



Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Ekspor Produk Halal Indonesia Periode 2016-2020

Sovia Zahrianti Erika

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: soviazahriantierika@gmail.com

Wirawan Fadly

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: wira1fadly@iainponorogo.ac.id

Received	Revised	Accepted	Published
20 April 2022	3 Juli 2022	6 Agustus 2022	22 September 2022

Abstract

The global market's potential for halal products is experiencing rapid development, marked by an increase in demand every year. However, the largest Muslim country is still in the spotlight because of the low export of halal products and is far behind non-Muslim countries. It may be influenced by inflation and exchange rate fluctuations in Indonesia. This study uses time-series data for January 2016-December 2020 with the Auto-Regressive Distributed Lag Models (ARDL) analysis method. The results show that (1) Inflation has no significant effect on exports of halal products in the short and long term. (2) The exchange rate has a negative and significant effect on exports of halal products in the short term but has no significant effect in the long term. (3) Inflation and exchange rates significantly affect halal product exports, with a contribution of 32.06%.

Keywords: *Exchange rate; export of halal products; inflation*

Abstrak

Potensi produk halal di pasar global saat ini mengalami perkembangan pesat ditandai dengan peningkatan permintaan setiap tahunnya. Namun, Indonesia sebagai negara muslim terbesar masih menjadi sorotan karena rendahnya ekspor produk halal bahkan jauh tertinggal dari negara nonmuslim. Hal ini barangkali dipengaruhi oleh faktor inflasi dan nilai tukar yang mengalami fluktuasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data *time series* periode Januari 2016-Desember 2020 dengan metode analisis *Auto-Regresive Distributed Lag Models* (ARDL). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal dalam jangka pendek dan jangka panjang, (2) Nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap ekspor produk halal dalam jangka pendek, tetapi tidak berpengaruh signifikan dalam jangka panjang. (3) Inflasi dan nilai tukar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal dengan kontribusi sebesar 32.06%.

Kata Kunci: *Ekspor Produk Halal, Inflasi, Nilai Tukar.*

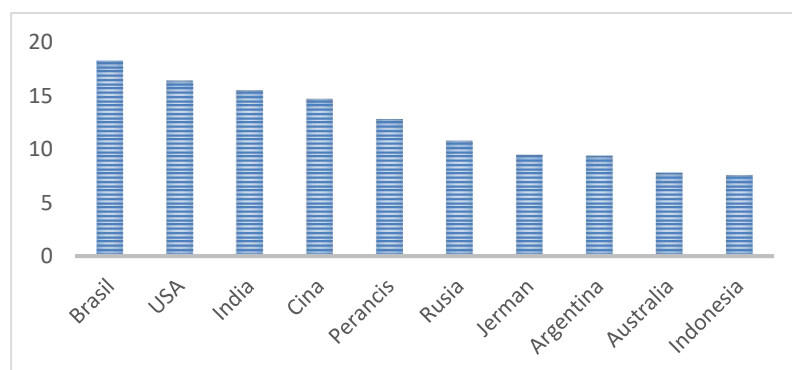
PENDAHULUAN

Industri halal merupakan salah satu arus perekonomian baru yang berpotensi mampu mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, terutama Indonesia yang memiliki penduduk mayoritas muslim. Industri produk halal mempunyai potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi global. Bahkan saat ini, industri produk halal menjadi salah satu pertumbuhan bisnis dan ekonomi terpesat di pasar dunia. Pasar halal tidak lagi terbatas pada sektor makanan dan minuman, melainkan telah diperluas cakupannya, mencakup kosmetik dan farmasi, alat kesehatan, perlengkapan mandi serta komponen sektor jasa seperti pemasaran, pengemasan, pembiayaan dan sebagainya.

Potensi permintaan produk halal dunia akan semakin besar sejalan dengan makin tingginya kesadaran konsumen akan kebutuhan produk halal. Konsumen di seluruh dunia menjadi sadar akan pentingnya produk halal, yang bukan hanya sebagai tuntutan ketaatan dalam beragama, tetapi juga identik dengan produk yang mempunyai kualitas yang baik, terjamin bersih serta memiliki dampak positif bagi kehidupan manusia dan lingkungan sekitar.

Saat ini, industri halal sedang menjadi tren hampir pada seluruh negara, yang dibuktikan dengan prospek yang terus tumbuh dan berkembang dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan dari State of The Global Islamic Report (2020/2021), ada sekitar 1,9 miliar penduduk muslim yang menjadi konsumen industri halal dan akan terus meningkat setiap tahunnya. Peluang konsumen dalam industri halal akan terus meningkat sebesar 5,2% setiap tahunnya dengan total pengeluaran konsumen yang mencapai USD 2,2 triliun. Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia dengan total 229 juta penduduk muslim menjadi pangsa pasar makanan halal terbesar di dunia dengan pengeluaran sebesar USD 173 milyar.¹

¹ State of the Global Islamic Economy Report, Thriving in Uncertainty, February 2022, <https://cdnhttps://www.salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE20-21>.



Gambar 1. Ekspor Produk Halal (Milyar Dollar Amerika Serikat)

Potensi Indonesia sebagai muslim dan konsumen terbesar industri halal ternyata pada kenyataannya masih memiliki nilai ekspor yang rendah. Indonesia belum dapat berperan secara optimal dalam memenuhi permintaan produk halal global. Dalam laporan dari State of The Global Islamic Report (2019/2020), Indonesia hanya tercatat menempati posisi ke sepuluh dengan nilai ekspor sebesar USD 7,6 milyar yang didominasi dari sektor makanan dan minuman halal. Hal ini juga menjadi sorotan pemerintah dengan rendahnya ekspor produk halal Indonesia yang hanya 3,8% dari total pasar halal dunia, dan bahkan jauh ketinggalan dari Amerika Serikat dan Brazil sebagai eksportir produk halal terbesar dunia.²

Menurut Sadono Sukirno, terdapat beberapa faktor yang memiliki pengaruh dan berdampak terhadap tingkat ekspor produk halal Indonesia, yakni faktor inflasi dan nilai tukar.³ Inflasi dan nilai tukar merupakan beberapa faktor utama yang akan menentukan kemampuan suatu negara dalam mengekspor barang produksinya ke luar negeri. Para *stakeholder* harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ekspor produk halal Indonesia sehingga dapat merumuskan strategi yang harus diaplikasikan.

Inflasi merupakan kenaikan harga barang-barang karena merosotnya nilai uang yang disebabkan oleh banyaknya dan cepatnya uang beredar.⁴ Inflasi menurut para ekonom modern ialah kenaikan yang menyeluruh dan merata atas sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk suatu barang atau komoditas dan jasa.⁵ Terdapat tiga kriteria saat terjadinya inflasi, yakni kenaikan harga, bersifat umum dan menyeluruh serta terjadi secara terus menerus dalam rentang periode tertentu.⁶

Kenaikan harga-harga barang dan jasa akan mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan produksi sehingga perekonomian dapat dipacu untuk meningkatkan aktivitas produksi nasional. Namun kenaikan harga akan menyebabkan barang-barang negara tersebut tidak bisa bersaing di pasar global.

² State of the Global Islamic Economy Report, Driving the Islamic Economy Revolution 4.0.; February 2022, <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sjie19-20/full-report.pdf>.

³ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Modern* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 109.

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2008).

⁵ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 135.

⁶ Asfia Murni, *Ekonomika Makro* (Bandung: Refika Aditama, 2016), 218.

Sehingga berdampak pada pelemahan daya saing dan akhirnya menyebabkan penurunan ekspor.

Selain inflasi, ekspor juga dipengaruhi oleh nilai tukar sebagaimana yang diungkapkan oleh Sadono Sukirno. Nilai tukar mata uang merupakan harga mata uang suatu negara yang relatif terhadap mata uang negara lain. Nilai tukar atau kurs diartikan sebagai sejumlah uang dalam negeri yang diperlukan, yakni sejumlah rupiah yang diperlukan untuk mendapatkan satu unit mata uang luar negeri. Nilai tukar mempresentasikan tingkat harga pertukaran nilai mata uang suatu negara terhadap nilai mata uang asing, dan dipergunakan dalam berbagai kegiatan dan transaksi.⁷

Mankiw yang menjelaskan bahwa apresiasi atau depresiasi yang terjadi pada nilai tukar mata uang akan mengakibatkan perubahan terhadap ekspor suatu negara. Ketika harga barang domestik semakin tinggi dalam bentuk mata uang asing, maka akan semakin rendah permintaan asing akan barang domestik tersebut. Artinya, apabila semakin tinggi nilai tukar maka akan semakin rendah ekspor negara tersebut. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai tukar mata uang suatu negara dengan negara asing, maka akan semakin tinggi tingkat ekspor suatu negara.⁸

Beberapa penelitian juga sudah dilakukan untuk menganalisis tingkat ekspor serta faktor yang memengaruhinya. Menurut Resa Zelvia dkk., dalam penelitiannya, dijelaskan bahwa faktor yang memengaruhi ekspor tembakau di Indonesia adalah kurs dan produksi, sedangkan inflasi tidak berpengaruh.⁹ Melisa A. G. Pioh dkk., dalam penelitiannya berpendapat bahwa inflasi dan nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap ekspor non migas di Sulawesi Utara.¹⁰ Penelitian Lisa dan Crisanty menerangkan bahwa inflasi tidak berpengaruh, sedangkan nilai tukar dan suku bunga kredit memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor Indonesia.¹¹

Dilihat dari ketiga penelitian tersebut, terdapat perbedaan dari hasil penelitian yang dilakukan. Tak hanya itu, objek penelitian yang digunakan juga berbeda-beda, bahkan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hal ini yang menyebabkan peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh inflasi dan nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia dengan periode 2016-2020.

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Makroekonomi Islam* (Bandung: Alfabeta, 2010), 178.

⁸ N. Gregory Mankiw, *Makroekonomi Terj. Fitria Liza Dan Imam Nurmawan* (Jakarta: Erlangga, 2006), 329.

⁹ Resa Zelvia Nolla and dkk., "Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs Dan Produksi Terhadap Ekspor Tembakau Di Indonesia," *Jurnal Perdagangan Industri*, Jambi: Universitas Jambi. Volume 8 Nomor 2 (Mei-Agustus 2020): 77.

¹⁰ Melisa A. G. Pioh and dkk., "Pengaruh PDB Amerika Serikat, Kurs Dan Inflasi Terhadap Ekspor Non Migas Di Sulawesi Utara Periode 2001-2020," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Manado: Universitas Sam Ratulangi. Volume 21 Nomor 04 (Oktober 2021): 13.

¹¹ Lisa Rosalina and Crisanty Sutristyaningtyas Titik, "Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Ekspor Indonesia Tahun 2009-2020," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Madura: Universitas Trunojoyo. Volume 2 Nomor 2 (November 2021): 101.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data penelitian ini bersumber dari website resmi institusi. Data inflasi dan nilai tukar bersumber dari Bank Indonesia, yaitu www.bi.go.id dan data ekspor produk halal bersumber data Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu www.bps.go.id.

Sampel penelitian yang digunakan berupa data berkala (*time series data*) dengan interval waktu bulanan periode Januari 2016 sampai Desember 2020. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Kriteria yang dipertimbangkan dalam menentukan sampel yang digunakan didasarkan pada alasan bahwa data tersebut merupakan data *ter-update* dan pemerintah telah menaruh perhatian khusus pada sektor produk halal Indonesia. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode *Auto-Regresive Distributed Lag Models (ARDL)*, yang dapat menganalisis keterkaitan antar variabel dalam jangka pendek dan jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Stasioneritas

Estimasi model ekonomi yang menggunakan data *time series* atau runtut waktu, langkah pertama yang wajib dilakukan yaitu menguji stasioneritas data dengan *unit root test* atau uji akar unit. Data yang stasioner adalah data yang mempunyai nilai varian yang konstan dan cenderung mendekati nilai rata-ratanya serta tidak mengalami perubahan yang sistematis sepanjang waktu atau tidak dipengaruhi oleh waktu. Dalam menguji akar-akar unit pada penelitian ini menggunakan uji *Augmented Dickey-Fuller (ADF)*.

Tabel 1. Hasil Uji Stasioneritas

Variabel	Uji Akar Unit			
	Level		1 st Difference	
	t-Statistic	Prob	t-Statistic	Prob
Ekspor Produk Halal	-4.069253	0.0022	-12.69805	0.0000
Inflasi	-1.148927	0.6905	-6.967782	0.0000
Nilai Tukar	-2.565834	0.1058	-8.784218	0.0000

Uji unit root dalam model ARDL tidak harus bersifat stasioner pada tingkatan yang sama (level atau *difference* yang sama). Berdasarkan pada Tabel 1., dapat diketahui bahwa hanya ekspor produk halal yang stasioner baik pada tingkat level maupun *first difference*. Sedangkan inflasi dan nilai tukar stasioner pada *first difference* atau tingkat pertama.

Uji Kointegrasi

Pengujian kointegrasi bertujuan untuk mengetahui kemungkinan terjadinya keseimbangan atau kestabilan jangka panjang antar variabel yang diamati, seperti yang diharapkan dalam teori ekonomi. Metode uji kointegrasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Bound Testing Cointegration*. Pada model ARDL, uji kointegrasi dapat dilihat dari *F-Statistic Value* yang dibandingkan dengan *Critical Value Bounds*. Apabila *F-Statistic Value* lebih kecil dari nilai *I1 Bound (upper bound)*, maka dinyatakan bahwa model tersebut tidak memiliki kointegrasi. Tetapi sebaliknya, apabila *F-Statistic Value* lebih besar dari nilai *I1 Bound (upper bound)*, maka dapat dinyatakan bahwa pada model terdapat kointegrasi.

Tabel 2. Hasil *Bound Testing Cointegration*

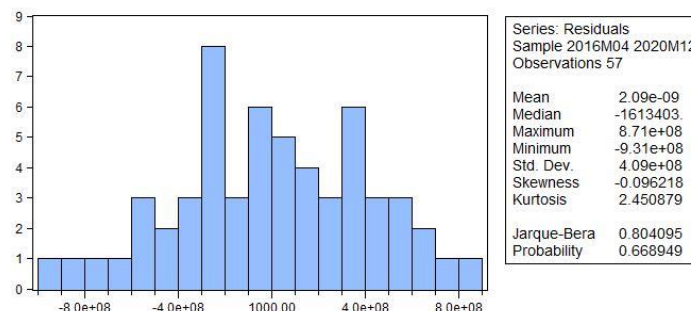
F-statistic Value		54.90906
Significance	I0 Bound (Lower Bound)	I1 Bound (Upper Bound)
10%	3.17	4.14
5%	3.79	4.85
2.5%	4.41	5.52
1%	5.15	6.36

Berdasarkan Tabel 2., diketahui bahwa dalam model ini *F-Statistic Value* lebih besar dari pada nilai kritis *I1 Bound (upper bound)*, yakni $54.90906 > 4.85$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat adanya kointegrasi atau hubungan jangka panjang antara variabel inflasi, nilai tukar dan ekspor produk halal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat dalam model apakah telah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan histogram residual dengan metode *Jarque-Bera*. Apabila nilai probabilitas lebih dari nilai signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal. Begitu juga sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari nilai signifikan $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa residual data tidak berdistribusi normal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas dengan Metode *Jarque-Bera*

Gambar 2. telah menerangkan bahwa *Probability Value* sebesar 0.668949. Nilai *Jarque-Bera Probability* yang lebih besar dari α ($0.668949 > 0.05$), maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan telah berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian residual atau tidak dalam model regresi. Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Breusch-Pagan-Godfrey*. Apabila nilai *Prob. Chi-Square* dari *Obs*R-Squared* dalam model regresi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.281151	Prob. F(5,51)	0.2865
Obs*R-squared	6.360479	Prob. Chi-Square(5)	0.2727
Scaled explained SS	3.693870	Prob. Chi-Square(5)	0.5943

Berdasarkan Tabel 3., diketahui bahwa *Prob. Chi-Square* dari *Obs*R-Squared* lebih besar dari α ($0.2727 > 0.05$). Hal ini dapat dinyatakan bahwa data dalam model regresi tidak terjadi kasus heteroskedastisitas sehingga asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model adalah dengan mengetahui nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance* dibawah 10 maka model regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai *tolerance* diatas 10 maka model regresi terdapat gejala multikolonearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
D(Y(-1))	0.013752	1.023222	1.019655
D(X1)	4.24E+16	1.066725	1.035688
D(X2)	2.01E+10	1.093815	1.092499
D(X2(-1))	1.97E+10	1.074914	1.073904
D(X2(-2))	2.00E+10	1.080721	1.079360
C	3.37E+15	1.044812	NA

Berdasarkan Tabel 4., dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel independen kurang dari 10. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data dalam

model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas, sehingga asumsi non multikolinearitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah ada indikasi terjadinya autokorelasi atau tidak. Pada penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test*. Apabila nilai *Prob. Chi-Square* dari *Obs*R-Squared* lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data tidak memiliki kasus autokorelasi pada model regresi tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai *Prob. Chi-Square* dari *Obs*R-Squared* lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data terdapat kasus autokorelasi dalam model regresi tersebut.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.645578	Prob. F(2,49)	0.5288
		Prob. Chi-	
Obs*R-squared	1.463397	Square(2)	0.4811

Berdasarkan Tabel 5., dapat diketahui bahwa nilai *Prob. Chi-Square* dari *Obs*R-Squared* lebih besar dari tingkat signifikan, yakni $0.4811 > 0.05$. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data dalam model regresi tidak terdapat kasus autokorelasi sehingga asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

e. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian linearitas menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Pada penelitian ini, uji linearitas menggunakan *Ramsey Reset Test*. Apabila *F-statistic* memiliki nilai *probability* lebih dari α , yaitu 0,05, maka variabel pada model tersebut bebas dari linearitas. Sebaliknya, apabila nilai *probability* pada *F-statistic* kurang dari α , yaitu 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat kasus linearitas dalam model regresi tersebut.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Ramsey RESET Test

Omitted Variables: Squares of fitted values

	Value	df	Probability
t-statistic	1.465361	50	0.1491
F-statistic	2.147283	(1, 50)	0.1491

Berdasarkan Tabel 6., dapat diketahui bahwa nilai *probability* dari *F-statistic* lebih besar dari tingkat signifikan, yakni $0.1491 > 0.05$. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data dalam model regresi tidak terdapat kasus linearitas, sehingga asumsi non linearitas telah terpenuhi.

Estimasi *Auto-Regressive Distributed Lag Models (ARDL)*

Adapun hasil hubungan jangka pendek dan jangka panjang berdasarkan model *Auto-Regressive Distributed Lag (ARDL)* dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Estimasi Hubungan Jangka Pendek Model ARDL

Variable	Coefficien			
	t	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
D(Y(-1))	-0.490682	0.117268	-4.184287	0.0001
D(X1)	1.17E+08	2.06E+08	0.568435	0.5722
D(X2)	31088.37	141718.5	0.219367	0.8272
D(X2(-1))	11557.92	140393.3	0.082325	0.9347
D(X2(-2))	-325810.3	141567.6	-2.301447	0.0255
C	59980095	58068248	1.032924	0.3065
Mean dependent				
R-squared	0.320594	var		35870425
Adjusted R-squared	0.253986	S.D. dependent var		4.97E+08
S.E. of regression	4.29E+08	Akaike info criterion		42.69065
Sum squared resid	9.38E+18	Schwarz criterion		42.90571
Log likelihood	-1210.684	Hannan-Quinn criter.		42.77423
F-statistic	4.813119	Durbin-Watson stat		2.092852
Prob(F-statistic)	0.001113			

Berdasarkan hasil estimasi hubungan jangka pendek model ARDL pada Tabel 7., dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas memiliki taraf koefisien dan nilai probabilitas yang berbeda-beda.

- Variabel independen inflasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) dengan nilai probabilitas lebih besar dari pada α , yaitu $0.5722 > 0.05$.
- Variabel independen nilai tukar (X2) pada periode lag dan lag-1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) dengan nilai probabilitas lebih besar dari pada α , yaitu $0.8272 > 0.05$ dan $0.9347 > 0.05$. Sedangkan pada lag-2, variabel independen nilai tukar (X2) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) dengan koefisien -325810.3 dan nilai probabilitas kurang dari α , yaitu $0.0255 < 0.05$. Artinya, performa nilai tukar yang baik akan memengaruhi secara negatif

dan signifikan terhadap ekspor produk halal. Ketika dalam jangka pendek, nilai tukar mengalami kenaikan terhadap mata uang asing atau apresiasi, maka akan menurunkan ekspor produk halal dengan asumsi variabel lain tetap, akan tetapi memerlukan jeda waktu (lag-2).

- c. Pada Tabel 7. dapat dilihat bahwa nilai *R-squared* sebesar 0.320594 atau 32,06% dan nilai *Prob(F-statistic)* kurang dari α , yaitu $0.001113 < 0.05$. Artinya, variabel independen inflasi (X1) dan nilai tukar (X2) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen ekspor produk halal sebesar 32,06%.

Tabel 8. Hasil Estimasi Hubungan Jangka Pendek Model ARDL

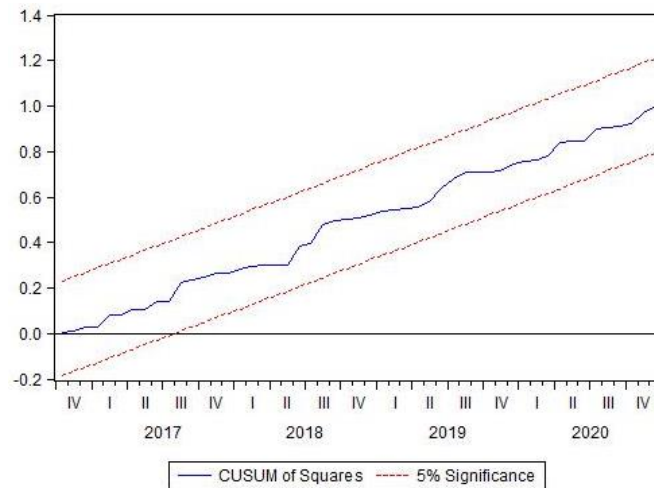
Variabl	e	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
			137674794.84592		
D(X1)	78533162.654810		2	0.570425	0.5709
D(X2)	-189956.039291	195710.481034	-0.970597	0.3363	
C	40236684.924107	38855741.122954	1.035540	0.3053	

Berdasarkan hasil estimasi hubungan jangka panjang model ARDL pada Tabel 8., dapat diketahui sebagai berikut:

- Variabel independen inflasi (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) dengan nilai probabilitas lebih besar dari α , yaitu $0.5709 > 0.05$.
- Variabel independen nilai tukar (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) dengan nilai probabilitas lebih besar dari α , yaitu $0.3363 > 0.05$.

Uji Stabilitas

Uji stabilitas berfungsi untuk mendeteksi bagaimana stabilitas parameter pada hubungan jangka panjang dan jangka pendek. Uji stabilitas pada penelitian ini, menggunakan CUSUM test, yakni berguna untuk menguji stabilitas koefisien dan memastikan apakah terdapat *structural break* dalam model atau tidak sebagai hasil dari analisis. Apabila nilai *komulatif recursive residual* terletak di dalam *band*, maka dapat dinyatakan bahwa parameter estimasi dalam periode penelitian stabil. Begitupun sebaliknya, apabila nilai *komulatif recursive residual* terletak di luar *band*, maka hal ini mengindikasikan bahwa parameter estimasi dalam periode penelitian tidak stabil.



Gambar 3. Hasil *Cusum Test*

Berdasarkan Gambar 3., diketahui bahwa garis biru dalam model tidak keluar dari batas garis merah, sehingga dapat dikatakan bahwa model ARDL telah stabil. Artinya, model ARDL tersebut telah dinyatakan lolos atau stabil dari *Cusum Test* dan seluruh variabel juga telah terverifikasi.

Pengaruh Inflasi terhadap Ekspor Produk Halal Indonesia

Hipotesis terkait pengaruh inflasi terhadap ekspor produk halal Indonesia adalah sebagai berikut:

H_{a1} : Inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

H_{01} : Inflasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel independen inflasi (X_1) terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) di Indonesia periode 2016-2020 diketahui bahwa nilai probabilitas variabel jangka pendek maupun jangka panjang lebih besar dari α , yaitu $0.5722 > 0.05$ dan $0.5709 > 0.05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, yang diartikan bahwa inflasi tidak berpengaruh terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020 baik jangka pendek maupun jangka panjang. Artinya inflasi yang mengalami naik turun tidak memengaruhi ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa A. G. Pioh, Robby J. Kumaat dan Dennij Mandej, yang menyatakan bahwa inflasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ekspor nonmigas di Sulawesi Utara periode 2011-2020. Sejalan dengan penelitian dari Lisa Rosalina dan Crisanty Sutristyaningtyas Titik yang menjelaskan bahwa inflasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ekspor di Indonesia pada periode tahun 2009-2020. Artinya, fluktuasi atau naik turunnya inflasi tidak memengaruhi kinerja ekspor.

Hasil dari penelitian ini tidak sesuai dengan teori dari Sadono Sukirno, yang menyatakan bahwa laju inflasi memengaruhi tingkat ekspor.¹² Hal ini diduga disebabkan karena produk halal merupakan kebutuhan primer bagi penduduk muslim. Sehingga berapa pun naik turunnya harga produk halal tersebut, tidak akan menyebabkan berkurangnya daya beli dari masyarakat. Penduduk muslim khususnya, akan selalu membutuhkan produk halal untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena tidak ada produk substitusi yang bisa menggantikannya.

2. Pengaruh nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia

Hipotesis terkait pengaruh nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia adalah sebagai berikut:

H_{a2} : Nilai tukar memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

H_{02} : Nilai tukar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel independen nilai tukar (X_2) terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) di Indonesia periode 2016-2020 diketahui bahwa dalam jangka pendek nilai koefisien -325810.3 dan nilai probabilitas kurang dari α , yaitu $0.0255 < 0.05$. Sedangkan dalam jangka panjang nilai probabilitas variabel lebih besar dari α , yaitu $0.3363 > 0.05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, yang diartikan bahwa dalam jangka pendek, nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020, sedangkan dalam jangka panjang nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020.

Sejalan dengan penelitian dari Lisa Rosalina dan Crisanty Sutristyaningtyas Titik yang menerangkan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor Indonesia tahun 2009-2020. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Resa Zelvia Nolla, Rahma Nurjanah, dan Candra Mustika yang menyatakan bahwa nilai kurs rupiah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor tembakau di Indonesia periode 2000-2018. Hal ini berarti bahwa ketika kurs rupiah terdepresiasi atau mengalami pelemahan maka ekspor tembakau di Indonesia akan meningkat.

Hasil dari penelitian ini telah sesuai dengan teori Mankiw, yang menjelaskan bahwa apresiasi atau depresiasi yang terjadi pada nilai tukar mata uang akan mengakibatkan perubahan terhadap ekspor suatu negara.¹³ Ketika harga barang domestik semakin tinggi dalam bentuk mata uang asing, maka akan semakin rendah permintaan asing akan barang domestik tersebut. Artinya ketika nilai tukar rupiah terhadap dollar AS mengalami penguatan atau apresiasi maka akan berdampak pada menurunnya ekspor produk halal Indonesia. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai

¹² Sukirno, *Makroekonomi Modern*, 109.

¹³ Mankiw, *Makroekonomi Terj. Fitria Liza Dan Imam Nurmawan*, 329.

tukar rupiah terhadap dollar AS mengalami depresiasi, maka ekspor produk halal mengalami peningkatan.

3. Pengaruh inflasi, dan nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia

Hipotesis terkait pengaruh inflasi dan nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia adalah sebagai berikut:

H_{a3} : Secara simultan, inflasi, dan nilai tukar memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

H_{03} : Secara simultan, inflasi, dan nilai tukar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020

Berdasarkan hasil pengolahan pengaruh variabel independen inflasi (X_1) dan nilai tukar (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen ekspor produk halal (Y) di Indonesia periode 2016-2020 diketahui bahwa nilai probabilitas (*F-statistic*) kurang dari α , yaitu $0.001113 < 0.05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa inflasi dan nilai tukar secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020. Artinya, kenaikan dan penurunan atau perubahan tingkat inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS memengaruhi ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020.

Secara keseluruhan, berdasarkan pengujian pengaruh inflasi dan nilai tukar terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020 dengan menggunakan model *AutoRegressive Distributed Lag* diperoleh hasil *R-squared* sebesar 0.320594. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel inflasi dan nilai tukar secara simultan memengaruhi dan memiliki kontribusi terhadap ekspor produk halal sebesar 32.06% selama periode penelitian 2016-2020, sedangkan 67.94 ditentukan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Sehingga dengan diterimanya hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum inflasi dan nilai tukar memiliki peranan cukup penting dalam meningkatkan ekspor produk halal Indonesia.

Temuan Empiris

Industri produk halal merupakan suatu arus perekonomian baru yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi global. Bahkan saat ini, industri produk halal menjadi salah satu pertumbuhan bisnis dan ekonomi terpesat di pasar dunia. Pasar halal tidak lagi terbatas pada sektor makanan dan minuman, melainkan telah diperluas cakupannya, mencakup kosmetik dan farmasi, alat kesehatan, perlengkapan mandi serta komponen sektor jasa seperti pemasaran, pengemasan, pembiayaan dan sebagainya. Hal ini yang kemudian membuat pemerintah harus bergerak cepat dengan langkah strategis untuk mengoptimalkan pembangunan industri produk halal Indonesia.

Potensi permintaan produk halal dunia akan semakin besar sejalan dengan makin tingginya kesadaran konsumen akan kebutuhan produk halal. Konsumen di seluruh dunia menjadi sadar akan pentingnya produk halal, yang bukan hanya sebagai tuntutan ketaatan dalam beragama, tetapi juga identik dengan produk yang mempunyai kualitas yang bagus dan baik serta memiliki dampak positif bagi kehidupan manusia dan lingkungan sekitar. Para pelaku industri di berbagai negara juga sering melakukan kampanye untuk menciptakan kesadaran terhadap produk dan layanan halal, sehingga secara tidak langsung menghasilkan kekuatan pasar halal.

Uniknya lagi, produk halal telah membuka batas industri dari konsumen muslim ke konsumen non muslim di dunia. Hal ini juga diterima baik oleh konsumen non muslim, dikarenakan produk yang dinyatakan kehalalannya, telah terjamin dalam unsur kesehatan, keselamatan, keamanan, dan kualitasnya. Bahkan bagi konsumen nonmuslim, produk halal ini telah menjadi pilihan gaya hidup, karena mengandung nilai-nilai sosial, seperti kepedulian terhadap bumi, kesejahteraan hewan, ramah lingkungan, tanggung jawab sosial, keadilan ekonomi dan sosial serta terintegrasinya nilai-nilai etika didalamnya. Tampaknya, negara-negara nonmuslim pun telah menyadari peluang dan potensi pertumbuhan pasar halal dan berupaya untuk memimpin sektor ini, seperti halnya Brasil, Amerika Serikat dan Australia.

Peluang dan potensi ekspor produk halal inilah yang harus disadari oleh semua *stakeholder* di Indonesia, mulai dari pemerintah, pembuat kebijakan, pengusaha, akademisi, industri korporasi, sampai pada tingkat konsumen. Dalam hal ini, pemerintah telah menetapkan regulasi untuk mendukung perkembangan produk halal, seperti pada Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Halal, Pasal 68 disebutkan bahwa beberapa produk wajib mempunyai sertifikat halal, yang terdiri atas barang dan jasa.¹⁴ Mulai dari makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan sampai pada penyembelihan, pengemasan dan pendistribusian.

Karena pada faktanya, produk halal ini dapat menjadi salah satu tumpuan dan tulang punggung Indonesia dalam perekonomian. Apalagi dengan latar belakang Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah masyarakat muslim terbesar, sepatutnya Indonesia dapat mengambil peran dan memimpin pasar produk halal global serta kemudian menjadi pusat produsen produk halal dunia. Otoritas kebijakan terkait dapat memberikan kontribusi dan kebijakan yang tepat, guna meningkatkan tingkat ekspor produk halal Indonesia. Selain itu, untuk mengembangkan dan mewujudkan Indonesia sebagai salah satu produsen dan eksportir utama produk halal di pangsa pasar dunia, pemerintah hendaknya melakukan strategi percepatan dengan mendorong potensi dan peluang sektor industri halal agar dapat tumbuh secara optimal. Karena sejatinya, Indonesia mempunyai sumber daya yang cukup mumpuni dan lembaga sertifikasi halal yang diakui. Sehingga Indonesia, bukan hanya dijadikan sebagai pangsa pasar produk halal, namun juga dapat mengambil peran dan kesempatan di pasar produk halal dunia.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu: (1) Inflasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020. (2) Nilai tukar dalam jangka pendek berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan dalam jangka panjang, nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020. (3) Secara simultan, inflasi dan nilai tukar memiliki

¹⁴ "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Halal," n.d., <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161941/pp-no-31-tahun-2019> diakses tanggal 23 Maret 2022 Pukul 18.30 WIB.

pengaruh signifikan terhadap ekspor produk halal Indonesia periode 2016-2020. Kontribusi yang diberikan oleh inflasi dan nilai tukar terhadap ekspor produk halal sebesar 32.06% selama periode penelitian 2016-2020, sedangkan 67.94% ditentukan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

REFERENSI

- A. G. Pioh, Melisa, and dkk. "Pengaruh PDB Amerika Serikat, Kurs Dan Inflasi Terhadap Ekspor Non Migas Di Sulawesi Utara Periode 2001-2020." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Manado: Universitas Sam Ratulangi. Volume 21 Nomor 04 (Oktober 2021).
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Teori Makroekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2008.
- Karim, Adiwarmanto A. *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Mankiw, N. Gregory. *Makroekonomi Terj. Fitria Liza Dan Imam Nurmawan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Murni, Asfia. *Ekonomika Makro*. Bandung: Refika Aditama, 2016.
- Rosalina, Lisa, and Crisanty Sutristyaningtyas Titik. "Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Ekspor Indonesia Tahun 2009-2020." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Madura: Universitas Trunojoyo. Volume 2 Nomor 2 (November 2021).
- State of the Global Islamic Economy Report, Driving the Islamic Economy Revolution 4.0., February 2022. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>.
- State of the Global Islamic Economy Report, Thriving in Uncertainty, February 2022. <https://cdnhttps://www.salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE20-21>.
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi Modern*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Zelvia Nolla, Resa, and dkk. "Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs Dan Produksi Terhadap Ekspor Tembakau Di Indonesia." *Jurnal Perdagangan Industri*, Jambi: Universitas Jambi. Volume 8 Nomor 2 (Mei-Agustus 2020).
- "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Halal," n.d. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161941/pp-no-31-tahun-2019> diakses tanggal 23 Maret 2022 Pukul 18.30 WIB.