

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perdagangan internasional atau sering disebut perdagangan dunia merupakan perdagangan yang dilakukan penduduk atau pemerintah antar negara yang diwujudkan adanya proses pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Setiawan dan Lestari (2011). Perdagangan internasional adalah salah satu jenis perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Perdagangan internasional disebut perdagangan dunia karena interaksi perdagangannya berasal dari berbagai belahan dunia (Purba, 2021).

Suatu negara terlibat dalam perdagangan internasional dikarenakan yang pertama penduduk di suatu negara dapat mengonsumsi produk yang tidak dihasilkan atau diproduksi negaranya. Kedua perdagangan internasional timbul karena suatu perbedaan preferensi negara-negara terhadap barang dan jasa tertentu. Ketiga perdagangan internasional timbul karena adanya perbedaan kemampuan teknologi atau kekayaan factor produksi lainnya. Akibatnya bagi suatu negara yang memiliki kemampuan teknologi atau kekayaan factor produksi yang lebih banyak atau lebih baik dari negara lain dapat menghasilkan suatu produk yang negara lain tidak dapat produksi. Keempat perdagangan internasional timbul karena adanya keuntungan dalam skala ekonomis, kelima perdagangan internasional timbul karena dampak penerapan sebuah kebijakan perdagangan dari suatu negara terutama kebijakan yang menyebabkan suatu produk luar negeri lebih mudah masuk ke dalam negeri dan yang terakhir karena terjadinya excess supply (kelebihan pasokan) di dalam negeri, sehingga kelebihan ini harus diekspor ke luar negeri (Purba, 2021).

Perdagangan internasional terbagi menjadi dua yaitu impor dan ekspor. Impor adalah kegiatan membeli barang atau jasa dari luar negeri ke dalam negeri. Ekspor menurut keputusan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Nomor

182/MPP/KEP//4/1998 tentang ketentuan umum dibidang ekspor. Menjelaskan bahwa ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang dan jasa dari daerah kepabeanan negara wilayah Republik Indonesia yang meliputi darat, air dan udara serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang didalamnya berlaku Undang-Undang No.10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan. Dengan melakukan perdagangan ekspor impor, negara-negara maju akan memperoleh bahan baku ataupun bahan mentah yang diperlukan oleh industri di negaranya. Kemudian mereka akan menjual hasil produksinya ke negara-negara berkembang sehingga negar berkembang bisa mengekspor hasil produksi dalam negeri dan memperoleh devisa (Wahono, 2018).

Perdagangan internasional khususnya ekspor mempunyai peranan yang sangat penting sebagai penggerak perekonomian negara. Ekspor suatu negara akan menghasilkan devisa dan akan digunakan untuk membiayai impor dan pembangunan sektor-sektor lainnya dalam perekonomian. Secara teoritis pembangunan sektor-sektor dalam perekonimian dapat meningkatkan output atau produksi, meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan kesempatan kerja, peningkatan kesempatan masyarakat sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat. UMKM merupakan penyumbang lapangan pekerjaan terbesar di Indonesia sehingga Kementrian Perdagangan mensupport UMKM untuk dapat mengakses pasar ekspor (Wahono, 2018).

Kementrian Perdagangan memberikan dukungan penuh kepada para UMKM yang berorientasi mengekspor barang ataupun produk olahan mereka dan juga melatih kemampuan mereka dalam ekspor melalui program khusus untuk mendorong UMKM yaitu PPEI (Pusat Pengembangan Ekspor Indonesia). Program ini bertujuan untuk melatih skill agar UMKM dapat mengerti teknis ekspor sampai mereka dapat melakukan ekspor. Ekspor sangat penting terutama sebagai pemulihan ekonomi nasional sehingga perlu mendorong dan membangkitkan semangat UMKM dalam meningkatkan kualitas produk sehingga dapat mengekspornya ke luar negeri (Alexander, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan garis terdepan di dalam pembangunan ekonomi. UMKM dikelola secara perorangan dan badan usaha tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Dalam struktur perekonomian Indonesia UMKM merupakan salah satu kegiatan rakyat yang produktif yang keberadaannya mendominasi lebih dari 99% dalam struktur perekonomian nasional dan mampu bertahan di masa krisis ekonomi yang keberadaannya dapat menyediakan lapangan kerja, mengatasi masalah pengangguran, mengurangi kemiskinan dan pemerataan distribusi pendapatan melalui kegiatan ekspor impor (Arbanu, 2020).

Sektor UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, penyedia lapangan kerja sehingga dapat meningkatkan daya serap tenaga kerja, pencipta pasar baru, meningkatkan pemerataan hasil pembangunan serta berkontribusi terhadap PDB dan neraca pembayaran. Keberadaan UMKM juga merupakan sumber devisa ekspor non-migas Indonesia. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Kecil, Mikro dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan ekonomi masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Apriwiyanti, 2019).

Peran UMKM telah teraktualisasi pada masa krisis ekonomi sampai saat ini, keberadaannya sebagai motor penggerak utama ekonomi Indonesia. Terutama ketika krisis kegiatan investasi dan pengeluaran pemerintah sangat terbatas, maka pada saat itu peran UMKM sebagai bentuk ekonomi rakyat sangat besar. Selain itu Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik negara. Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro ataupun usaha kecil. Peningkatan UMKM di Indonesia dari Tahun 2019-2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2019-2021

Skala Usaha	Tahun		
	2019	2020	2021
Mikro	283.518	247.142	389.871
Kecil	343.245	352.923	459.541
Menengah	480.477	488.268	371.603

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah unit UMKM di Indonesia semakin bertambah banyak setiap tahunnya. Skala usaha mikro dari tahun 2020-2021 mengalami peningkatan dari 247.142 menjadi 389.871. Selain itu skala usaha kecil juga meningkat dari 352.923 menjadi 459.541 dan skala usaha menengah meningkat pada tahun 2019-2020 dari 480.477 unit menjadi 488.268 unit UMKM namun di Tahun 2022 jumlah UMKM menjadi turun sehingga totalnya menjadi 371.603 unit. Menurut Bank Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam struktur perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia dipengaruhi oleh perdagangan internasional melalui kegiatan ekspor dan impor.

Salah satu UMKM yang ada di Lampung yang melakukan kegiatan ekspor adalah CV Panda Alami. CV Panda Alami merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi keripik pisang yang sudah berdiri sejak tahun 1998. CV Panda Alami beralamat di Jl. Suka Damai, Dusun Cidadi Timur, Desa Cipadang, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Skala usaha CV Panda Alami tergolong ke dalam skala usaha kecil yang mempunyai kekayaan bersih Rp50.000.000 sampai dengan Rp500.000.000 dan hasil penjualan tahunan yang didapatkan sebesar Rp300.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.000. Pada awalnya CV Panda Alami hanya memproduksi keripik pisang, namun seiring berjalannya waktu CV Panda Alami melakukan pengembangan produk olahan keripik buah

lainnya seperti keripik nenas, keripik nangka, keripik kulit patin, keripik pepaya dan stik kentang dengan menggunakan pengolahan modern *Vacuum fried*.

CV Panda Alami adalah salah satu dari 30 peserta *Export Coaching Program* (ECP) dari Balai Besar Pendidikan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) bekerja sama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan Provinsi Lampung. Tiga puluh peserta *Export Coaching Program* (ECP) telah diseleksi dan diferivikasi secara ketat melalui beberapa tahapan sehingga hanya beberapa UMKM yang terpilih untuk melakukan kegiatan ekspor. ECP merupakan program pendampingan gratis bagi UMKM yang ingin menembus pasar ekspor. CV Panda Alami telah melakukan ekspor keripik tempe (*tempeh chips*) makanan tradisional khas Indonesia ke Korea Selatan sebanyak 3 kali. Data ekspor keripik tempe CV Panda Alami ke Korea Selatan Tahun 2021-2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah ekspor keripik tempe Tahun 2021-2022 ke Korea Selatan

Bulan	Tahun	Volume Ekspor
Sepember	2021	1.600 pcs
Januari	2022	3.000 pcs
April	2022	6.400 pcs

Sumber: CV Panda Alami, 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa CV Panda Alami sudah melakukan kegiatan ekspor keripik tempe ke Korea Selatan sebanyak 3 kali. CV Panda Alami berhasil melakukan ekspor perdana produk keripik tempe makanan tradisional khas Indonesia ke Korea Selatan dengan jumlah 1.600 pcs pada bulan September 2021. Ekspor kedua di bulan Januari Tahun 2022 sebanyak 3.000 pcs dan ekspor ketiga di bulan April 2022 sebanyak 6.400 pcs. Dari ketiga data tersebut terlihat bahwa terjadi peningkatan permintaan keripik tempe setiap kali pengorderan oleh Korea Selatan ke CV Panda Alami hal ini menunjukkan bahwa keripik tempe diminati oleh penduduk Korea Selatan.

Korea Selatan memasarkan keripik tempe hasil ekspor CV Panda Alami kepada warga negara Korea Selatan dan pasar produk Indonesia juga ditujukan kepada warga Negara Indonesia yang tinggal disana, baik yang berprofesi sebagai

mahasiswa dan juga tenaga kerja. Pada Tahun 2021 CV Panda Alami membuat kebijakan minimal pengiriman ekspor keripik ke negara asing adalah 1.000 pcs (bebas memilih jenis varian keripik). Harga jual keripik tempe di pasar lokal adalah Rp18.000 sedangkan harga ekspor keripik tempe adalah Rp15.500.

Ekspor sangat bermanfaat bagi pengusaha jika dilihat dari segi ekonominya. Pertama membantu mengembangkan pasar produk sehingga jangkauan pasar bukan hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Kedua mengurangi risiko penurunan omset sehingga keuntungan akan semakin besar. Jika produk disebar ke beberapa wilayah dan beberapa negara maka akan menghindari kerugian pada satu wilayah. Ketiga peningkatan kualitas produk dan layanan, saat mengekspor barang maka UMKM akan semakin semangat berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk serta layanan baik dalam negeri maupun luar negeri. Keempat membuat pertumbuhan bisnis lebih cepat dan penjualannya akan semakin meningkat dan kegiatan ekspor akan membuka peluang pasar baru di luar negeri. Peluang tersebut akan menumbuhkan perluasan pasar domestik. Sedangkan manfaat dari segi non ekonominya adalah pengalaman dan pemahaman tentang dunia ekspor.

Faktor yang mempengaruhi permintaan volume ekspor keripik tempe adalah kualitas produk. Analisis pendapatan keripik tempe diperlukan untuk mengetahui sejauh mana efisiensi usaha tersebut dilakukan, lebih menguntungkan penjualan eksternal atau penjualan internal atau malah merugikan. Dengan analisis pendapatan ini dapat dievaluasi target-target yang telah dicapai sehingga kedepannya dapat dibuat perencanaan supaya produk-produk CV Panda Alami yang lain meningkat jumlahnya dalam ekspor sehingga akan memperluas pasar.

Analisis ini juga sebagai landasan pemilik usaha untuk mengambil keputusan berkenaan dengan kegiatan atau keberlanjutan perusahaannya agar dapat lebih mengoptimalkan hasil produksinya untuk meningkatkan omset dan keuntungan serta nilai tambah dari hasil pengolahan keripik tempe. Selain itu dapat memicu UMKM lainnya agar dapat menembus pasar ekspor dan membantu program pemerintah untuk mengangkat UMKM agar terus berkembang dan menyokong ekonomi negara terutama meningkatkan keuntungan usaha.

Minimnya UMKM yang melakukan kegiatan ekspor disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya legalitas, akses pembiayaan kepada lembaga keuangan dan perbankan nasional, kurangnya pendampingan UMKM dan rendahnya standarisasi produk. Faktor-faktor tersebut menjadi penghambat UMKM melakukan kegiatan ekspor. Dari sekian banyak UMKM di Lampung, CV Panda Alami adalah salah satu UMKM yang melakukan kegiatan ekspor. Jumlah UMKM yang bisa ekspor hanya ada 6 UMKM se-Lampung, oleh karena ini CV Panda Alami sebagai *icon* yang dapat memicu UMKM lainnya untuk bisa melakukan kegiatan ekspor, meningkatkan tata kelola perusahaan dan menembus pasar global.

Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, maka penulis memutuskan untuk mengambil judul “Tingkat Pendapatan dan Keuntungan Ekspor Keripik Tempe CV Panda Alami ke Korea Selatan”.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan laporan Tugas Akhir (TA) ini adalah:

1. Menjelaskan proses ekspor keripik tempe di CV Panda Alami.
2. Menganalisis penerimaan dan keuntungan ekspor keripik tempe CV Panda Alami ke Korea Selatan.

1.3 Kerangka Pemikiran

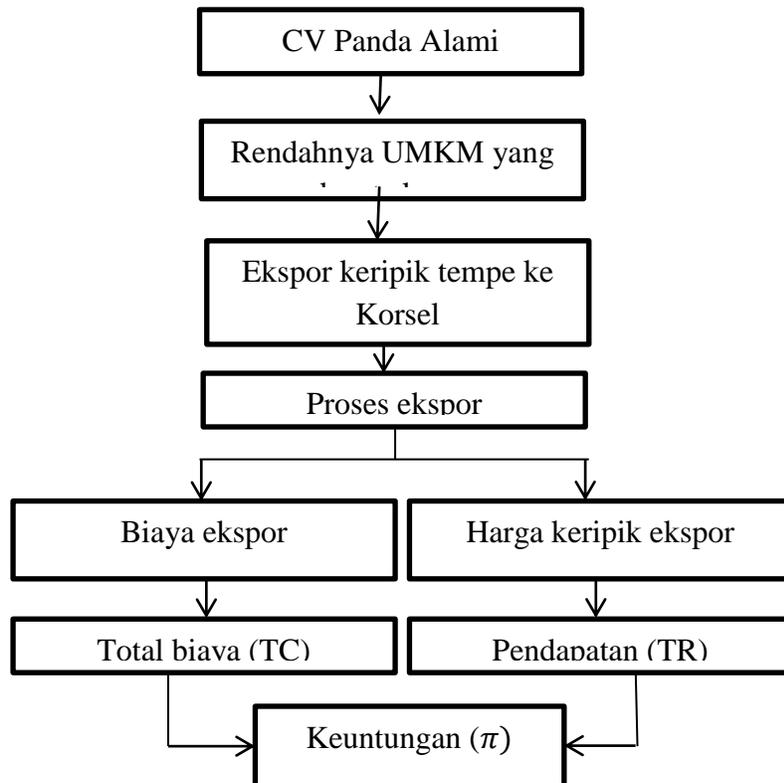
CV Panda Alami di Desa Cipadang Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan keripik buah diantaranya adalah keripik pisang muli, keripik nangka, keripik nenas, keripik papaya, keripik tempe, keripik kulit ikan patin dan keripik stik kentang. Perdagangan internasional melalui ekspor antara CV Panda Alami dengan negara asing disebabkan oleh independensi kebutuhan. Dengan adanya perdagangan ekspor oleh CV Panda Alami menjadikan pengembangan dalam menciptakan tenaga kerja langsung maupun tidak langsung.

Namun kondisi yang terjadi di lapangan banyak UMKM di Indonesia khususnya UMKM yang bergerak dalam pengolahan makanan yang berangsur-angsur

mengalami penurunan dari segi kualitas produk maupun jumlah usahanya. Kenyataan ini tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berusaha mengangkat UMKM Indonesia agar terus berkembang agar terus menyokong ekonomi negara. Sulitnya daya saing dalam hal harga jual produk yang membuat minat masyarakat terhadap produk menurun.

Hal ini akan berdampak pada kinerja penjualan yang dijalankan. Sebab kinerja penjualan yang baik mampu membuat UMKM bertahan dalam kondisi pasar yang bergerak dengan cepat. Sehingga untuk bisa mempertahankan kinerja penjualan produk diperlukan kualitas produk yang baik. Oleh karena itu CV Panda Alami sebagai salah satu UMKM yang ada di Provinsi Lampung yang mempunyai kualitas produk yang baik sehingga mampu menembus pasar ekspor yang akan menggerakkan UMKM lainnya menembus pasar ekspor (Demak dkk, 2020).

Selain melakukan perdagangan ekspor perlu di analisis pendapatan dan keuntungan yang didapatkan oleh CV Panda Alami dalam mengeksport keripik tempe ke Korea Selatan. Apakah kegiatan ekspor keripik tersebut menguntungkan bagi pemilik usaha atau sebaliknya. Kerangka pemikiran laporan ini dapat dilihat pada Gambar 2.



1.4 Kontribusi

Penulisan laporan Tugas Akhir (TA) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat untuk menambah wawasan :

1. Bagi Politeknik Negeri Lampung, sebagai sumber referensi atau *literature* dalam penyusunan TA.
2. Bagi CV Panda Alami, sebagai bahan pengetahuan tentang perdagangan internasional keripik tempe.
3. Bagi pembaca, dapat membantu dan menambah wawasan tentang perdagangan ekspor.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan didefinisikan sebagai pertukaran barang dan jasa yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Sedangkan perdagangan internasional didefinisikan sebagai transaksi bisnis atau pertukaran barang dan jasa antara dua atau lebih negara di pasar dunia. Transaksi bisnis itu contohnya ekspor produk dari satu negara ke negara lain, investasi pembangunan pabrik di negara asing, pembalian bahan baku dari luar negeri, memproduksi salah satu bagian produk di luar negeri dan merakitnya di dalam negeri dan peminjaman dana dari bank di suatu negara untuk membiayai operasi bisnis di negara lain.

Feriyanto (2015) menjelaskan bahwa perdagangan ekspor merupakan kegiatan perekonomian dan perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas kesepakatan bersama. Istilah perdagangan internasional sama dengan perdagangan ekspor-impor. Ekspor yang kegiatan transaksi penjualannya dari dalam negeri ke luar negeri. Sedangkan impor adalah transaksi penjualan dari luar negeri ke dalam negeri.

2.1.1 Pentingnya Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional memberikan manfaat dan arti yang sangat penting bagi negara yang berkembang. Kegiatan tersebut memberikan arti dalam hal melakukan pembangunan di beberapa sektor, mengembangkan pengetahuan dan menambah pengalaman yang memungkinkan pembangunan serta memberikan sarana untuk melaksanakannya. Menurut Haberled dalam untuk pembangunan di negara yang kurang berkembang, perdagangan internasional dapat memberikan kontribusi/sumbangan diharapkan sumbangan tersebut dapat memperbaiki penyimpangan yang tidak mendasar atau marginal adalah kebijaksanaan yang terbaik dilihat dari sudut pembangunan ekonomi.

Ketergantungan suatu negara terhadap perdagangan internasional yaitu sebagai mesin penggerak perekonomian suatu negara memberikan pengaruh yang cukup besar dalam perekonomian. Menurut Salvatore dalam (Safitriani, 2014) perdagangan internasional merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang aktivitas tersebut meliputi aliran modal, baik yang sifatnya masuk maupun keluar, dari suatu negara ketika terjadi aktivitas perdagangan internasional berupa kegiatan ekspor dan impor maka besar kemungkinan terjadi perpindahan faktor-faktor produksi dari negara eksportir yang disebabkan oleh perbedaan biaya dalam proses perdagangan internasional. Manfaat lain dari perdagangan internasional tersebut akan meningkatkan kesejahteraan yang lebih besar serta mampu mengefisienkan perekonomian (Fakhrudin, 2008).

2.1.2 Hambatan Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional yang dilakukan sering mendapat hambatan, baik hambatan dari dalam negara maupun dari luar negeri. Dalam pengertian luas bentuk hambatan berupa tindakan (measures) yang memberikan pengaruhnya serta mampu membatasi aliran produk secara bebas. Dalam praktek perdagangan internasional, hambatan perdagangan dibagi menjadi hambatan tariff dan hambatan non tariff (Setiawan dan Sugiarti.2016). Kebijakan ekonomi yang ditetapkan oleh suatu negara dapat menjadi hambatan yang paling utama dihadapi dalam perdagangan internasional. Berikut beberapa kajian hambatan perdagangan internasional (Tanjung, 2011):

1. Pembatasan jumlah impor
2. Pungutan biaya impor dan ekspor yang tinggi
3. Perizinan yang berbelit-belit
4. Keamanan negara importer

Keamanan negara importir yang artinya semakin aman keadaan negara, semakin mendorong para pedagang untuk melakukan perdagangan internasional ke negara tersebut. Kurs sebagai salah satu ukuran nilai perdagangan antarnegara menjadi pemicu aliran perdagangan. Kurs mata uang asing yang tidak menentu (tidak

stabil) membuat para eksportir maupun importir mengalami kesulitan dalam menentukan harga dan beli barang. Kesulitan ini akan memberikan dampak pada harga penawaran maupun permintaan dalam perdagangan. Kondisi ini memberikan pengaruh kepada pedagang internasional menjadi enggan untuk melakukan aktifitas ekspor dan impor (Ekananda, 2014).

2.1.3 Faktor Penyebab Terjadinya Perdagangan Internasional

Faktor penyebab perdagangan internasional menurut Setiawan dan Lestari (2011) adalah sebagai berikut:

1. Revolusi informasi dan transportasi

Ditandai dengan berkembangnya era reformasi teknologi, pemakaian sistem berbasis komputer serta kemajuan dalam bidang informasi, penggunaan satelit serta digitalisasi pemrosesan data berkembangnya peralatan komunikasi serta masih banyak lain.

2. Interpendensi kebutuhan

Masing-masing negara memiliki keunggulan serta kelebihan di masing-masing aspek, bisa ditinjau dari sumber daya alam, manusia serta teknologi. Semuanya itu akan berdampak pada ketergantungan antar negara yang satu dengan yang lainnya.

3. Liberalisasi ekonomi

Kebebasan dalam melakukan transaksi serta melakukan kerja sama memiliki implikasi bahwa masing-masing negara akan mencari peluang dengan berinteraksi melalui perdagangan antar negara.

4. Asas keunggulan komparatif

Keunikan suatu negara tercermin dari apa yang dimiliki oleh negara tersebut yang tidak dimiliki oleh negara lain. Hal ini akan membuat negara memiliki keunggulan yang dapat diandalkan sebagai sumber pendapatan bagi negara tersebut.

5. Kebutuhan devisa

Perdagangan internasional juga dipengaruhi oleh factor kebutuhan akan devisa suatu negara dalam memenuhi segala kebutuhannya setiap negara harus memiliki cadangan devisa yang digunakan dalam menggunakan pembangunan, salah satu sumber devisa adalah pemasukan dari perdagangan internasional.

1.2 Ekspor

Ekspor adalah kegiatan membawa barang keluar dari Indonesia dengan tujuan komersil (diperdagangkan). Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 13/2-12 mengenai “Ketentuan Umum di Bidang Ekspor” dikatakan bahwa “ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean”. Daerah pabean dalam peraturan tersebut merupakan negara Republik Indonesia yang meliputi darat, perairan, ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang di dalamnya berlaku undang-undang mengenai kepabeanan.

Kemampuan ekspor suatu negara memiliki pengaruh yang positif terhadap perekonomian suatu negara, termasuk juga perusahaan yang melakukannya. Negara yang melakukan ekspor salah satunya adalah Indonesia Pelaksanaan kegiatan ekspor barang di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1995 yang telah diperbaharui menjadi Undang-Undang No.17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan. Ekspor dilakukan atas kesepakatan bersama untuk melakukan kegiatan jual beli barang oleh penduduk dapat berupa perorangan, perusahaan, pemerintahan serta institusi lainnya yang secara umum diperkenankan untuk melakukan kegiatan perdagangan di dalam negeri atau dalam kawasan pabean dengan tujuan memperoleh keuntungan dengan mengikuti semua peraturan yang berlaku di kedua negara. Kegiatan ekspor terbagi menjadi 2 diantaranya:

1. Ekspor langsung

Ekspor langsung adalah cara menjual barang atau jasa melalui perantara eksportir yang bertempat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Penjualan dilakukan melalui distributor dan perwakilan penjualan perusahaan.

2. Ekspor tidak langsung

Ekspor tidak langsung adalah menjual barang melalui perantara/eksportir negara asal kemudian dijual oleh perantara tersebut. Melalui perusahaan manajemen ekspor (*export management companies*) dan perusahaan pengekspor (*export trading companies*).

Ekspor Indonesia terdiri dari berbagai macam barang atau komoditas yang tertuju ke berbagai negara. Salah satu komoditas Indonesia yang diekspor adalah keripik hasil produk dari cv panda Alami. CV Panda Alami telah melakukan kegiatan ekspor baik secara langsung dan secara tidak langsung. Kegiatan ekspor keripik secara langsung dilakukan oleh CV Panda Alami terhadap Korea Selatan dan Amerika. Keuntungan kegiatan ekspor langsung adalah produksi barang terpusat di negara asal dan kontrol terhadap distribusi lebih baik. Kelemahannya, biaya transportasi lebih tinggi untuk produk dalam skala besar dan adanya hambatan perdagangan serta proteksionisme. Sedangkan kegiatan ekspor keripik secara tidak langsung dilakukan oleh CV Panda Alami dengan Inggris dan Malaysia. Keuntungan kegiatan ekspor secara tidak langsung adalah sumber daya produksi terkonsentrasi dan tidak perlu menangani ekspor secara langsung. Kelemahannya, kontrol terhadap distribusi kurang dan pengetahuan terhadap operasi di negara lain kurang.

2.2.1. Tahapan Ekspor

Untuk melakukan kegiatan ekspor, perlu diperhatikan tahapan ekspor barang ataupun jasa diantaranya:

1. Eksportir melakukan korespondensi dengan importir diluar negeri.
2. Pembuatan kontrak dagang setelah importir setuju dengan semua kondisi yang ditawarkan oleh eksportir.
3. Penerbitan Letter of Credit (L/C) dilakukan oleh importir melalui bank koresponden di negaranya dan mengirimkan L/C tersebut ke bank devisa yang ditunjuk eksportir di Indonesia.
4. Eksportir mempersiapkan produk yang dipesan importir setelah menerima L/C.

5. Mendaftarkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) ke bank devisa dengan melampirkan keterangan sanggup membayar apabila barang eksportnya terkena pajak ekspor.
6. Eksportir memesan ruang kapal ke Perusahaan Pelayaran Samudera atau perusahaan penerbangan.
7. Eksportir mengirimkan barang ke pelabuhan melalui perusahaan jasa pengiriman barang.
8. Pemeriksaan bea cukai oleh pihak bea cukai terhadap produk yang akan dikirim beserta dokumennya. Setelah selesai bea cukai menandatangani pernyataan persetujuan muat yang ada pada PEB.
9. Produk diangkat ke kapal setelah PEB ditandatangani oleh pihak bea cukai. Selanjutnya pihak pelayaran akan memberikan Bill of Lading (B/L) kepada pihak eksportir.
10. Eksportir menyerahkan Bill of Lading kepada bank untuk mendapatkan pembayaran. Paying bank kemudian menyerahkan Bill of Lading kepada carrier untuk ditukarkan dengan barang yang dikirim oleh eksportir.
11. Surat Keterangan Asal Barang/COO disertakan pada barang ekspor Indonesia. Surat tersebut bisa diperoleh dari Kanwil Depperindag.
12. Pengiriman barang ke importir.

2.2.2 Dokumen Ekspor

Dokumen yang terdapat dalam kegiatan ekspor yang dikeluarkan oleh pengusaha, perbankan, pelayaran dan instansi mempunyai arti dan peranan penting. Saat pelaksanaan kegiatan ekspor, harus ada dokumen-dokumen yang di buat dari eksportir ataupun dari pihak-pihak lain, penggunaan dokumen-dokumen ekspor tergantung dari jenis produk atau barang yang diekspor serta peraturan perdagangan yang berlaku di masing-masing negara mitra dagang. Adapun dokumen yang diperlukan dalam proses ekspor adalah sebagai berikut:

- a. Surat Kuasa

Surat kuasa adalah surat yang diterbitkan oleh eksportir yang isinya memberi kuasa kepada EMKL untuk mengurus dan menyelesaikan dokumen ekspor di pelabuhan dimana barang tersebut dimuat. . EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut) merupakan pengangkut barang (cargo) yang bergerak dalam bidang jasa logistik yang bertugas mengangkut barang dari tempat eksportir dan importir kepelabuhan laut atau sebaliknya. Perusahaan EMKL di Indonesia umumnya menggunakan moda transportasi truk atau kereta api.

Tugas EMKL/ PPJK adalah mengurus proses customs clearance/jasa kepabeanan di pelabuhan bandara. EMKL menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia terutama para distributor yang sering mengirimkan barang dalam jumlah besar. pertimbangannya dengan menggunakan cargo laut maka dari segi biaya dapat ditekan. Dengan demikian selain kebebasan mengirim dalam jumlah dan dimensi tak terbatas, biaya yang dikeluarkan jauh lebih murah.

b. *Shipping Instruction (SI)*

Shipping Instruction (SI) adalah surat perintah atau dokumen yang dibuat eksportir atau ditujukan kepada perusahaan pelayaran melalui angkutan laut/udara yang dibuat oleh Shipper , yang berisi booking ruang kapal (*booking space*) atau perintah pengapalan. Shipping instruction dibuat oleh shipper untuk memesan ruang kapal dan container serta memuat data-data sebagai dasar pembuatan bill of lading. Shipper adalah pemilik barang ekspor -import dan shipper instruction di buat juga oleh perusahaan jasa import.

Data isian shipping instruction harus sama dengan isian data dari packing list dan invoice barang yang akan di ekspor tau brang yang akan di impor oleh eksportir atau importir barang maupun perusahaan jasa shipping freight forwarder ke shipping carrier atau ke perusa haan air line cargo dengan data yang sesuai dengan packing list cargo export/import karena akan berpengaruh ke dalam hitungan manifest kargo perusahaan pelayaran atau perusahaan penerbangan air freight cargo carrier.

c. *Invoice*

Sebagai suatu pernyataan atau konfirmasi, bahwa penjual sudah terikat dengan apa yang telah disetujui dengan syarat-syarat di dalamnya. *Proforma invoice* sifatnya

tidak tetap, baik untuk jumlah maupun harga barang, dan dapat berubah sesuai dengan keadaan atau peristiwa yang terjadi (Ali Purwito, 2015). Invoice dalam ekspor ada 3 jenis yaitu:

- Proforma Invoice

Suatu penawaran dari eksportir kepada importir yang potensial. Jadi ini dibuat untuk menempatkan pesanan yang sering mendapatkan permintaan dari importir sehingga eksportir bisa mendapatkan izin impor dari negara tujuan. Faktur ini biasanya menyatakan syarat-syarat jual beli dan harga barang. Setelah importir menyetujui pesanan tersebut, maka akan ada kontrak antara eksportir dan importir sesuai yang ditetapkan pada Proforma Invoice.

- Commercial Invoice

Surat permintaan pembayaran kepada importir ketika eksportir selesai menyiapkan atau memproduksi barang pesanan. Nama dan alamatnya harus sesuai dengan yang tercantum pada Letter of Credit (L/C). Lalu, invoice yang asli diberikan kepada bank sebagai bukti pembayaran untuk diteruskan kepada importir.

- Consular Invoice

Faktur yang dikeluarkan oleh kedutaan atau konsulat. Ini bertujuan untuk memeriksa harga jual dibandingkan dengan harga pasar yang berlaku sehingga memastikan tidak terjadi dumping. Invoice ini ditandatangani oleh konsulat negara importir. Bisa juga ini dibuat dan ditandatangani oleh konsulat negara sahabat dari negara importir.

d. *Packing List*

Packing list adalah merupakan dokumen *packing* atau kemasan yang menunjukkan jumlah, jenis serta berat dari barang ekspor atau impor. Juga merupakan penjelasan dari uraian barang yang disebut didalam *commercial invoice* (Ali Purwito, 2015). *Packing list* oleh eksportir atau perusahaan yang melakukan pengemasan langsung terhadap barang tersebut. Fungsi *Packing List* adalah untuk memudahkan mengetahui isi barang dalam kontainer apabila ada pemeriksaan. Dokumen ini hampir mirip dengan 'surat jalan' yang dipakai ketika

melakukan pengiriman barang di dalam Indonesia. Di Packing List dimuat setidaknya memuat informasi-informasi berikut: nama barang, nomor dan tanggal packing list, jumlah kemasan, dalam satuan seperti pack, pieces, ikat, kaleng, karton, karung, berat bersih, berat kotor.

e. *Delivery Order (D.O)*

Delivery order adalah dokumen yang dimiliki oleh penerima, pengirim atau pemilik dari perusahaan sarana pengangkut yang berisi perintah untuk menyerahkan barang-barang yang diangkut kepada pihak lain atau yang tertera dalam dokumen tersebut (Ali Purwito, 2015). *Delivery order* adalah berkas yang di dalamnya berisi kesepakatan antar pihak pengirim sebagai penjual dan pihak penerima sebagai pembeli. *Delivery Order* adalah dokumen wajib yang dikirim oleh pihak pemilik barang atau penjual kepada pembeli. Dalam beberapa kasus, pihak penjual juga menyertakan pihak ketiga (jasa ekspedisi) untuk mengirimkan barangnya.

f. *Certifikat of Origin (COO)*

Surat Keterangan Asal (SKA) atau *Certificate of Origin (COO)* merupakan pernyataan yang di tandatangani oleh pejabat yang berwenang dengan pernyataan bahwa barang yang dikirim merupakan produksi negara pengekspor (Ali Purwito, 2015). COO atau SKA adalah dokumen yang menerangkan bahwa barang yang diekspor berasal dari Indonesia. Dokumen ini dibuat dan dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten/ Kota. Dokumen ini dapat berfungsi bagi importir untuk memperoleh keringanan bea masuk di negaranya, bahkan sampai 0% tergantung dengan kebijakan untuk produknya. Namun, manfaat ini dapat diaplikasikan dengan negara yang telah menjalin kesepakatan kerjasama perdagangan dengan Indonesia dalam FTA (Free Trade Agreement).

g. *Nota Pelayanan Ekspor (NPE)*

NPE atau Nota Pelayanan Ekspor ini akan diterbitkan oleh pejabat pemeriksa dokumen ekspor setelah dipenuhinya kewajiban pabean dan ketentuan sanksi administrasi sepanjang tidak terbukti adanya indikasi tindak pidana (Susilo,2013) Nota Pelayanan Ekspor (NPE) adalah nota yang diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa

Dokumen, Sistem Komputer Pelayanan, atau Pejabat Pemeriksa barang atas PEB yang disampaikan, untuk melindungi pemasukan barang yang akan diekspor ke Kawasan Pabean dan/atau pemuatannya ke sarana pengangkut. NPE merupakan dokumen pelindung untuk barang ekspor yang akan dibawa ke kawasan pabean yaitu kawasan bandar udara dan pelabuhan laut. Dilihat dari jenisnya, NPE dapat dikategorikan menjadi 2 jenis, yaitu NPE otomatis dan NPE manual. NPE Otomatis.

- NPE Manual

NPE ini diterbitkan oleh petugas pemeriksa barang secara manual jika hasil dari pemeriksaan fisik barang dinyatakan sesuai dengan barang yang diberitahukan di PEB. Ketika hasil dari pemeriksaan fisik sebuah PEB dinyatakan sesuai, maka petugas pemeriksa barang akan mengeluarkan persetujuan ekspor dengan menerbitkan NPE. Nomor dan tanggal NPE direkam secara manual oleh petugas pemeriksa barang dan dicetak melalui SKP Ekspor.

- NPE Otomatis

NPE jenis ini dikeluarkan secara otomatis oleh Sistem Komputer Pelayanan Ekspor (SKP Ekspor) dengan mempertimbangkan 3 hal :

- Barang ekspor tersebut tidak masuk kedalam kategori barang yang dilarang atau dibatasi untuk diekspor.
- Terpenuhinya persyaratan atas kelengkapan dokumen ekspor jika barang ekspor adalah barang yang dilarang maupun dibatasi ekspornya.
- Status Barang ekspor tidak sedang dalam proses pemeriksaan fisik.

SKP Ekspor akan menyetujui sebuah pengajuan ekspor dengan menerbitkan NPE secara otomatis yang ditandai dengan terbitnya nomor dan tanggal Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) serta nomor dan tanggal NPE.

h. *Cargo Policy*

Cargo Policy fungsinya hampir sama dengan certificate of insurance, yaitu kesepakatan antara kedua belah pihak, dimana satu pihak menjamin terhadap terhadap kejadian (occurrence) yang terjadi atas barang-barang yang di angkut oleh suatu sarana pengangkut. Di dalam dokument tersebut dijelaskan mengenai hak dan kewajiban kedua belah pihak dan mekanisme tuntutan ganti rugi yang harus

dilaksanakan. Cargo police dimaksudkan sebagai asuransi untuk pengangkutan yang memberikan perlindungan atas pengangkutan barang dari pelabuhan pemuatan ke pelabuhan tujuan akhir. Dalam dokumen tersebut dicantumkan dan dinyatakan mengenai kadaluwarsa berlakunya, keterbatasan masa berlaku suatu cargo police dapat menghambat penyelesaian tuntutan atau claim dari pihak-pihak yang telah menutup asuransi untuk barang-barang yang dikirim atau diangkut dan penerima barang. Seperti halnya untuk pengangkutan melalui laut atau udara, dokumen ini juga menyatakan nama sarana pengangkut, ditandatangani oleh pengangkut atau agennya dan tanggal penerbitan untuk dikirim (Ali Purwito, 2015).

i. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) adalah dokumen pabean yang digunakan untuk pemberitahuan pelaksanaan ekspor yang dibuat sesuai BC 3.0 yang dapat berupa tulisan di atas formulir atau pesan elektronik (Sasono, 2013).

j. Bill of Lading (B/L)

Bill of lading (B/L) merupakan dokumen kepemilikan barang. Jadi siapapun yang namanya tercantum dalam B/L atau ordernya, dia adalah pemilik barang. Sebagai catatan bahwa tidak ada satupun transpor document selain bill of lading yang berfungsi sebagai title of document. Oleh karena itu, bill of lading merupakan document yang sangat penting, karena apabila tidak ada bill of lading barang tidak bisa di ambil atau dikeluarkan (Susilo, 2013).

2.2.3 Syarat Ekspor

Syarat-syarat dalam melakukan kegiatan ekspor diantaranya:

1. Memiliki Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
2. Mendapat izin usaha dari Dapertemen Teknis / Lembaga Pemerintahan Non-Dapertemen
3. Memiliki izin ekspor berupa:
 - a. APE (Angka Pengenal Ekspor) untuk eksportir umum berlaku lima tahun.
 - b. APES (Angka Pengenal Ekspor Sementara) berlaku dua tahun.
 - c. APET (Angka Pengenal Ekspor Terbatas) untuk PMA/PMDN

4. Eksportir

Eksportir merupakan pengusaha yang dapat melakukan ekspor yang telah memiliki SIUP atau izin usaha dari Departemen Teknis/Lembaga Pemerintah Non-Dapertemen berdasarkan ketentuan yang berlaku.

5. Eksportir Terdaftar (ET)

Eksportir Terdaftar (ET) merupakan perusahaan yang telah mendapat pengakuan dari Menteri Perdagangan untuk mengekspor barang tertentu sesuai ketentuan yang berlaku.

6. Barang Ekspor

Barang ekspor adalah seluruh jenis barang yang terdaftar sebagai ekspor dan sesuai dengan ketentuan perpajakan dan kepabean yang berlaku.

2.2.4 Metode Pembayaran Ekspor

Metode pembayaran ekspor dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya pembayaran di muka (*Advance Payment*), *Letter of Credit (L/C)*, pembayaran kemudian (*Open Account*) dan konsinyasi (*Consignment*). Setiap metode pembayaran mempunyai kelebihan dan kekurangan. Pihak ekspor dapat menentukan cara pembayaran transaksi ekspor. Berikut 4 metode pembayaran ekspor:

a. Pembayaran di Muka (*Advance Payment*)

Metode pembayaran di muka adalah pembayaran yang dilakukan oleh pembeli (*importir*) kepada penjual (*eksportir*) sebelum barang dikirimkan. Importir harus melakukan pembayaran lebih awal kepada eksportir sebelum barang-barang tersebut dikirimkan. Pembayaran di muka dilakukan melalui bank melalui transfer, payment order, cek, wesel dan lain sebagainya. Jika pembayaran di muka untuk seluruh nilai barang berarti eksportir sudah menerima pembayaran sebelum barang tersebut dikirimkan kepada penjual (*importir*). Metode ini sangat menguntungkan bagi eksportir karena menerima pembayaran terlebih dahulu. Namun pada importir resiko

gagal lebih tinggi dan bahkan kualitas jumlah barang juga dapat tidak sesuai dengan yang diharapkan.

b. *Letter of Credit (L/C)*

Letter of Credit merupakan jaminan yang diterbitkan oleh *Issuing Bank* atas perintah applicany (*Buyer*) kepada eksportir agar importir melakukan pembayaran sejumlah tertentu. Surat dari importir sudah menjadi jaminan yang memastikan kepada eksportir akan dibayarkan setelah produk dan dokumen ekspor dikirimkan. Keuntungan bagi eksportir adalah dapat mengirim barang dengan tenang karena sudah ada jaminan pembayaran, tetapi terdapat biaya yang cukup mahal untuk melakukan penerbitan melalui bank. Namun pada importee beresiko dana tersimpan karena ditampung oleh bank sebagai penjamin terlebih dulu diteruskan ke eksportir jika importir sudah memperoleh barang dari eksportir sesuai dengan kesepakatan dan terdapat biaya yang cukup mahal untuk melakukan penerbitan melalui bank.

c. Rekening Terbuka (*Open Account*)

Metode pembayaran rekening terbuka (*Open Account*) importir tidak akan melakukan pembayaran apapun sebelum barang sampai dan diterima oleh penjual (importir). Keuntungan bagi importir adalah menerima barang terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran. Dan risikonya bagi eksportir adalah telatnya pembayaran yang dilakukan dan tidak ada pihak yang menjamin.

d. Konsinyasi (*Consignment*)

Metode pembayaran konsinyasi (*Consignment*) adalah eksportir menitipkan barang kepada importir sebagai titipan untuk dijual oleh importir. Namun barang yang tidak dijual akan dikembalikan dari importir ke eksportir. Konsinyasi (*Consignment*) menguntungkan bagi importir karena dapat menerima barang terlebih dahulu sebelum membayarnya. Risikonya bagi eksportir adalah kemungkinan pembayaran terlambat dan bahkan menyebabkan kerugian bagi eksportir karena eksportir tidak dapat mengetahui jumlah barang yang akan terjual.

2.2.5 Incoterms

Incoterms merupakan singkatan dari *International Commercial Terms* atau Istilah Komersial Internasional. Istilah ini merupakan suatu terminologi atau ketentuan yang digunakan bagi para pelaku perdagangan internasional ketika mengirim barang dalam transaksi atau kontrak. Istilah Komersial Internasional juga berisi semua tugas, risiko dan biaya bersangkutan selama transaksi penjualan dan pembelian barang berskala internasional. Tujuan *International Commercial Terms* adalah sebagai berikut:

- Memberi pilihan ketentuan pengiriman bagi importir dan eksportir.
- Mengatur hak dan kewajiban yang ditanggung oleh importir dan eksportir.
- Meminimalisir kesalahan interpretasi atau kesalahpahaman tanggung jawab di antara eksportir dan importir.

Jenis-jenis *incoterms* yang biasa digunakan dalam kegiatan transaksi perdagangan internasional adalah

1. *Incoterms Carriage Paid To* (CPT)

CPT adalah penjual yang akan menanggung semua biaya, sejak barang dikirim ke tujuan pembeli. Dalam hal ini penjual hanya memiliki tanggung jawab pada saat barang sudah diserahkan kepada kurir.

2. *Incoterms Ex Works* (EXW)

Jika dalam dokumen perdagangan internasional terdapat istilah EXW atau ex works, maka itu artinya penjual akan menentukan lokasi atau tempat pengambilan barang yang akan dibeli. Pembeli pun wajib bertanggung jawab atas biaya transportasi, biaya bongkar muat, serta biaya lain yang mungkin timbul pada saat barang dikirim.

3. *Free Carrier* (FCA)

FCA atau free carrier artinya penjual akan bertanggung jawab atas izin ekspor hingga diserahkan kepada kurir atau ekspedisi di pelabuhan yang sebelumnya telah disepakati bersama. Dalam hal ini pembeli hanya perlu membayar biaya

pengiriman dan tugas serta tanggung jawab penjual akan selesai pada saat pembeli telah menerima barang di pelabuhan.

4. *Delivered Duty Paid (DDP)*

DDP adalah pengiriman barang ke tempat tujuan dan penjual akan menanggung semua biaya tersebut, termasuk biaya asuransi serta semua biaya lainnya yang harus dibayar, seperti pajak, cukai, impor, dan lain-lain.

5. *Delivered at Terminal (DAT)*

Istilah ini mengacu pada penjual yang akan melakukan semua pembayaran berkaitan erat dengan biaya pengiriman suatu produk, sehingga pembongkaran dilakukan di pelabuhan tujuan. Setelah barang dibongkar di pelabuhan, penjual tidak lagi bertanggung jawab atas barang tersebut.

6. *Carriage and Insurance Paid To (CIP)*

CIP adalah penjual harus membayar asuransi kargo dan juga risiko kerusakan serta kehilangan barang pada saat pengiriman. CIP juga mensyaratkan pembeli untuk dapat melakukan export clearance yang merupakan rangkaian proses administrasi dan dokumen pajak yang harus diselesaikan dalam rangka ekspor dan impor barang.

7. *Incoterms Free On Board (FOB)*

FOB artinya penjual akan melaksanakan semua izin ekspor sampai barang pesanan dimuat di kapal pengirim dan segala biaya lebih lanjut akan ditanggung oleh pembeli.

8. *Delivered at Place (DAP)*

DAP merupakan istilah yang lebih menitikberatkan pada tanggung jawab penjual untuk dapat mengatur dan juga memproses pengiriman barang ke tempat-tempat yang sebelumnya telah disepakati bersama.

9. *Cost and Freight (CFR)*

CFR mengacu pada penjual akan membayar semua biaya yang dapat timbul saat barang dikirim ke pelabuhan dan setelah kegiatan tersebut berakhir, biaya yang timbul akan ditanggung oleh pembeli.

10. *Cost, Insurance, and Freight (CID)*

Pada dasarnya istilah CIF hampir sama dengan CFR. CIF ini akan memungkinkan penjual untuk dapat menjalankan semua tanggung jawab sampai barang tiba di pelabuhan dan siap untuk dimuat. Selain itu, penjual juga diharuskan membayar asuransi atas barang yang dipesan.

2.2.6 Biaya Ekspor

Biaya merupakan pengeluaran atau nilai pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan atau perseorangan untuk menghasilkan suatu produk atau barang yang berguna untuk masa yang akan datang (Firdaus dan Wasilah, 2012). Biaya ekspor merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan selama kegiatan ekspor dari tahap persiapan produk sampai pengiriman produk ke negara tujuan. Biaya ekspor terdiri dari biaya tetap (Total Fix Cost) dan biaya variabel (Total Variabel Cost).

1. Biaya Tetap (Total Fix Cost)

Biaya tetap adalah biaya yang harus ditanggung perusahaan yang tidak terpengaruh oleh aktivitas produksi sampai jumlah tertentu. Besarnya output yang dihasilkan jumlah biayanya tidak akan berubah, sehingga jika dipandang dari biaya satuan maka berbanding terbalik dengan volume produksi. Biaya tetap dipengaruhi oleh volume produksi seperti biaya penyusutan. Contoh biaya tetap produksi adalah bangunan, peralatan, listrik dan lain sebagainya. Sedangkan biaya tetap ekspor adalah biaya pengurusan dokumen-dokumen penting ekspor, biaya sertifikat produk, jasa *Forwarder* untuk mengurus dokumen,

2. Biaya Variabel (Total Variabel Cost)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah kapan saja sesuai dengan perubahan tingkat output. Biaya variabel sering disebut biaya biaya tingkat level berkaitan langsung dengan produksi suatu barang. Contoh biaya variabel produksi adalah bahan baku, tenaga kerja. Biaya variabel dalam kegiatan ekspor adalah biaya kemasan produk primer, biaya kemasan sekunder, biaya pengiriman dari gudang produksi sampai ke pelabuhan dengan mobil pengangkut jenis kontainer.

2.2.7 Penerimaan (*revenue*)

Penerimaan adalah seluruh total pendapatan yang didapatkan diterima oleh produsen dari hasil penjualan produk. Penerimaan dihitung dari hasil perkalian antara harga (*price*) dan jumlah barang (*quantity*). Penerimaan dapat berubah seiring dengan perubahan terhadap harga dan jumlah barang. Penerimaan suatu produk didapatkan dari total jumlah produk yang dijual dikalikan dengan harga jual produk.

2.2.8 Keuntungan

Tujuan utama suatu usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan secara operasional adalah perbedaan antara pendapatan yang direalisasi, timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan. Keuntungan adalah jumlah pendapatan bersih yang diterima perusahaan dari penjualan produk atau barang dalam periode tertentu. Keuntungan diperoleh dari selisih antara penerimaan dan total biaya.