

**DAYA SAING PAKAIAN INDONESIA
DI 5 NEGARA MAJU
(CINA SEBAGAI NEGARA KOMPETITOR)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:
A. R. AMALIA PULUNGAN
2011110037

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 211/SK/BAN-PT/Ak-XVII/S/X/2013
BANDUNG
2018

COMPETITIVENESS OF INDONESIA'S APPAREL IN 5 DEVELOPED COUNTRIES (CHINA AS A COMPETITOR)



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By
A.R. AMALIA PULUNGAN
2011110037

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN DEVELOPMENT ECONOMICS
Accredited by BAN – PT No. 211/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013
BANDUNG
2018

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI
DAYA SAING PAKAIAN INDONESIA
DI 5 NEGARA MAJU
(CINA SEBAGAI NEGARA KOMPETITOR)**

Oleh:
A. R. Amalia Pulungan
2011110037

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Sarjana Ekonomi Pembangunan,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Miryam', is written over a horizontal line.

Dr. Miryam B. L. Wijaya

Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Januarita', is written over a horizontal line.

Januarita Hendrani, Dra., M.A., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Annisa Rizqa Amalia Pulungan
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 30 Agustus 1992
NPM : 2011110037
Program studi : Ekonomi Pembangunan
Jenis Naskah : Skripsi

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

DAYA SAING PAKAIAN INDONESIA DI 5 NEGARA MAJU (CINA SEBAGAI NEGARA KOMPETITOR)

yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Januarita Hendrani, Dra., M.A., Ph.D.

adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

oleh pihak mana pun.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 17 Januari 2018

Pembuat pernyataan: A.R. Amalia P.



(Annisa Rizqa Amalia Pulungan)

ABSTRAK

Pakaian merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang selalu berkembang dari waktu ke waktu. Setelah beberapa dekade, Cina telah berhasil meningkatkan pangsa ekspor pakaian jadi ke lima negara maju (Belgia, Jerman, Jepang, Inggris dan Amerika Serikat) dengan mengandalkan upah tenaga kerja, input dan bahan baku yang berbiaya rendah. Oleh karena itu, Cina merupakan negara kompetitor Indonesia yang sangat kuat pada sektor pakaian jadi. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah produk pakaian negara Indonesia mampu berkompetisi dengan Cina sebagai negara kompetitor. Dengan menggunakan Random Effect Model, penelitian ini menemukan bahwa permintaan produk pakaian Indonesia tetap meningkat ketika nilai GDP negara-negara pengimpor juga meningkat.

Kata Kunci : *Ekspor, Impor, Pakaian, Kompetisi, Kompetitor, Strategi, Cina, Lima Negara Maju, Indonesia.*

ABSTRACT

Apparel is a basic need of society that continues to grow rapidly from time to time. In the last decades, China has successfully increased the share of apparel exports to five developed countries (Belgium, Germany, Japan, England and United States) due to its low-cost labor, inputs and raw materials. Hence, China is a significant competitor for Indonesia in the apparel sector. The purpose of this research is to investigate whether Indonesia's apparel products are able to compete with China as a competitor country. By using Random Effect Model, this research finds that the demand for Indonesia's apparel products still increases when the GDP of the importing countries increases too.

Keywords : *Export, Import, Apparel, Competition, Competitor, Strategy, China, Five Developed Country, Indonesia.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan, atas selesainya skripsi yang berjudul : “Daya Saing Pakaian Indonesia di 5 Negara Maju (Cina Sebagai Negara Kompetitor)”, sebagai syarat untuk menyelesaikan kegiatan belajar saya di Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Katolik Parahyangan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, dan bantuan beberapa pihak yang sangat saya hargai. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses belajar dan penyusunan skripsi, yaitu :

1. Orang tua saya, Netty Sugihartati, S.E dan Ayusman Pulungan S.H, yang selalu memberikan saya dukungan, doa, nasihat dan kasih sayang sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Keluarga besar Pulungan, yang selalu berdoa siang dan malam agar saya cepat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik dan cepat.
3. Januarita Hendrani, Dra., M.A., Ph.D. selaku dosen wali dan dosen pembimbing, yang telah membimbing saya selama studi dan proses skripsi. Terima kasih karena telah menjadi orang tua sekaligus teman diskusi saya selama ini.
4. Seluruh dosen-dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Katolik Parahyangan, terima kasih atas pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama saya berkuliah di Program Studi ini.
5. Teruntuk teman-temanku : Tandu Arta Wiguna, Dewa, Salih, Iduy, Pian, Pace, Ridwan, Ogeb, Fajar, Eky, Ado, Yunus, Jalu, Andi, Cipmang, Tika, Eca, Kemas, Yudit, dan lainnya. Terima kasih untuk semua kenangan manis, bantuan dan dukungan yang kalian berikan selama ini.
6. Bapak dan Ibu kost saya yang sangat membantu mempermudah kehidupan saya selama di Bandung.
7. Teman-teman Ekonomi Pembangunan lainnya, terima kasih atas kerja sama dan kebersamaannya selama masa perkuliahan.

Semoga segala usaha, kegiatan, studi dan kehidupannya selalu diberkati dan diberikan kebahagiaan, serta diberikan kesehatan. Akhir kata, saya berharap skripsi

ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi dalam penelitian selanjutnya.

Bandung, 3 Januari 2018

A. R. Amalia Pulungan

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kerangka Pikir.....	6
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Teori Heckscher-Ohlin (H-O).....	8
2.2. Teori Gravitasi.....	11
3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	14
3.1. Metode Penelitian.....	14
3.1.1. Pemilihan Model Regresi.....	16
3.1.1.1. Redundant Fixed Effect Test.....	17
3.1.1.2. Hausman Test.....	18
3.1.2. Data dan Sumber Data.....	18
3.2. Objek Penelitian.....	18
3.2.1. Nilai Ekspor Pakaian Indonesia.....	19
3.2.2. Nilai Ekspor Pakaian Cina.....	20

3.2.3. Produk Domestik Bruto 5 Negara Maju.....	21
3.2.4. Jarak Indonesia Ke 5 Negara Maju.....	22
3.2.5. Perkembangan Industri Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia Di Pasar Global.....	23
3.2.6. Peran Desain Pakaian Dalam Mendorong Kenaikan Ekspor Pakaian Indonesia.....	27
3.3. Penelitian Terdahulu.....	29
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Pemilihan Model.....	32
4.1.1. Uji Multikolinearitas.....	33
4.1.2. Koefisien Determinasi.....	35
4.1.3. Uji T.....	36
4.1.4. Uji F.....	36
4.2. Pembahasan.....	37
5. PENUTUP.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	A-1
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	A-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Pemikiran.....	6
Gambar 2. Keuntungan Perdagangan (Heckscher-Ohlin) Theory.....	10
Gambar 3. Nilai Ekspor Pakaian Indonesia Ke 5 Negara Maju Periode Tahun 2000-2016 (Miliar USD).....	19
Gambar 4. Nilai Ekspor Pakaian Cina Ke 5 Negara Maju Periode Tahun 2000-2016 (Miliar USD).....	20
Gambar 5. Produk Domestik Bruto 5 Negara Maju Periode Tahun 2000- 2016 (Miliar-Triliun USD).....	21
Gambar 6. Perkembangan Ekspor Hasil Industri Non Migas Indonesia Tahun 1993-2006.....	23
Gambar 7. Presentase Pangsa Pasar TPT Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2005.....	24
Gambar 8. Presentase Nilai Ekspor TPT Di Pasar Uni Eropa Tahun 2005.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jarak Indonesia (Jakarta) Ke 5 Negara Maju (Menggunakan Titik Pusat Ibukota).....	22
Tabel 2. Negara-Negara Pengekspor TPT di Kawasan ASEAN Tahun 2003.....	26
Tabel 3. Hasil Regresi Data Panel <i>Common Effect Model</i> (CEM).....	32
Tabel 4. Hausman Test.....	33
Tabel 5. Uji Multikolinearitas Hasil Regresi.....	34
Tabel 6. Hasil Uji VIF.....	35
Tabel 7. Hasil Regresi Menggunakan <i>Random Effect Model</i>	35
Tabel 8. Jarak Cina (Beijing) Ke 5 Negara Maju.....	39

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Tentunya pencipta pakaian harus selalu berkembang dan berinovasi agar menarik konsumen. Mengingat pakaian merupakan kebutuhan masyarakat, hal tersebut membuat permintaan akan pakaian kian meningkat bersama dengan meningkatnya pendapatan masyarakat. Pakaian merupakan produk industri tekstil dan berperan penting pada perekonomian Indonesia. Dalam statistik, pakaian masuk ke dalam Industri Tekstil dan Produk Tekstil atau biasa disingkat dengan TPT. Industri TPT ini memainkan peran penting di Indonesia karena telah berkontribusi terhadap investasi sebesar Rp. 150,5 Triliun pada tahun 2010, sedikit meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 146,1 triliun pada tahun 2009 (Mudrajad Kuncoro, 2013). Industri TPT juga mampu menciptakan komoditas ekspor senilai US\$ 11,2 Miliar di tahun 2010 (Kuncoro 2011; API, 2011). Tidak hanya berkontribusi pada investasi, industri TPT ini juga mampu berkontribusi pada jumlah perusahaan dan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2010 jumlah perusahaan yang bergerak di industri TPT meningkat menjadi sebesar 2.869 perusahaan atau meningkat sekitar 8,1% dari tahun 2005 yang hanya 2.656 perusahaan, sedangkan jumlah tenaga kerja juga mengalami kenaikan pada tahun 2005 hingga 2010 yaitu sebesar 18,9% (API, 2011).

Tak heran jika berbagai negara terus melakukan improvisasi pada produk pakaiannya dengan meningkatkan kualitas produk dan melakukan *research and development* (R&D) agar permintaan produk pakaian Indonesia meningkat dan selanjutnya diharapkan pendapatan negara (GDP) Indonesia meningkat pula. Untuk meningkatkan GDP negara, Indonesia turut mengeksport pakaian ke luar negeri terutama ke 5 negara pengimpor pakaian terbesar yaitu Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Inggris, serta Belgia. Pergerakan produksi pakaian melintasi perbatasan internasional pada dasarnya mengubah industri pakaian menjadi lingkungan bisnis yang sangat menantang (Appelbaum dan Christerson, 1997; Dicken, 2003; Jones

dan Hayes, 2004; Taplin dan Winterton, 2004). Ekspor dan impor merupakan salah satu bentuk perdagangan internasional di mana perdagangan ini dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain atas dasar kesepakatan bersama (Sukirno, 2004). Adanya perdagangan internasional diharapkan dapat mendorong produsen pakaian Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas barang sehingga dapat berkompetisi di dunia internasional.

Menurut *UN Comtrade* tahun 2010, Amerika Serikat merupakan negara pengimpor pakaian tertinggi di dunia, yaitu sebesar 121.768.952 US\$ setelah Jepang yaitu sebesar 148.089.829 US\$. Amerika Serikat mengimpor pakaian dua kali lebih besar dibandingkan eksportnya ke luar negeri. Hal tersebut disebabkan karena biaya produksi dan biaya tenaga kerja yang tinggi yang membuat produksi pakaian Amerika Serikat menurun. Oleh sebab itu, Amerika Serikat lebih memilih untuk mengimpor pakaian dari luar negeri khususnya dari negara berkembang di mana salah satunya Indonesia. Menurut *US Bureau of Census*, ada sekitar 28.000 perusahaan industri pakaian di mana telah mempekerjakan dua juta orang pada tahun 1990. Industri ini merupakan industri yang mempekerjakan tenaga kerja terbesar di Amerika Serikat. Bayangkan saja apabila ada 2 juta orang tenaga kerja dengan upah yang tinggi, hal ini jelas akan menurunkan jumlah produksi pakaian Amerika Serikat. Walaupun begitu, setidaknya industri pakaian di Amerika Serikat dapat mendorong masyarakat untuk mendapat kesempatan dalam bekerja sehingga berpengaruh pada pengurangan tingkat pengangguran. Perlu juga diketahui bahwa industri pakaian di Amerika Serikat memiliki perubahan yang cukup cepat pada teknologi terutama dalam investasi modal dan manajemen komunikasi dalam penyaluran informasi, serta memiliki siklus produksi yang pendek.

Kondisi Cina berbeda dengan Amerika Serikat di mana Cina justru lebih banyak melakukan ekspor produknya ke luar negeri. Cina merupakan negara yang mengekspor produk pakaiannya dengan harga yang murah. Setelah adanya kebijakan reformasi dan keterbukaan pada akhir tahun 1978, Cina telah mencapai pertumbuhan ekonomi yang dramatis dan mengalami tiga reformasi mendasar yaitu: (1.) Perubahan dari ekonomi terencana hingga ke ekonomi berbasis pasar yang semakin meningkat. (2.) Perubahan dari perusahaan milik negara (*state-owned*) menjadi kepemilikan swasta (*private ownership*). (3.) Perubahan dari ekonomi tertutup sebagian (*partially closed economy*) menjadi sektor yang berorientasi pada pasar ekspor (*oriented towards export markets*) (He dan Zhu, 2007; Wei, 2001). Kombinasi reformasi internal dan permintaan internasional menyebabkan ekspansi

yang cepat dalam pertumbuhan ekspor yang dipimpin oleh sektor swasta (Gereffi, 1999, 2009). Pada akhirnya hal tersebut menciptakan pertumbuhan GDP tahunan rata-rata sekitar 9,8% dan ekspansi ekspor sebesar 12,4% per tahun sepanjang tahun 1990an, tumbuh lebih dari 20% per tahun di tahun 2000an sebelum menurun akibat krisis global pada tahun 2008 (*National Bureau of Statistics of China*, 2011). Beralihnya dari substitusi impor ke strategi berorientasi ekspor, produsen yang bergantung pada tenaga kerja dengan upah rendah dan tidak terampil atau semi terampil dan memanfaatkan keuntungan domestik termasuk pasar potensial Cina yang besar serta biaya yang rendah pada input, tanah, listrik dan bahan baku lainnya maka Cina dapat memperluas perannya di pasar internasional (Gereffi, 2009). Salah satu contoh penting adalah industri pakaian jadi, yang merupakan bagian penting dari pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja Cina selama periode 1995 hingga 2008. Antara tahun 1995 dan 2008, Cina berhasil melipat-gandakan pangsa ekspor pakaian jadi global dari 15,2% menjadi 33,2% (Gereffi dan Frederick, 2010). Cina memiliki industri pakaian jadi terbesar di dunia dengan lebih dari 3,82 juta pekerja di tahun 2011 (Feenstra dan Hamilton, 2006; Feenstra dan Petrovic, 2006). Pertumbuhan pakaian jadi Cina telah didorong, setidaknya sampai saat ini, oleh pekerja dengan upah rendah dan tidak terampil atau semi terampil yang bermigrasi dari daerah barat dan tengah ke daerah pesisir (Appelbaum et al., 2005; Arnold and Pickles, 2011).

Dilihat dari sejarah industri pakaian di Cina, adanya kebijakan reformasi dari pemerintah dan mendapat sambutan yang positif dari pasar internasional menjawab pertanyaan bagaimana bisa harga produk pakaian di Cina menjadi sangat murah. Menurut Kompasiana (2010), terdapat beberapa sebab lain mengapa produk Cina sangat murah yaitu:

1. Adanya dukungan dari pemerintah. Apabila terdapat suatu daerah yang memiliki potensi produk yang bagus, maka pemerintah akan memberikan kemudahan dalam perijinan dan membuat kebijakan. Bahkan untuk jangka tahun pertama produksi satu pabrik pemerintah membebaskan pajak dan bahkan dengan mensubsidi setiap jumlah barang yang diproduksi pabrik itu sekitar 10 persen.
2. Menjual produk dengan berbagai kualitas. Pedagang akan membariskan barang dagangannya dari kualitas 1 hingga kualitas 10.
3. Cara menghitung modal dengan sistem kontainer. Apabila pedagang memiliki modal sebesar 100 juta untuk memproduksi 20 kontainer.

Pedagang tersebut dapat menjual 10 kontainer dengan harga 100 juta, dan 10 kontainer lagi dengan harga 30 juta. Maka pedagang mendapatkan untung sebesar 30 juta.

4. Hampir dikatakan di Cina tak ada demo hingga proses produksi lancar dan hubungan antara karyawan pengusaha dan pemerintah disusun dengan baik dan saling menguntungkan.

Adanya reformasi perekonomian membuat Cina menjadi negara dengan eksportir global terkemuka di 774 produk pada tahun 2005 dan eksportir terbesar di dunia dengan pangsa ekspor dunia sebesar 8% di tahun 2009 (Inman, 2010; Yang et al., 2006). Dari sejarahnya, dapat dikatakan bahwa Cina merupakan negara yang sangat kompetitif di industri pakaian karena telah berhasil membangun sebuah strategi untuk meningkatkan ekspornya ke luar negeri.

Oleh sebab itu, penulis akan memasukkan Cina sebagai negara kompetitor. Kita dapat membandingkan apakah Indonesia dapat bersaing dengan Cina sebagai negara kompetitor. Apakah jika nilai ekspor pakaian Cina meningkat, maka nilai ekspor pakaian Indonesia akan menurun?

Tingginya kompetisi pakaian di dunia internasional telah menjadi tantangan bagi Indonesia karena walaupun 5 negara maju ini meningkatkan nilai impornya namun hal tersebut belum menjamin bahwa Indonesia merupakan negara tujuan akan permintaan pakaian tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Pakaian merupakan salah satu dari industri *fashion* yang terus berkembang baik dari desain maupun kualitas barang. Tingginya nilai ekspor pakaian Indonesia ke dunia internasional turut mendorong dalam memajukan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Untuk mempertahankan tingginya nilai ekspor pakaian ini, Indonesia harus meningkatkan kualitas barang dan jasa agar dapat terus bersaing dengan negara lain. Perlu diingat bahwa banyak negara kompetitor yang lebih unggul dari sisi desain maupun bahan baku yang lebih berkualitas dan murah, serta rendahnya biaya tenaga kerja. Pengaruh adanya teknologi yang lebih maju juga mendorong negara kompetitor lebih bersaing di pasar internasional. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah pakaian Indonesia kompetitif dilihat dari hasil perbandingan dengan Cina di pasar internasional?
- b. Bagaimana dampak variabel GDP 5 negara maju serta jarak Indonesia ke 5 negara maju terhadap nilai ekspor pakaian Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah produk pakaian Indonesia kompetitif di pasar internasional. Apakah dengan meningkatnya nilai ekspor pakaian Cina, nilai ekspor pakaian Indonesia dapat meningkat?

Manfaat penelitian ini adalah agar mengetahui bahwa produk pakaian Indonesia kompetitif atau tidak di pasar Internasional dengan menggunakan Cina sebagai negara kompetitor. Indonesia dapat mencontoh strategi yang dilakukan oleh Cina untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas produk Indonesia agar dapat terus bersaing dengan negara lain. Selain itu, penelitian ini juga berguna untuk mengetahui apa saja yang harus dilakukan Indonesia untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk pakaian agar tak kalah bersaing dengan negara lain.

1.4 Kerangka Pikir

Gambar 1. Skema Pemikiran



Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa penulis melakukan penelitian dengan menggunakan 5 negara maju yaitu Amerika Serikat, Jerman, UK, Jepang dan Belgia, serta Cina sebagai negara kompetitornya. Penulis ingin melihat bagaimana nilai ekspor pakaian Cina dibandingkan dengan nilai ekspor pakaian Indonesia. Penelitian dilakukan dengan meneliti nilai ekspor Indonesia terhadap beberapa variabel bebas yaitu GDP 5 negara tujuan ekspor, variabel jarak Indonesia dengan 5 negara maju, serta nilai ekspor pakaian Cina yang akan dibandingkan dengan nilai ekspor pakaian Indonesia.

Nilai ekspor pakaian Cina digunakan sebagai variabel independen untuk melihat apakah dapat memengaruhi nilai ekspor pakaian Indonesia. Jika nilai ekspor pakaian Cina meningkat, apakah nilai ekspor pakaian Indonesia meningkat pula? Diperkirakan bahwa dengan semakin meningkatnya nilai ekspor pakaian Cina maka nilai ekspor pakaian Indonesia akan menurun. Hal tersebut dikarenakan bahwa Cina merupakan negara pesaing yang kuat di industri pakaian.

Mengapa GDP? Jika dikaitkan dengan teori konsumsi, jika semakin tinggi tingkat pendapatannya maka konsumsinya pun akan semakin tinggi. Semakin tingginya GDP suatu negara, maka tingkat konsumsinya pun akan bertambah. Hal tersebut dapat memengaruhi kenaikan pada nilai ekspor pakaian Indonesia. Kenaikan GDP 5 negara maju juga akan berdampak pada kenaikan nilai impor

pakaian 5 negara maju dari negara berkembang salah satunya Indonesia. Maka hal tersebut akan berpengaruh pada kenaikan nilai ekspor pakaian Indonesia.

Variabel jarak digunakan sebagai estimasi biaya transportasi. Apabila jaraknya dikategorikan jauh, maka dapat dikatakan biaya distribusi pakaian serta biaya angkutnya mahal, belum lagi waktu sampai yang tergolong lama. Hal tersebut dapat memengaruhi harga pakaian tersebut yang dibeli oleh negara asing. Diasumsikan bahwa jika jarak Indonesia ke 5 negara maju dikategorikan dekat, maka perkiraan nilai ekspor pakaian Indonesia akan meningkat. Sebaliknya, jika jaraknya makin jauh, diperkirakan nilai ekspor pakaian Indonesia akan menurun.