

Assessing Indonesian footwear exports performance : case study the US, Germany, Belgium, UK, Netherlands and Italian Markets

Sihotang, Yonatan Kriswidiyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339537&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri alas kaki sangat penting karena bersifat labor intensive dan mampu menarik investasi luar negeri. Selain itu, Indonesia juga dikenal secara baik sebagai negara produsen alas kaki di pasar global, selain itu jaringan pemasarannya dan distribusi pasarnya juga tersebar di beberapa negara. Di pasar dunia, kinerja ekspor alas kaki Indonesia berfluktuatif sepanjang tahun 2003 sampai 2007. Walaupun, ekspor alas kaki pernah turun di tahun 2002, tetapi trend dari ekspor alas kaki Indonesia tersebut menunjukkan peningkatan untuk beberapa tahun belakangan ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kinerja ekspor alas kaki Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini akan menilai daya saing ekspor alas kaki Indonesia di negara-negara mitra serta menilai dampak dari GDP riil dari negara mitra, harga relatif dan nilai tukar nominal terhadap permintaan ekspor alas kaki Indonesia. Di dalam penelitian ini, studi kasus pasar yang akan diteliti adalah pasar Amerika Serikat, Jerman, Belgia, Inggris, Belanda dan Italia.

Metode analisa daya saing yang akan digunakan adalah Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Specialization Index (ESI), dan Constant Market Share Analysis (CMSA). Sementara itu, model ekonometrika digunakan untuk menganalisa dampak dari GDP riil dari negara mitra, harga relatif dan nilai tukar nominal terhadap permintaan ekspor alas kaki Indonesia.

Indeks RCA menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan komparatif di pasar dunia selama periode 2003-2006. Demikian halnya dengan metode ESI yang juga menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan komparatif di enam pasar selama periode 2003-2006. Selain itu, trend dari nilai indeks ESI menunjukkan trend kenaikan nilai keunggulan komparatif di pasar Jerman, Belgia, Inggris, Belanda, dan Italia, kecuali di pasar Amerika Serikat.

Selama periode 2003-2006, pertumbuhan ekspor alas kaki Indonesia positif di enam pasar tersebut, kecuali di pasar Amerika Serikat. Efek daya saing dari produk alas kaki Indonesia untuk kategori HS 64 adalah positif di negara Jerman, Inggris, Belanda, dan Italia, kecuali di Amerika dan Belgia. Efek distribusi pasar dari alas kaki Indonesia untuk HS 64 menunjukkan angka positif di negara Belgia dan Belanda, kecuali untuk pasar Amerika Serikat, Jerman, Inggris, dan Italia. Efek komposisi komoditas dari alas kaki Indonesia menunjukkan angka negatif Hal ini berarti komposisi dari produk Indonesia yang diekspor untuk produk ini lebih kecil daripada produk ekspor yang lain.

Permintaan ekspor untuk keseluruhan kategori alas kaki secara signifikan dipengaruhi oleh variabel GDP riil dari negara mitra, variabel nilai tukar nominal, dan variabel harga relatif. Sementara itu, variabel nilai tukar

dikategorikan sebagai clastis. Hal ini berarti bahwa permintaan ekspor untuk kategori ini sensitif terhadap perubahan nilai tukar. Permintaan ekspor Indonesia untuk kategori sepatu olah raga secara signifikan dipengaruhi oleh variabel GDP riil dari negara mitra dan variabel nilai tukar nominal. Kedua variabel tersebut dikategorikan tidak elastis. Hal ini berarti bahwa permintaan ekspor tidak sensitif terhadap naik atau turunnya kedua variabel tersebut. Permintaan ekspor alas kaki Indonesia untuk kategori sepatu non olahraga secara signifikan dipengaruhi oleh variabel nilai tukar nominal dan variabel harga relatif. Sementara itu, variabel nilai tukar nominal dikategorikan elastis. Hal ini berarti bahwa permintaan ekspor sensitif terhadap perubahan nilai tukar.....The footwear industry is very important because this industry is labor intensive and it can attract some foreign direct investment. In addition, Indonesia is well-known as a footwear producer in the global market and its networking or market distribution is also spread across several countries. In the world market, export performance of Indonesia's fluctuated during 2000 - 2007. Although, exports of footwear declined in 2002, the exports of footwear have been increasing recently.

The objective of this research is to assess the performance of Indonesian footwear exports to partner countries. Therefore, this research will assess competitiveness of Indonesia's footwear to partner countries, and also assess the impact of real GDP of partner country, relative price, and nominal exchange rate on demand for Indonesia's footwear exports. In this research, the markets that will be analyzed are the US, Germany, Belgium, UK, Netherlands, and Italian markets.

The methods of competitiveness analysis that will be used in this research are Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Specialization Index (ESI), and Constant Market Share Analysis (CMSA). Meanwhile, the econometric model will be used to analyze the impact of real GDP of partner country, relative price, and nominal exchange rate on demand for Indonesia's footwear exports. The RCA index shows that Indonesia had comparative advantage in the world market during 2003-2006. In addition, the ES index also shows that Indonesia had comparative advantage in the six markets during 2003-2006. Trend in ES index of Indonesia's footwear was increasing in the six markets, except in the US market.

During 2003-2006, export growth of Indonesia's footwear was positive in the six markets, except in the US market. The competitiveness effect of Indonesia's footwear (HS 64) was positive in the Germany, UK, Netherlands, and Italy except in the US and Belgium. The market distribution effect of Indonesia's footwear (I-IS 64) was positive in the Belgium, and Netherlands except in the US, Germany, UK and Italian markets. The commodity composition effect of Indonesia footwear was negative. This means that the composition of Indonesia for this product was lesser than other products.

Exports demand for the whole of the footwear category is significantly influenced by variable of real GDP of partner country, variable of nominal exchange rate and variable of relative price. Meanwhile, variable of nominal exchange rate is categorized as elastic. This means that exports demands for Indonesia's footwear is sensitive on fluctuation of exchange rate. Exports demand for Indonesia's sport shoes category is significantly influenced by variable of real GDP of partner country and variable of nominal B th variables are categorized as inelastic. This means that exports exchange rate. o demand is not sensitive on increasing/ decreasing the variables. Exports demand for Indonesia's non sport shoes category is significantly influenced by variable of nominal exchange rate and variable of relative price. The variable of nominal

exchange rate is categorized as elastic. This means that exports demand is sensitive on fluctuation of exchange rate.