atau secara bersamaan.

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji T, dan uji F. Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda maka diperoleh hasil bahwa secara parsial harga, inflasi dan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar, sedangkan secara simultan harga, inflasi dan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar.

Kata kunci : *Harga, inflasi, produksi dan volume ekspor.*

Abstract

The aim of this study was to measure influence of prices, inflation, and production had on the volume of export Butsudan at PT Maruki International Indonesia Makassar partially or simultaneously.

The analytical method used in this study is multiple regression analysis, T test, and F test. Results of multiple linear regression analysis show that partially the price, inflation and production have a positive and significant effect on the volume of exports Butsudan at PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar. And also simultaneously result indicate that price, inflation and production have a positive and significant effect on the volume of exports Butsudan at PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar.

Keywords: *Prices, inflation, production and export volume*

PENDAHULUAN

Perdagangan Internasional adalah perdagangan yang di lakukan oleh penduduk suatu Negara dengan penduduk Negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang di maksud dapat berupa perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu Negara atau pemerintah suatu Negara dengan pemerintah Negara lain.

Perdagangan luar negeri pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan perdagangan dalam negeri atau perdagangan

pada umumnya. Bahkan dapat dikatakan bahwa perdagangan luar negeri atau perdagangan internasional merupakan perpanjangan tangan atau kelanjutan dari bentuk perdagangan yang lebih maju dari perdagangan dalam negeri atau perdagangan pada umumnya. Karena pada dasarnya perdagangan itu sendiri pada umumnya berdasarkan pada motif-motif atau keuntungan-keuntungan ekonomi dalam pelaksanaannya. Dapat dikatakan bahwa perdagangan luar negeri seperti halnya perdagangan pada umumnya

hanya akan dapat berlangsung jika masing-masing pihak melihat adanya kemungkinan untuk memperoleh manfaat dari kegiatan tersebut. Perdagangan luar negeri juga melibatkan berbagai negara maka dapat pula dibedakan dengan perdagangan dalam negeri karena adanya perbedaan dalam mobilitas faktor-faktor produksi secara nasional dan secara internasional, perbedaan mata uang yang digunakan, perbedaan kepentingan-kepentingan dari masing-masing negara, perbedaan adat, bahasa, serta perbedaan lainnya.

Ekspor adalah mengirim atau mengeluarkan barang ke Negara lain yang membutuhkan, ekspor merupakan salah satu sumber devisa yang sangat dibutuhkan oleh Negara atau daerah yang perekonomiannya bersifat terbuka seperti di Indonesia, karna ekspor secara luas ke berbagai Negara memungkinkan peningkatan jumlah produksi.

Hal yang paling menarik dari ekspor adalah bahwa menjual barang ke beberapa Negara berarti melakukan diversifikasi resiko, Karena perusahaan tidak tergantung pada penjualan produknya ke suatu Negara saja. Selain itu ekspor juga berpotensi mengurangi dampak penurunan penjualan didalam negeri. Pada saat pasar domestik sedang melemah pasar ekspor sering kali masih kuat. Pemerintah sering menganggap ekspor yang kuat akan mendukung pencapaian ekonomi yang sehat. Untuk itu pemerintah di beberapa Negara menyediakan berbagai dukungan kepada eksportir, misalnya pembuatan brosur, bantuan tenaga ahli, pelatihan, konsultasi, sampai pada kredit ekspor.

PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar merupakan perusahaan dengan status penanaman modal asing (PMA) jepang. Perusahaan ini didirikan dengan surat persetujuan Presiden Republik Indonesia No. B-323/Pres/6/1997. PT. Maruki Co.Ltd yang berkedudukan di Tokyo jepang mendirikan penghasil

butsudan di beberapa Negara salah satunya adalah PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar di Sul Sel .

Visi PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar adalah “Quality and Morality” yaitu menjadi perusahaan yang mengedepankan peningkatan kualitas produksi dan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan serta menjunjung tinggi semangat kerja keras. Melibatkan segenap unsur karyawan yang mengarah kepada proses perbaikan yang berkelanjutan dan berkesinambungan.

Produk utama yang di hasilkan oleh PT.Maruki internasional Indonesia Makassar adalah butsudan, furniture spesifik dengan nilai budaya dan seni yang tinggi, karena terkait dengan budaya masyarakat jepang. Oleh mereka, butsudandi jadikan sebagai media berkomunikasi dengan para leluhur sehingga di tempatkan secara khusus dan bahkan menjadi simbol kelas sosial masyarakatnya.Tidak heran jika butsudan memiliki variasi harga dari yang nilai jutaan rupiah hingga ratusan juta, bahkan milliaran rupiah. Masyarakat jepang sangat menghormati para leluhurnya sehingga mereka akan memilih butsudan terbaik, sesuai kemampuannya , untuk di jadikan media komunikasi.

Butsudan yang di produksi oleh PT. Maruki internasional Indonesia Makassar diperuntukkan untuk kelas menengah keatas dengan berbagai macam tipe yang ada. Beragam tipe di produksi di maksudkan untuk memenuhi selera konsumen masyarakat jepang yang setiap saat mengalami perubahan.

Tabel 1. Produksi dan Ekspor PT.

Maruki Internasional Indonesia
Makassar

Tahun	Produksi	Ekspor
2014	7.928 unit	7.671 unit
2015	7.428 unit	6.639 unit
2016	6.154 unit	5.481 unit

Sumber : PT. Maruki Internasional Indonesia

Makassar

Produksi butsudan oleh PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar pada tahun 2014 produksi mencapai 7.928 unit butsudan dan di ekspor sebesar 7.671 unit butsudan, pada tahun 2015 produksi mencapai 7.428 unit butsudan dan di ekspor sebesar 6.639 unit butsudan, pada tahun 2016 produksi mencapai 6.154 unit butsudan dan di ekspor sebesar 5.481 unit butsudan.

Butsudan hasil produksi PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar beredar di pasar jepang dengan merek paten YURAGI, yang pada kotaknya, tertera made in Indonesia, kedepan prospek pasar masih sangat cerah karena sampai saat ini ekspor maruki Indonesia baru memenuhi 3% dari kebutuhan pasar jepang. Seiring dengan meningkatnya jumlah permintaan butsudan ke negara jepang perusahaan PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar harus meningkatkan kualitas produk dan menambah jumlah produksinya. Meskipun permintaan butsudan masih tinggi namun ekspor butsudan PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar mengalami penurunan pada tahun 2015 dan 2016 Faktor yang mempengaruhi menurunnya ekspor butsudan salah satu penyebabnya adalah faktor inflasi.

Inflasi merupakan salah satu peristiwa moneter yang menunjukkan suatu kecenderungan akan naiknya harga barang-barang secara umum. Yang berarti terjadinya penurunan nilai uang. Dari pengertian tersebut jelas terungkap bahwa dengan kenaikan harga-harga atau inflasi dapat mengakibatkan nilai uang yang ada menjadi turun, sehingga berdampak pada tingkat konsumsi pada masyarakat.

Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan volume ekspornya yaitu dengan memperhatikan harga dengan kualitas produk, ketersediaannya produk di gudang yang siap di pasarkan (produksi), dan memperhatikan faktor

lain yang mempengaruhi volume ekspor seperti inflasi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah harga, inflasi dan produksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internaional Indonesia Makassar.
2. Apakah harga, inflasi dan produksi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, inflasi dan produksi signifikan secara parsial terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internaional Indonesia Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, inflasi dan produksi signifikan secara simultan terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internaional Indonesia Makassar.

LANDASAN TEORI

Pengertian Perdagangan Internasional

Menurut Ball, McCulloch, Frants, Geringer, Minor (2006) Mengatakan bahwa bisnis internasional adalah semua transaksi bisnis swasta dan pemerintah yang melibatkan dua atau lebih Negara. Bisnis internasional terdiri dari sebagian besar dan berkembang dari keseluruhan bisnis dunia. Saat ini, hampir semua perusahaan, besar atau kecil, di pengaruhi oleh peristiwa-peristiwa global dan persaingan karena output menjual sebagian dan pemasok aman dari Negara asing dan atau bersaing dengan produk dan layanan yang berasal dari luar negeri.

Pengertian bisnis internasional menurut Amir M.S., (2003) bila di dibandingkan dengan pelaksanaan perdagangan di luar

negeri, perdagangan internasional ini sangatlah rumit dan kompleks. Kerumitan tersebut antara lain disebabkan karena adanya batas-batas politik dan kenegaraan yang dapat menghambat perdagangan, misalnya dengan adanya bea, tarif, atau kuota barang impor.

Bisnis internasional juga memiliki teori-teori yang mendasari eksistensinya. Teori-teori ini muncul sejak lama dan disebabkan oleh banyak faktor, seperti semakin kuatnya Negara-negara bangsa, dan hal itu mempengaruhi juga sistem perdagangan internasional. Setiap Negara pasti melakukan segala cara untuk memenuhi kebutuhannya, maka dari itu muncullah teori-teori yang berdasarkan pada fenomena nyata tersebut. Teori-teori yang sejak lama telah muncul yaitu merkantilisme, teori klasik dan *comparative advantage* Ajami, (2006).

Pengertian Ekspor

Menurut Amir M.S (2004) ekspor adalah mengeluarkan barang-barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam bentuk valuta asing atau ekspor merupakan upaya merupakan penjualan komoditi yang kita miliki kepada bangsa yang lain atau negara asing, dengan mengharapkan bayaran dengan valuta asing.

Menurut Irham dan Yogi (2003), mendefinisikan ekspor sebagai berikut: Menjual barang-barang ke luar negeri untuk ekspor memperoleh devisa yang akan digunakan bagi penyelenggara industri/pembangunan di negaranya, dengan asumsi ekspor yang terjadi haruslah dengan diversifikasi ekspor sehingga biasa terjadi kerugian dalam suatu macam barang akan dapat diimbangkan oleh keunggulan dari komoditi lainnya.

Menurut Sasandra (2005) Ekspor adalah sistem perdagangan dengan cara mengeluarkan barang-barang dari dalam

negeri keluar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.

Sejarah perkembangan ekspor di Indonesia, sebelum tahun 1980-an ekspor Indonesia sebagian besar terdiri dari hasil bumi seperti: karet, kopi, kopra ; hasil hutan seperti rotan , tengkawang, dammar dan pala ; hasil tambang seperti: timah, minyak bumi dan gas (migas). setelah pertengahan tahun 1980-an ekspor Indonesia sebagian besar terdiri dari hasil-hasil produksi industri dan manufaktur seperti: tekstil, kayu lapis, pakaian jadi, sepatu, alat-alat olahraga, perabot rumah tangga dan hasil kerajinan rakyat. Komoditas ekspor ini disebut komoditas ekspor non migas

Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Seperti telah diutarakan di atas, dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkannya. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar

pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam *share* pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Metode Penetapan Harga Jual

Penetapan harga yang dilakukan oleh banyak perusahaan menggunakan berbagai metode yang berbeda dalam bentuk penetapan harga dasar bagi barang atau jasa yang dihasilkan. Angiporo (2008 ; 284) bahwa ada beberapa metode yang dapat digunakan sebagai rancangan dan variasi dalam penetapan harga, yang terdiri dari :

1. Harga di dasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan.
2. Harga didasarkan pada keseimbangan antara perkiraan permintaan pasar dengan suplai (biaya produksi dan pemasaran)
3. Harga didasarkan pada kondisi-kondisi pasar yang bersaing.

Penjelasan singkat yang dikemukakan diatas adalah dikemukakan oleh Swatha dan Irawan (2008;154) metode penetapan harga yang didasarkan pada biaya dalam bentuk sederhana, adalah :

1. *Cost-Plus Pricing Method*

Dalam metode ini, penjualan atau produsen penetapan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan (disebut margin) pada unit tersebut. Dengan rumus sebagai berikut :

Biaya Total + Margin = Harga jual

2. *Mark-Up pricing method*

Variasi lain dari metode *Cost-plus* adalah *mark-up pricing method* yang banyak dipakai oleh para

pedagang. Pedagang yang membeli barang-barang dagangannya akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark-up*, dengan rumus sebagai berikut :

Harga Beli + *mark-up* = Harga Jual
Jadi, *mark-up* ini merupakan kelebihan harga jual diatas harga belinya. Keuntungan bisa diperoleh dari sebagian *mark-up* tersebut. Selain itu, pedagang tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambil dari sebagian *mark-up*.

Setelah mengetahui kedua metode tersebut, perlu pula kita mengetahui beberapa istilah biaya yang ada kaitannya. Beberapa istilah biaya itu antara lain:

a. Biaya Tetap Total

Biaya tetap total adalah elemen-elemen seperti sewa gaji, gaji pimpinan, dan pajak kekayaan yang tetap konstan untuk setiap tingkat hasil (*output*). Untuk tingkat kapasitas tertentu atau unik periode waktu yang pendek, biaya ini tetap sama besarnya. Biaya tetap yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya tetap rata-rata (*average fixed cost*).

b. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable Cost*) adalah biaya yang berubah-ubah disebabkan oleh adanya perubahan hasil. Apabila jumlah barang yang dihasilkan bertambah, maka biaya variabelnya juga akan meningkat. Biaya variabel yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya variabel rata-rata (*average variable Cost*).

c. Biaya Total

Biaya total (*total cost*) adalah biaya keseluruhan, meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Untuk masing-masing barang, biaya ini disebut biaya total rata-rata (*average total cost*).

d. Biaya Marjinal

Biaya marjinal (*marginal cost*) adalah biaya untuk memproduksi dan menjual menambah satu unit produk yang terakhir. Apabila biaya untuk memproduksi 10 unit adalah sebesar Rp. 500,- dan untuk memproduksi 11 unit produk Rp. 590,- maka biaya marjinal sama dengan Rp. 90,- (dari Rp. 590,- dikurang Rp. 500,-).

Pengertian Inflasi

Secara sederhana inflasi diartikan sebagai meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak dapat disebut inflasi kecuali bila kenaikan itu meluas (atau mengakibatkan kenaikan harga) pada barang lainnya. Banyak pengertian inflasi yang dapat kita jumpai pada beberapa sumber, diantaranya:

Dornbusch dan Fischer (2001:4), menyebutkan bahwa inflasi merupakan kejadian ekonomi yang sering terjadi meskipun kita tidak pernah menghendaki. Inflasi ada dimana saja dan selalu merupakan fenomena moneter yang mencerminkan adanya pertumbuhan moneter yang berlebihan dan tidak stabil.

Dari definisi tersebut ada tiga kriteria yang perlu diamati untuk melihat telah terjadinya inflasi, yaitu kenaikan harga, bersifat umum, dan terjadi terus menerus dalam rentang waktu tertentu. Apabila terjadi kenaikan harga satu barang yang tidak mempengaruhi harga barang lain, sehingga harga tidak naik secara umum, kejadian seperti itu bukanlah inflasi. Kecuali bila yang naik itu seperti harga BBM, ini berpengaruh terhadap harga-harga lain sehingga secara umum semua produk hampir mengalami kenaikan harga. Bila kenaikan harga itu terjadi sesaat kemudian turun lagi, itu pun belum bisa dikatakan inflasi, karena kenaikan harga yang diperhitungkan dalam konteks inflasi mempunyai rentang waktu minimal satu bulan.

Raharja Manurung, (2004:319) menyatakan inflasi merupakan peristiwa moneter yang sering dijumpai dalam perekonomian dalam suatu negara. Inflasi adalah sebuah situasi dimana nilai uang terus mengalami depresiasi atau penurunan dari segi nilai, hal tersebut menandakan adanya kecenderungan kenaikan harga barang dan jasa yang tersedia. Meningkatnya harga bahan baku menyebabkan para produsen akan mengalami penurunan kualitas produksi dan pada akhirnya akan mempengaruhi nilai ekspor.

Produksi

Produksi adalah berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran). Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003), produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut Putong (2002) mengatakan produksi atau memproduksi menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula. Lebih spesifik lagi produksi adalah kegiatan perusahaan dengan mengkombinasikan berbagai input untuk menghasilkan output dengan biaya yang minimum.

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi.

Orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut Produsen.

Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaatnya atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini dapat terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut di atas. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa. 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, 2002:193).

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis:

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode bertujuan untuk menganalisis data yang diperoleh dengan tehnik regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga, inflasi dan produksi terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar. Ghozali, 2005 Rumus yang digunakan

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

$$Y = \text{Volume Ekspor}$$

$$X_1 = \text{Harga}$$

$$X_2 = \text{Inflasi}$$

$$X_3 = \text{Produksi}$$

$$b_1 - b_3$$

= Koefisien regresi

$$b_0 = \text{Konstanta}$$

E = Standar error

Uji T (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} jika hasil t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), maka Hipotesis H_0 diterima. Sebaliknya jika hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$), maka hipotesis H_0 ditolak dengan derajat kebebasan 95% atau $\alpha = 5\%$ (0,05)

Uji F (Uji serempak)

Uji F (Fisher) atau uji global adalah untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antar nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika hasilnya F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} \geq F_{tabel}$) maka variabel-variabel bebas tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dengan derajat kebebasan 95% atau $\alpha = 5\%$ (0,05).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur hubungan atau asosiasi antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini sebagai berikut :

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Regresi Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	470.059	263.760		1.782	.084	-67.203	1007.321
X1	110.684	73.543	.167	1.505	.142	260.486	39.117
X2	22.102	25.008	.098	.884	.383	28.837	73.041
X3	.768	.107	.770	7.164	.000	.550	.986

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 470,059 + 110,684 + 22,102 + 0,768 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 470,059 menunjukkan bahwa jika harga, inflasi dan produksi konstan, maka volume sebesar 470,059 kali atau sebesar 470,059 %.
2. Nilai koefisien Harga(X1) sebesar 110,684 menyatakan bahwa setiap pengurangan 1 satuan, maka akan mengurangi volume sebesar 110,684 satuan.
3. Nilai koefisien Inflasi (X2) sebesar 22,102 menunjukkan bahwa setiap penambahan atau kenaikan inflasi akan meningkatkan volume pada PT. Maruki International Indonesia Makassar.

4. Nilai koefisien Produksi (X3) sebesar 0,768 satuan menunjukkan bahwa setiap kenaikan produksi maka akan meningkatkan volume sebesar 0,768 satuan.

Uji Parsial atau Uji T

Uji parsial atau Uji T adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri atau secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Jika t hitung > t tabel maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap volume ekspor (Y) dengan taraf kesalahan (α) sebesar 5% atau 0,05. Untuk mengetahui hal tersebut diatas maka dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	470.059	263.760		1.782	.084	-67.203	1007.321
X1	110.684	73.543	.167	1.505	.142	260.486	39.117
X2	22.102	25.008	.098	.884	.383	28.837	73.041
X3	.768	.107	.770	7.164	.000	.550	.986

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel tersebut di atas uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan tingkat kesalahan 5% yakni 1,660. Apabila t

hitung > t tabel maka dikatakan variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan.

1. Variabel harga (X1)

- Nilai t hitung untuk variabel harga (X1) sebesar 1,505, sementara nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,660, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,142 $> 0,050$. Artinya variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Y).
2. Variabel Inflasi (X2)
Nilai t hitung untuk variabel Inflasi (X2) sebesar 0,884, sementara nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,660, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,383 $> 0,050$. Artinya variabel inflasi (X2) berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Y).
3. Variabel Produksi (X3)
Nilai t hitung untuk variabel produksi (X3) sebesar 7,164, sementara nilai pada tabel distribusi

5% sebesar 1,660, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 $> 0,050$. Artinya variabel produksi (X3) berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Y).

Uji Simultan atau Uji F

Uji F adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel dependen atau variabel volume ekspor (Y). Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh secara serempak dengan cara membandingkan dengan taraf kesalahan (α) sebesar 5 % atau 0,05. Untuk mengetahui F_{hitung} dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	391990.117	3	130663.372	18.191	.000 ^a
	Residual	229847.522	32	7182.735		
	Total	621837.639	35			

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 18.191, sedangkan hasil F tabel pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (α) $< 0,05$ artinya 0,000 (α) lebih kecil dari 0,05.

Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel harga (X1), Inflasi (X2) dan Produksi (X3) secara bersama mempunyai pengaruh positif

dan signifikan terhadap volume ekspor (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independent meliputi variabel harga (X1), inflasi (X2) dan produksi (X3) terhadap variabel dependent yang meliputi variabel volume ekspor (Y). Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada besar nilai R² dan dinyatakan dalam bentuk persentase. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

Tabel 5. Hasil Rekapitulasi Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.630	.596	84.75102	1.299

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,630 dan Adjusted R Square sebesar 0,596 dengan tingkat “ *Standar Error of Estimate* ” sebesar 84,75102. Artinya besarnya pengaruh harga, inflasi dan produksi sebesar 63,0 % dengan tingkat kesalahan estimasi sebesar 37,0%.

Sementara hasil uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,794 satuan atau sebesar 79,4 % dipengaruhi oleh variabel harga (X1), inflasi (X2) dan produksi (X3), dan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan dalam penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, inflasi, dan produksi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar. Maka dapat diberikan beberapa pembahasan sebagai berikut:

Pengaruh secara Parsial

a. Pengaruh harga

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Makassar dengan nilai t hitung untuk variabel harga (X1) sebesar 1,505, sementara nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,660, maka t hitung 1,505 > 2,030 t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,142 > 0,050. Artinya variabel

harga (X1) berpengaruh positif terhadap volume ekspor butsudan (Y). Hal ini berarti bahwa harga yang ditetapkan perusahaan terhadap butsudan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar.

b. Pengaruh inflasi

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS. Inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Makassar dengan nilai t hitung untuk variabel Inflasi (X2) sebesar 0,884, sementara nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,660, maka t hitung 0,884 > 2,030 t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,383 > 0,050. Artinya variabel inflasi (X2) berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Y). Hal ini berarti bahwa inflasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar karena bahan baku yang digunakan mengalami kenaikan harga terutama bahan baku kayu.

c. Pengaruh Produksi

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS. Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Makassar dengan nilai t hitung untuk variabel produksi (X3) sebesar

7,164, sementara nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,660, maka t hitung $7,164 > 2,030$ t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 > 0,050$. Artinya variabel produksi (X3) berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Y). Hal ini berarti bahwa Produksi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar, karena butsudan yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan baik itu tipe butsudan, kualitas butsudan yang dibutuhkan konsumen di Jepang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang dominan mempengaruhi volume ekspor butsudan adalah variabel harga. Menurut Gitosudarmo. (2008:228) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Dan penulis sependapat dengan Archibald dammar pambudi (2011) yang melakukan penelitian dengan judul Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Biji kakao Indonesia ke Malaysia dan Singapura. Dengan variabel dependen adalah harga ekspor biji kakao Indonesia ke Malaysia dan Singapura, kurs rupiah terhadap US\$, GDP Negara tujuan ekspor dan harga ekspor Negara pesaing, sedangkan variabel independennya adalah ekspor biji kakao Indonesia. Dimana hasil menunjukkan bahwasanya untuk model ekspor biji kakao Malaysia terdapat tiga variabel signifikan yaitu harga biji kakao, GDP Malaysia, harga biji kakao dari Negara pesaing, Untuk model ekspor biji kakao singapura terdapat dua variabel yang signifikan yaitu harga biji kakao dan harga biji kakao dari Negara pesaing.

Pengaruh secara simultan

Variabel harga (X1), inflasi (X2), produksi (X3) adalah variabel bebas

(independen) yang diteliti dalam hubungannya dengan volume ekspor (Y) variabel terikat (dependen). Besarnya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap volume ekspor (Y) yang dapat diteliti pada hasil analisa statistik dengan bantuan komputer program SPSS, menjelaskan secara simultan dari ketiga variabel bebas tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel harga (X1), inflasi (X2), produksi (X3) secara bersama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan (Y).

Jika dilihat dari tabel hasil uji koefisien determinasi yang besarnya 0,794 satuan atau 79,4 % dipengaruhi oleh variabel harga (X1), inflasi (X2), produksi (X3), dan sisanya sebesar 20,6% (100% - 79,4%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial atau Uji T menunjukkan bahwa variabel harga, Inflasi dan Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang dominan mempengaruhi volume ekspor adalah variabel harga.
2. Sementara berdasarkan Uji Simultan atau Uji F menunjukkan bahwa variabel harga, Inflasi dan Produksi secara bersama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor butsudan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka disarankan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar.

1. Diharapkan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar

menciptakan butsudan yang unik dengan inovasi terbaru yang sesuai dengan harga dan kemampuan konsumen di japa. Sehingga perusahaan mampu terus bersaing dengan perusahaan lainnya.

2. Diharapkan pada PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar terus meningkatkan kualitas dan kuantitas nilai ekspor agar terwujud profit yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

Donald A. Ball, Wendel H. McCulloch, Paul L. Frantz, J Michael Geringer, Michael S . Minor; 2006, Terjemahan, Bisnis International Tantangan Persaingan Global, Jilid dua, Penerbit salemba Empat, Jakarta

Amir, M. S., 2004. *Strategi Memasuki Pasar Ekspor*. PPM. Jakarta

Ajami, Riad A et al., 2006. *Chapter 3: theories of Trade and Economic Development' dalam International Business : Theory and Practice, 2nd Edition*. New York : M.E. Sharpe Inc.

Itham dan Yogi , 2003, *Ekspor di Indonesia*, Pustaka Binaman, cetakan pertama Pressindo, Jakarta.

Sasandra, Rudy, 2005. *Ekspor Indonesia : Kinerja, Permasalahan serta Strategi*

Peningkatannya, diambil pada tanggal 17 Juni 2006 dari <http://rudicty.com>.

Angiporo, Marius. P, 2008, *Dasar-Dasar Pemasaran*, edisi revisi, cetakan kedua, Raja Grafindo persada, Jakarta.

Swastha Basu dan Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Moderen*, edisi kedua, cetakan ke sebelas. Penerbit : Liberty Offset, Yogyakarta.

Manurung, Mandala, dan Pratama Raharja. 2004. *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Penerbit FEUI Jakarta.

Joesron Suhartati dan Fathorrozi, 2003, *Teori Ekonomi Mikro* : Salemba Empat, Jakarta

Putong Iskandar, 2002, *Ekonomi Mikro dan Makro*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sukimo, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Makro ekonomi*, edisi kedua, Rajawali pers, Jakarta

Gitosudarmo, Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, penerbit : BPFE- Yogyakarta.

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, penerbit : Universitas Diponegoro, Semarang