

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Furnitur adalah istilah yang digunakan masyarakat untuk berbagai jenis perabotan rumah tangga yang memiliki fungsi sebagai tempat duduk, tempat tidur, tempat menyimpan barang, ataupun tempat untuk menulis dan meletakkan barang di atasnya. Menurut Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia (2015) industri furnitur merupakan industri yang melaksanakan segala bentuk kegiatan pengolahan bahan baku berupa kayu, rotan, bambu, dan bahan baku lainnya yang diproses dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan manfaat menjadi produk barang jadi berupa furnitur. Industri furnitur merupakan salah satu industri yang strategis bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dapat dikatakan strategis karena industri furnitur Indonesia menghasilkan produk furnitur bernilai jual tinggi dan berdaya saing global (Munadi, 2017). Perkembangan industri furnitur memiliki kesempatan untuk tumbuh dengan pesat tidak hanya Indonesia dikaruniai ketersediaan bahan baku yang melimpah, tetapi juga ditunjang dengan ketersediaan sumber daya manusia yang berlimpah dan cukup kompeten dalam pengolahan furnitur. Indonesia memiliki beberapa kota dan kabupaten yang dapat dikatakan sebagai sentra penghasil furnitur dengan kualitas internasional seperti Jepara yang terkenal dengan ukiran furniturnya, Pasuruan, Klaten, Surakarta, Cirebon, Sukoharjo, dan berbagai kota serta kabupaten lainnya di seluruh Indonesia.

Bahan dasar pembuatan furnitur bukan hanya berasal dari kayu. Saat ini, dengan adanya berbagai inovasi dan kreatifitas manusia, bahan dasar pembuatan produk furnitur semakin beragam, seperti rotan, bambu, plastik, besi, hingga bahan daur ulang. Salah satu yang menarik adalah produk furnitur yang dibuat dari kayu jati daur ulang atau *recycle teak wood* yang memiliki kualitas yang baik karena menggunakan kayu jati, namun memiliki harga yang ekonomis karena merupakan hasil dari daur ulang. Selain itu, menurut Liu (2020) produk yang berasal dari limbah kayu pada umumnya memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk yang berasal dari kayu baru dan tergantung pada jenis bahan kayu. Produk kayu hasil daur ulang memiliki nilai artistik yang lebih tinggi karena memberikan efek visual dan keunikan yang berbeda.

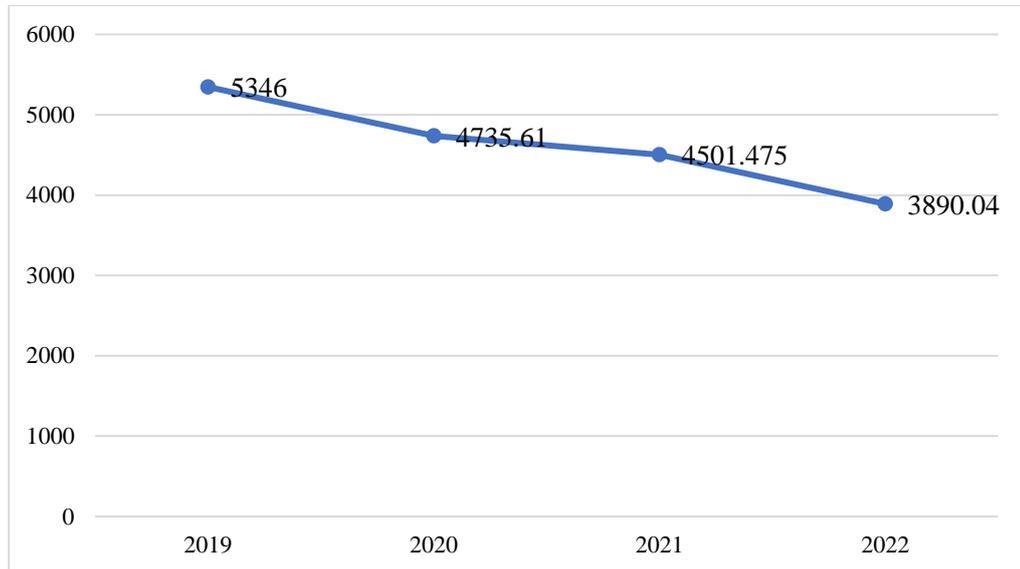
UD Permata Furni merupakan salah satu perusahaan produsen furnitur yang memanfaatkan keunggulan bahan baku *recycle teak wood* untuk dijadikan sebagai daya tarik dari produk furniture buaatannya. UD Permata Furni memproduksi barang berupa meja dan kursi untuk dalam ruangan (*indoor*) serta luar ruangan (*outdoor*), almari, serta berbagai jenis dekorasi rumah. UD Permata Furni didirikan oleh Bapak Erie Sasmito telah memproduksi berbagai jenis furnitur dengan jangkauan pasar mancanegara. UD Permata Furni telah bermitra serta melakukan ekspor dengan berbagai negara seperti Belgia, Italia, Belanda, Yunani, Jerman, Swiss, Amerika Serikat, Selandia Baru, dan Taiwan sejak tahun 1998. Sejak awal berdirinya UD Permata Furni, tujuan pasar atau *market* dari produk furnitur perusahaan UD Permata Furni adalah para distributor atau agen penjual internasional yang akan menjual kembali produk furnitur tersebut ke negara

masing-masing. UD Permata Furni menjual produk secara grosir kepada para distributor internasional.

Pada Bulan Maret tahun 2020 Pandemi Covid-19 menjadi topik yang sangat ramai diperbincangkan, Inspektur Jenderal Kementerian Keuangan Sumiyati, krisis yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak signifikan kepada kesehatan manusia, namun juga berdampak kepada perekonomian negara secara mikro dan makro. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Hariyadi Sukamdani, terdapat sektor-sektor yang mengalami kerugian hingga sulit untuk bangkit seperti sektor pariwisata dan jasa transportasi udara dan laut. Terdapat pula sektor-sektor industri yang dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 seperti sektor perikanan, peternakan, perkebunan, perbankan serta berbagai sektor kebutuhan dasar lainnya yang meskipun tidak terimbas pandemi Covid-19 namun tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Selain itu, terdapat pula sektor yang justru mengalami peningkatan selama pandemi Covid-19 yaitu sektor kesehatan berupa alat kesehatan dan obat-obatan.

UD Permata Furni merupakan perusahaan yang memiliki fokus pada pasar internasional, sehingga seluruh perdagangan berfokus pada kegiatan ekspor. Ekspor adalah proses penjualan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara dan dijual kepada negara lain (Mankiw, 2006). Ekspor merupakan kegiatan yang bergerak berdasarkan atas permintaan suatu barang atau jasa yang berasal dari permintaan luar negeri. Ketika terjadi Pandemi Covid-19 pada tahun 2020, kegiatan ekspor yang dilakukan oleh UD Permata Furni cukup mengalami kesulitan yang dikarenakan adanya perubahan kebijakan serta kondisi perekonomian ketika Pandemi Covid-19 baik dalam negeri maupun mancanegara. Hal tersebut berimbas

pula kepada volume permintaan pasar atas furniture dari UD Permata Furni, sebagai berikut:



Grafik 1. 1 Volume Permintaan UD Permata Furni 2019 - 2022

Sumber: Internal UD Permata Furni, 2023

Data di atas merupakan data volume permintaan atas produk furnitur UD Permata Furni selama 3 tahun yaitu 2019, 2020, 2021 dan 2022. Dalam kurun waktu 4 tahun tersebut, volume penjualan UD Permata Furni mengalami penurunan sejumlah 610.39 m³ pada tahun 2020 dan mengalami penurunan volume permintaan kembali pada tahun 2021 mencapai 234.135 m³.

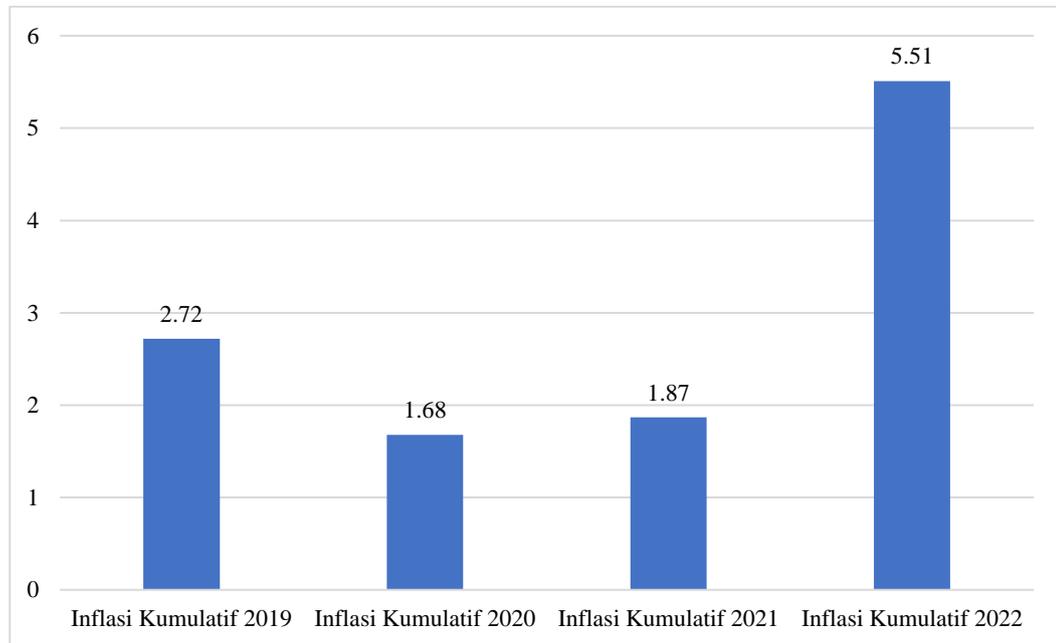
Menurut Febianti (2014) permintaan merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk berupa barang atau jasa dalam berbagai tingkatan harga selama periode tertentu. Hukum permintaan menurut Iswardono (1994) menyatakan bahwa “dalam tingkat harga barang atau produk yang lebih tinggi maka jumlah barang atau produk yang diminta konsumen akan berkurang”

ataupun sebaliknya “dalam tingkat harga barang atau produk yang lebih rendah maka jumlah barang atau produk yang diminta konsumen akan meningkat”. Harga menjadi elemen yang penting bagi strategi pemasaran karena harga memiliki keterkaitan langsung dengan seluruh elemen lainnya yang dapat menentukan efektivitas dari semua elemen secara keseluruhan. Dalam menetapkan harga produk, perusahaan perlu memperhatikan kedua faktor yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari internal atau dalam perusahaan yang mana perusahaan mampu mengendalikan faktor tersebut. Adapun faktor internal seperti tujuan pemasaran perusahaan, strategi pemasaran, biaya yang dikeluarkan, organisasi dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari eksternal atau luar perusahaan yang mana perusahaan tidak mampu mengendalikan faktor tersebut. Adapun faktor eksternal seperti faktor ekonomi makro, persaingan dengan kompetitor dan lain-lain (Kotler dan Armstrong, 1996).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan dalam hal perekonomian makro salah satunya adalah fluktuasi tingkat inflasi Indonesia dan nilai tukar Rupiah terhadap mata uang asing. Menurut Atmaja (2002) inflasi merupakan faktor yang mempengaruhi harga bahan baku. Jika bahan baku mengalami kenaikan besar kemungkinan terjadinya kenaikan harga suatu produk. Sedangkan nilai tukar Rupiah merupakan faktor yang sangat penting dalam penentuan harga produk dalam perdagangan internasional.

Bank Indonesia mengartikan inflasi sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Santosa (2017) berpendapat bahwa inflasi merupakan suatu permasalahan klasik yang terjadi pada

sebuah sistem perekonomian yang dapat mengakibatkan penurunan pendapatan riil masyarakat yang apabila mengalami keberlanjutan maka akan mempengaruhi perekonomian secara makro.



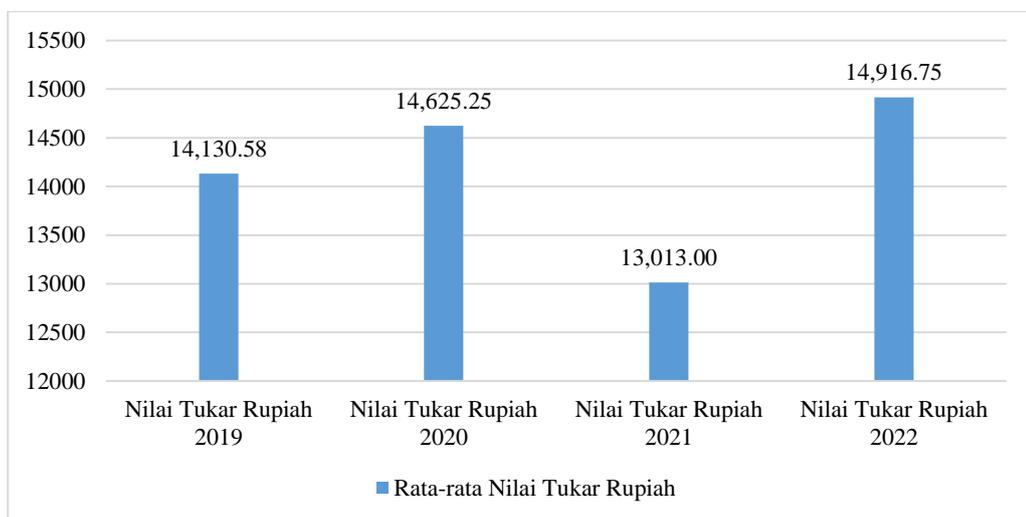
Grafik 1. 2 Laju Inflasi Indonesia Tahun 2019-2022

Sumber: BPS (diolah PDSI, Setjen Kementerian Perdagangan)

Data yang disampaikan oleh Kementerian Perdagangan (2023) menyatakan bahwa inflasi pada tahun 2019 sampai dengan 2022 justru menunjukkan pada tahun 2020 tingkat inflasi Indonesia berada pada angka paling rendah yaitu 1.68%. Tahun 2020 yang merupakan tahun berawalnya pandemi Covid-19 justru memiliki inflasi yang relatif lebih rendah daripada tahun 2019, 2021, dan 2022. Pada tahun 2022, ketika masyarakat sudah mulai beradaptasi dengan keadaan Pandemi Covid-19 justru Indonesia mengalami peningkatan inflasi sebesar 5.51%.

Nilai tukar Rupiah merupakan hal yang penting bagi pendapatan perusahaan UD Permata Furni, yang mana UD Permata Furni menggunakan mata uang US

Dollar dalam bertransaksi dengan pembeli dari berbagai negara. Menurut Simorangkir (2004), nilai tukar Rupiah atau yang bisa disebut dengan kurs merupakan harga satu unit mata uang asing dalam mata uang domestik atau dapat juga diartikan dengan sebaliknya yaitu harga satuan mata uang domestik terhadap mata uang asing. Dengan adanya perubahan nilai tukar dapat merubah harga relatif suatu produk menjadi lebih tinggi ataupun lebih rendah, sehingga nilai tukar sering kali menjadi alat untuk meningkatkan daya saing (Ginting, 2013).



Grafik 1. 3 Nilai Tukar Rupiah Terhadap US Dollar Tahun 2019-2022

Sumber: Bank Indonesia

Berdasarkan tabel nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar menunjukkan bahwa rata-rata nilai tukar US Dollar terhadap Rupiah pada tahun 2022 merupakan rata-rata nilai tukar tertinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yaitu mencapai Rp 14,916.75 per 1\$. Pada tahun 2019 menuju tahun 2020, nilai tukar US Dollar terhadap Rupiah mengalami penguatan sebesar Rp 494.67 per 1 \$ Amerika atau 1 US Dollar dari yang mulanya Rp 14,130.58 menjadi Rp 14,625.25 dalam rata-rata tahunan. Lalu pada tahun 2021 nilai tukar US Dollar terhadap Rupiah mengalami

pelemahan mencapai Rp 1,612.25 per 1 \$ atau 1 US Dollar dari yang mulanya Rp 14,625.25 menjadi Rp 13,013.00 dalam rata-rata tahunan.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berkaitan dengan dampak fluktuasi perekonomian secara makro yaitu inflasi dan nilai tukar Rupiah terhadap permintaan produk suatu perusahaan yaitu dengan judul dampak inflasi dan nilai tukar rupiah di tengah Pandemi Covid-19 terhadap permintaan furnitur dengan studi kasus UD Permata Furni di tahun 2020.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan teori permintaan “semakin tinggi harga suatu produk maka akan menurunkan permintaan dalam pembelian” begitu pula sebaliknya dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Penetapan harga produk dapat dipengaruhi atas banyak hal baik faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi harga salah satunya adalah faktor ekonomi makro seperti inflasi dan nilai tukar Rupiah. Pandemi Covid-19 yang memberikan dampak besar terutama bagi perekonomian Indonesia menimbulkan pertanyaan besar bagi peneliti terkait bagaimana dampak inflasi dan nilai tukar Rupiah tersebut bagi permintaan atas suatu produk.

Furnitur yang merupakan salah satu industri industri yang strategis bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia akan menjadi subjek penelitian dalam membahas dampak inflasi dan nilai tukar Rupiah. Untuk dapat membahas dampak

inflasi dan nilai tukar Rupiah di tengah pandemi Covid-19 dengan lebih terperinci, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana inflasi dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap permintaan produk furnitur pada perusahaan UD Permata Furni?
2. Bagaimana nilai tukar Rupiah dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap permintaan produk furnitur pada perusahaan UD Permata Furni?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari inflasi dan juga nilai tukar Rupiah di tengah pandemi Covid-19 terhadap permintaan furnitur pada perusahaan UD Permata Furni pada tahun 2020.

I.4. Kegunaan Penelitian

I.4.1 Bagi Peneliti

Dengan adanya pelaksanaan penelitian ini, peneliti mendapatkan pengetahuan serta wawasan yang lebih luas terkait dampak pandemi covid-19 terhadap salah satu aspek dalam bidang ekonomi yaitu permintaan yang dikaji melalui tingkat inflasi dan nilai tukar Rupiah.

I.4.2. Bagi Perusahaan (UD Permata Furni)

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dampak pandemi covid-19 terhadap tingkat permintaan produk yang dilakukan oleh UD Permata Furni.

I.4.3. Bagi Pihak Lain

Bagi seluruh pihak yang turut serta dalam pelaksanaan kegiatan ekspor dan pihak akademisi yang membutuhkan informasi mengenai hasil penelitian yang

telah peneliti lakukan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemerintah dalam menetapkan kebijakan guna meningkatkan ekspor Indonesia khususnya di masa pandemi Covid-19.

I.5. Kerangka Teori

I.5.1. Teori Permintaan

Menurut Febianti (2014) permintaan merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk berupa barang atau jasa dalam berbagai tingkatan harga selama periode tertentu. Hal ini juga didukung dengan pernyataan dari Ahman (2009) yang menyatakan bahwa permintaan dapat dipahami sebagai sejumlah barang atau jasa yang diminta atau mampu dibeli oleh seseorang atau kelompok dalam waktu tertentu dalam berbagai tingkatan harga.

Menurut Iskandar Putong dan Sudarsono dalam Ahman (2009) mengemukakan bahwa terdapat 2 kelompok permintaan sehubungan dengan perilaku konsumsinya, yaitu :

1. Kelompok permintaan fungsional yang mana permintaan barang pada kelompok ini didasari oleh fungsi atau daya guna dari barang tersebut
2. Kelompok permintaan non fungsional atau biasa disebut dengan permintaan tidak rasional yang mana permintaan kelompok ini tidak direncanakan, spekulatif, dan mempengaruhi daya guna barang.

Febianti (2014) mengemukakan pendapatnya tentang pembagian kelompok permintaan seperti berikut, yaitu:

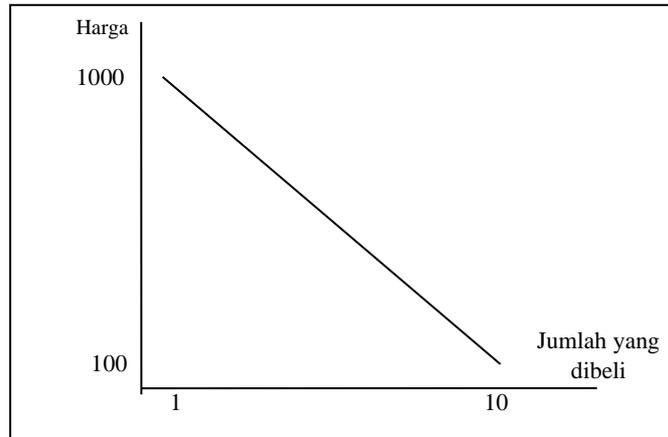
- a. Permintaan menurut daya beli

Berdasarkan daya belinya, permintaan dibagi menjadi 3 yaitu:

- a) Permintaan efektif yaitu permintaan masyarakat atas suatu produk berupa barang atau jasa yang disertai dengan kemampuan daya beli.
 - b) Permintaan potensial yaitu permintaan masyarakat atas suatu produk berupa barang atau jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan daya beli namun belum melakukan Kegiatan pembelian barang tersebut.
 - c) Permintaan absolut yaitu permintaan masyarakat atas suatu produk berupa barang atau jasa yang tanpa disertai dengan kemampuan daya beli.
- b. Permintaan menurut jumlah subjek pendukung
- Berdasarkan jumlah subjek pendukungnya, permintaan dibagi menjadi 2 yaitu:
- a) Permintaan individu yaitu permintaan yang dilakukan oleh perorangan dalam memenuhi kebutuhan hidup.
 - b) Permintaan kelompok atau kolektif yaitu kumpulan permintaan secara keseluruhan oleh para individu / konsumen.

I.5.1.1. Kurva Permintaan

Kurva permintaan menurut Sukirno (2011) adalah sebuah kurva yang menggambarkan tentang suatu hubungan antara harga sebuah produk terhadap jumlah barang yang diminta oleh pembeli atau konsumen. Pendapat ini juga sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Ahman (2009) yang menyatakan bahwa kurva permintaan merupakan sebuah daftar yang menunjukkan jumlah produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan tingkatan harganya. Berikut adalah contoh kurva dan skedul permintaan:



Grafik 1. 4 Kurva permintaan produk

Harga Produk (\$)	Jumlah Permintaan Barang
\$ 1.000	1 pc
\$ 800	3 pcs
\$ 500	5 pcs
\$ 300	8 pcs
\$ 100	10 pcs

Tabel 1. 1 Skedul permintaan produk

Dari kurva dan skedul permintaan di atas dapat dipahami bahwa dengan mengabaikan faktor lain atau *ceteris paribus* maka akan didapatkan pernyataan **hukum permintaan** yaitu “**semakin tinggi harga suatu produk maka tingkat permintaan akan menurun**” atau sebaliknya “**semakin rendah harga produk maka tingkat permintaan akan naik**”. Dapat dilihat ketika harga produk \$1000 jumlah barang yang terjual hanya berjumlah 1, sedangkan ketika harga produk turun menjadi \$100 jumlah barang yang terjual berjumlah 10. Harga menjadi faktor penting keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

I. 5.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Berbagai ekonom menyampaikan pendapat-pendapat mereka terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen atas suatu produk, antara lain sebagai berikut:

a. Menurut Rahardja dalam Febianti (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang terkait
3. Tingkat pendapatan perkapita
4. Selera atau kebiasaan
5. Jumlah penduduk
6. Perkiraan harga yang akan datang
7. Distribusi pendapatan
8. Usaha produsen untuk meningkatkan penjualan

b. Menurut Salvatore (1993), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah:

1. Harga barang atau jasa tersebut
2. Pendapatan nasional individu
3. Harga barang atau jasa lain
4. Citarasa atau selera individu.

c. Menurut Sukirno (2011), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut

3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
4. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
5. Cita rasa masyarakat
6. Jumlah penduduk
7. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

I.5.2. Teori Harga

Menurut Mulyana (2019) harga merupakan salah satu elemen paling penting dalam bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bagi seorang penjual, harga menjadi elemen yang penting karena dari sinilah keuntungan perusahaan didapatkan dan secara tidak langsung menjadi elemen yang menunjang keberlangsungan perusahaan. Harga merupakan elemen yang sangat fleksibel atau mudah berubah sewaktu-waktu yang dapat disebabkan oleh banyak hal. Menurut Secapramana (2017), adapun tujuan penetapan harga bagi perusahaan yaitu:

- a. Tujuan yang berorientasi pada laba

Berdasarkan teori klasik, setiap perusahaan akan berlomba-lomba untuk menetapkan harga yang memberi kemungkinan laba tertinggi bagi perusahaan. Meskipun begitu, tingginya persaingan antar perusahaan menyebabkan semakin kompleks pula daya saing perusahaan yang menyebabkan sulitnya menentukan tingkat harga yang menghasilkan laba dengan maksimal. Sehingga perusahaan akan melakukan pendekatan target laba yang mana tingkat laba akan disesuaikan dengan sasaran laba perusahaan.

- b. Tujuan yang berorientasi pada volume

Terdapat perusahaan yang menggunakan volume sebagai target utama atau volume *pricing objective*. Tipe perusahaan ini akan menetapkan harga dengan harapan target volume penjualan dapat tercapai.

c. Tujuan yang berorientasi citra

Citra perusahaan dapat dibentuk dengan salah satunya melalui strategi penetapan harga. Perusahaan yang menetapkan harga tinggi pada produknya akan membentuk citra prestisius, sedangkan perusahaan yang menetapkan harga rendah pada produknya akan membentuk citra pada nilai tertentu.

d. Tujuan stabilitas harga

Tujuan stabilitas harga hanya berlaku bagi produk perusahaan yang sangat sensitive dengan kenaikan harga. Jika suatu perusahaan menurunkan harganya maka pesaingnya juga harus menurunkan harganya. Tujuan stabilitas harga ini bertujuan untuk mempertahankan hubungan supaya tetap stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin industri. Sebagai contoh adalah dalam industri minyak bumi.

e. Tujuan lainnya

Tujuan lain yang dimaksud antara lain mencegah masuknya pesaing baru, mendukung penjualan ulang, menghindari campur tangan pemerintah, serta loyalitas pelanggan.

I.5.2.1. Faktor yang Mempengaruhi Harga Produk

Dalam menetapkan harga produk, perusahaan perlu memperhatikan kedua faktor yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari internal atau dalam perusahaan yang

mana perusahaan mampu mengendalikan faktor tersebut. Adapun faktor internal seperti tujuan pemasaran perusahaan, strategi pemasaran, biaya yang dikeluarkan, organisasi dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari eksternal atau luar perusahaan yang mana perusahaan tidak mampu mengendalikan faktor tersebut. Adapun faktor eksternal seperti faktor ekonomi makro, persaingan dengan kompetitor dan lain-lain (Kotler dan Armstrong, 1996). Faktor ekonomi makro dapat berupa tingkat inflasi, nilai tukar Rupiah, investasi, pendapatan negara, dan lain-lain sebagainya.

I.5.3. Inflasi

Menurut Suseno dan Siti Astiyah (2009) inflasi merupakan sebuah kenaikan jumlah uang yang beredar di Indonesia atau kenaikan likuiditas pada suatu perekonomian. Berdasarkan pengertian yang telah dijabarkan mengacu pada dampak umum yang ditimbulkan inflasi yaitu adanya kenaikan harga. Secara umum, inflasi memiliki kecenderungan kenaikan harga barang maupun jasa secara terus menerus dan berkelanjutan. Menurut Rangkuty dan Efendi (2022) inflasi dapat diartikan dengan adanya peningkatan harga barang dan jasa secara umum, maka dari itu pengukuran fluktuasi inflasi pada masa ke masa biasanya menggunakan sebuah angka indeks. Selanjutnya, perubahan angka indeks inflasi dari satu masa ke masa lain dapat dinyatakan dalam bentuk angka presentase, merupakan besarnya inflasi pada masa tersebut.

Istilah inflasi menurut AP Lehner yang sering digunakan pada zaman Perang Dunia kedua adalah suatu keadaan dimana terjadi permintaan yang berlebihan terhadap produk berupa barang atau jasa di suatu perekonomian negara secara keseluruhan (Gunawan, 1991). Sedangkan definisi inflasi menurut FW Paish

adalah suatu kondisi dimana pendapatan nasional meningkat jauh lebih cepat apabila dibandingkan dengan peningkatan barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perekonomian (Gunawan, 1991). Menurut teori Keynes, inflasi dipicu oleh masyarakat yang membeli kebutuhan diluar batas kemampuannya yang mendorong munculnya *inflationary gap*. *Inflationary gap* ini akan terus berlangsung selama masyarakat belum dapat mengefektifkan jumlah permintaan mereka terhadap suatu barang. Jika dilihat dari meningkatnya jumlah uang yang beredar di masyarakat hal tersebut dapat mengakibatkan meningkatnya permintaan *angregate* (Santosa, 2017).

Menurut asal usulnya, inflasi dapat dibedakan menjadi dua (Santosa, 2017) yaitu:

1. Inflasi yang berasal dari dalam negeri (*domestik inflation*), inflasi ini dapat terjadi karena adanya tekanan dari variable makro dalam negeri sehingga mendorong terjadinya kenaikan barang ataupun jasa.
2. Inflasi yang berasal dari luar negeri (*imported inflation*), inflasi ini terjadi karena adanya pengaruh dari luar negeri. Pengaruh dari adanya inflasi yang berasal dari luar negeri ini berhubungan erat dengan perdagangan internasional seperti kenaikan harga barang impor, penurunan minat beli ekspor dan lain-lain.

Menurut Boediono (1995), dalam teori strukturalis terdapat 2 ketegaran utama dalam dunia perekonomian suatu negara berkembang yang dapat menimbulkan inflasi yaitu:

1. Ketegaran berupa ketidak-elastisan penerimaan ekspor, yang mana nilai ekspor bertumbuh dengan sangat lambat
2. Ketegaran berupa ketidak-elastisan produksi bahan makanan dalam negeri.

Bank Indonesia menyatakan bahwa inflasi dapat timbul karena adanya tekanan dari sisi *supply (cosh push inflation)* dari permintaan dan ekspektasi inflasi. *Cosh push inflation* dapat terjadi akibat depresiasi nilai tukar rupiah, dampak inflasi luar negeri terutama pada negara – negara mitra dagang, peningkatan harga komoditi yang diatur oleh pemerintah, serta terjadinya *negative supply shocks* akibat bencana alam dan terganggunya distribusi. Ketika inflasi di suatu negara mencapai angka yang tinggi, maka akan terjadi kenaikan harga barang – barang kebutuhan, baik barang kebutuhan bagi masyarakat umum maupun barang kebutuhan bagi perusahaan.

I.5.4. Nilai Tukar Rupiah

Menurut Abimanyu (2004) nilai pada mata uang bersifat relatif terhadap mata uang lainnya, hal ini disebabkan oleh nilai tukar mencakup 2 mata uang yang mana titik keseimbangannya ditentukan oleh sisi penawaran dan sisi permintaan oleh kedua mata uang tersebut. Sejalan dengan pendapat Abimanyu, Fabozzi (2002) juga berpendapat bahwa “*An exchange rate is defined as the amount of one currency that can be exchanged per unit of another currency, or the price of one currency in terms of another currency*”.

Menurut Abimanyu (2004) terdapat beberapa sistem nilai tukar yang dimiliki bank sentral suatu negara berdasarkan besarnya intervensi dan cadangan devisa, yang diantaranya yaitu:

a. *Fixed Exchange Rate*

Bank Sentral yang dalam hal ini memiliki otoritas moneter selalu melakukan intervensi *market* supaya nilai tukar pada suatu negara tetap dapat dipertahankan terhadap mata uang asing tertentu. Kegiatan mengintervensi market atau pasar ini membutuhkan cadangan devisa yang relatif besar.

b. *Free Floating Exchange Rate*

Bank Sentral yang dalam hal ini memiliki otoritas moneter tidak melakukan intervensi terhadap *market* atau pasar, sehingga pada sistem ini tidak membutuhkan cadangan devisa yang besar.

c. Sistem *Winder Band*

Pada sistem ini, nilai tukar akan dibiarkan berfluktuasi dengan bebas diantara titik terendah dan titik tertinggi. Ketika keadaan ekonomi telah melampaui batar terendah atau tertinggi maka bank sentral akan mengambil kebijakan untuk melakukan intervensi dengan cara menjual atau membeli mata uang sehingga nilai mata uang kembali stabil.

d. Sistem Mengambang Terkendali

Bank sentral atau badan yang memiliki kendali otoritas moneter tidak memberikan batasan dalam mempertahankan nilai mata uang namun badan otoritas moneter akan melakukan intervensi secara berkelanjutan.

e. Sistem *Crawling Peg*

Bank sentral atau badan yang memiliki kendali otoritas moneter mengaitkan mata uang domestik dengan mata uang asing, nilai tukar mata uang akan dirubah secara periodik dalam persentase yang kecil dengan berangsur-angsur.

f. Sistem *Ajustable Peg*

Bank sentral atau badan yang memiliki kendali otoritas moneter berkomitmen untuk mempertahankan nilai tukar serta berhak untuk melakukan perubahan nilai tukar apabila terjadi perubahan kebijakan ekonomi.

Rangkuty dan Efendi (2022) berpendapat bahwa skedul permintaan dan penawaran akan mempengaruhi perubahan keseimbangan kurs atau nilai tukar mata uang. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi skedul permintaan dan penawaran, yaitu:

1. Laju inflasi relatif
2. Tingkat bunga relatif
3. Tingkat pendapatan relatif
4. Kontrol pemerintah
5. Pengharapan pasar
6. Spekulasi

Madura (1993) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi fluktuasi nilai tukar mata uang yaitu:

1. Faktor fundamental, yang mana pada faktor ini berkaitan dengan indikator-indikator ekonomi seperti inflasi, suku bunga, perbedaan pendapatan antar negara, ekspektasi pasar dan kebijakan Bank Sentral
2. Faktor teknis, faktor ini berkaitan dengan kondisi penawaran dan permintaan devisa. Ketika jumlah permintaan meningkat sedangkan penawaran tetap, maka harga valas akan mengalami kenaikan dan begitu pula sebaliknya.
3. Sentimen pasar erat kaitannya dengan adanya rumor atau berita politik yang bersifat insidental yang mana mata uang akan meningkat atau menurun dengan tajam dalam jangka waktu tertentu.

I.5.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi fondasi serta pijakan yang sangat penting bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Terdapat beberapa hasil penelitian yang peneliti jadikan acuan serta referensi sebagai dasar penyusunan proposal antara lain, yaitu:

1. Mahendra & Kesumajaya (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Investasi, Inflasi, Kurs Dollar Amerika Serikat Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Ekspor Indonesia Tahun 1992-2012”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa investasi, inflasi, kurs dollar Amerika Serikat serta suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap ekspor Indonesia tahun 1992-2012 yang mana kurs dollar Amerika Serikat merupakan variable yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap ekspor Indonesia tahun 1992-2012 dibandingkan variable lainnya.

2. Novi Ani Ajeng Saputri, dkk (2020) yang berjudul “Pengaruh Inflasi Dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor Indonesia Periode Tahun 2008-2017”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inflasi dan nilai tukar berpengaruh terhadap ekspor Indonesia tahun 2008-2017.
3. Purba & Magdalena (2017) dengan judul “Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Ekspor Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia” yang mana menghasilkan kesimpulan bahwasannya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor Indonesia.

I.6. Definisi Konseptual dan Operasional

I.6.1. Definisi Konseptual

Adapun definisi konsep dari penelitian ini berdasarkan faktor-faktor ekonomi penyebab terjadinya fluktuasi tingkat permintaan pada UD Permata Furni di tengah pandemi Covid-19 menurut Atmaja (2002) adalah sebagai berikut :

- Inflasi

Inflasi merupakan sebuah kenaikan jumlah uang yang beredar di Indonesia yang dapat mempengaruhi kenaikan harga produksi barang. Kenaikan atau penurunan harga produksi barang mampu mempengaruhi permintaan konsumen akan produk tersebut.

- Nilai Tukar Rupiah

Nilai tukar Rupiah merupakan harga satu unit mata uang asing dalam mata uang domestik. Nilai tukar Rupiah dapat mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan yang berkecimpung dalam dunia ekspor.

- Permintaan

Permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh seseorang dan atau kelompok pada harga tertentu dan jangka waktu tertentu pula.

I.6.2. Definisi Operasional

Definisi operasional ini dibuat dalam rangka mempermudah mengidentifikasi kriteria penelitian sehingga harapannya untuk memperjelas batasan dalam pengukuran proses penelitian. Indikator yang akan digunakan peneliti dalam menganalisis dampak inflasi dan nilai tukar rupiah di tengah pandemi Covid-19 terhadap permintaan pada UD Permata Furni menurut Rangkuty dan Efendi (2022), antara lain:

1. Inflasi

Inflasi menjadi faktor yang berhubungan dengan biaya kebutuhan bahan baku produksi dan biaya operasional perusahaan UD Permata Furni. Apabila biaya bahan baku dan biaya operasional mengalami perubahan, maka harga produk akan mengalami perubahan pula, hal tersebut memungkinkan adanya perubahan permintaan konsumen akan produk furnitur UD Permata Furni

2. Nilai Tukar Rupiah

Nilai Tukar Rupiah berhubungan dengan pendapatan UD Permata Furni atas permintaan produk furnitur yang mana transaksi pembelian konsumen dari UD Permata Furni menggunakan mata uang US Dollar.

3. Permintaan

Permintaan berhubungan dengan jumlah volume penjualan produk furniture UD Permata Furni yang diinginkan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu.

I.7. Metode Penelitian

I.7.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti pada penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur Pada UD Permata Furni” yaitu penelitian kualitatif yang didukung perhitungan statistika sederhana menggunakan pengujian korelasi dan pengujian regresi.

Penelitian kualitatif digunakan karena subjek penelitian ini lebih terfokus kepada satu perusahaan saja yang mana membutuhkan pemahaman secara mendalam serta informasi yang akurat supaya data yang disampaikan dapat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sedangkan perhitungan statistika sederhana digunakan sebagai hasil pengidentifikasian secara jelas antara keterkaitan kondisi saat ini dan kondisi yang terjadi di dalam internal perusahaan.

I.7.2. Situs Penelitian

Penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur” akan dilaksanakan di UD Permata Furni yang berlokasi di Jl. Tambak Aji I, Tambakaji, Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah.

I.7.3. Subjek Penelitian

Subjek yang akan menjadi pemberi informasi terkait hal-hal yang menyangkut kebutuhan data penelitian merupakan manager bagian *Production, Planning dan Inventory Control* serta *owner* dari perusahaan UD Permata Furni dan pegawai atau karyawan bagian ekspor produk UD Permata Furni.

I.7.4. Jenis Data

Pada hakikatnya, data penelitian merupakan keseluruhan informasi atau bahan yang disediakan oleh lingkungan yang perlu dicari, dikumpulkan serta dipilih oleh peneliti (Nugrahani, 2008). Pada penelitian kualitatif, biasanya peneliti akan menggunakan data lunak (*soft data*) yang berisikan kata-kata, ungkapan, kalimat, serta tindakan. Suatu kata atau tindakan tersebutlah yang nantinya akan diamati serta dialami oleh peneliti dan dijadikan sebagai data utama penelitian. Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan yaitu:

1) Data primer

Data primer juga dapat disebut sebagai data asli yang bersifat *up to date*. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada pegawai UD Permata Furni yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

- Memahami dan mengetahui pelaksanaan penjualan produk pada UD Permata Furni
- Memahami dan mengetahui data-data terkait pelaksanaan Kegiatan penjualan UD Permata Furni
- Terlibat langsung dalam pelaksanaan penjualan UD Permata Furni

2) Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan peneliti sebagai penunjang data primer pada penelitian ini adalah melalui laporan tahunan perusahaan UD Permata Furni pada tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022 serta data ekspor tahunan yang dapat diperoleh melalui beberapa *website* pemerintah seperti Badan Pusat Statistika, Kementrian Perindustrian, dan Kementrian Perdagangan.

I.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Dalam penelitian kualitatif ini adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu, sebagai berikut:

1. Wawancara dengan pihak terkait

Data yang didapatkan peneliti berupa kata-kata dan tindakan pada saat proses wawancara. Peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak terkait yang berkaitan dengan topik penelitian dan selanjutnya jawaban yang diberikan akan dituliskan serta direkam oleh peneliti untuk kemudian diolah menjadi suatu informasi yang lebih mudah dipahami.

Adapun dalam penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur Tahun 2020”, peneliti melaksanakan wawancara dengan pihak UD Permata Furni sebagai berikut:

- Bapak Erie Sasmito selaku pemilik atau *owner* dari UD Permata Furni yang akan menjelaskan terkait aktivitas perusahaan secara general sejak tahun 2019 hingga tahun 2022.

- Bapak Suranto selaku kepala PPIC UD Permata Furni yang akan menjelaskan terkait hal-hal yang lebih rinci terkait penjualan produk UD Permata Furni selama tahun 2019 hingga 2022.

2. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk memperkuat argument dan informasi yang diberikan pada saat wawancara. Studi pustaka didapatkan dari beberapa sumber seperti artikel ilmiah, sumber dari pengarsipan, serta dokumen perusahaan.

Pada penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur Tahun 2020”, peneliti menggunakan 2 jenis data sekunder untuk mendukung pengambilan hasil penelitian ini, yaitu:

1. Data atau dokumen yang didapatkan dari perusahaan UD Permata Furni, yaitu:
 - Data volume permintaan perusahaan tahun 2019-2022
 - Data jumlah pendapatan perusahaan tahun 2019-2022
2. Data atau dokumen yang didapatkan dari website pemerintah, yaitu:
 - Data terkait inflasi Provinsi Jawa Tengah tahun 2019-2022
 - Data terkait inflasi produk kehutanan tahun 2019-2022
 - Data terkait nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar tahun 2019-2022

I.7.6. Analisis dan Interpretasi Data

I.7.6.1. Kualitatif

Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2005) berpendapat bahwa terdapat tiga jenis kegiatan untuk menganalisis penelitian kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu kegiatan pemilihan, pemusatan perhatian yang disederhanakan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang didapatkan dari penelitian di lapangan.

2. Penyajian data

Penyajian data atau *display* data merupakan kegiatan analisis perancangan deret dan kolom matriks pada data kualitatif sehingga peneliti dapat menentukan jenis data yang digunakan pada matriks tersebut. Penyajian data ini merupakan kegiatan yang dilakukan setelah peneliti melakukan reduksi data. Penyajian data biasanya digambarkan dalam bentuk naratif, bagan, *flow chart* dan lain-lain.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan rangkaian proses terakhir dari kegiatan menganalisis penelitian kualitatif, dimana peneliti menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dengan memasukkan segala informasi penting yang didapatkan selama di lapangan dan dituliskan kedalam penulisan yang mudah dipahami.

I.7.6.2. Kuantitatif

Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi sebagai pengujian data yang berguna untuk mengidentifikasi kuat atau tidaknya keterkaitan antara 2 variabel atau lebih. Pada penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur Tahun 2020” ini, peneliti melakukan pengujian korelasi antara data yang didapatkan melalui website resmi pemerintah dengan data yang didapatkan dari perusahaan UD Permata Furni.

Pada pengujian ini, peneliti menggunakan pengujian statistika sederhana menggunakan Microsoft Excel, yang mana hasil pengujian akan dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Internal Koefisien	Tingkat Keterkaitan
0,0 – 0,199	Sangat Lemah
0,2 – 0,399	Lemah
0,4 – 0,599	Cukup Kuat
0,6 – 0,799	Kuat
0,8 – 1,00	Sangat Kuat

Tabel 1. 2 Koefisien Korelasi

Sumber: Metode Penelitian Bisnis, 2018

Uji Koefisien Regresi

Pengujian regresi merupakan pengujian data yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh suatu variabel atas variabel lain. Pada penelitian berjudul “Analisis Dampak Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Furnitur Tahun 2020” ini, peneliti melakukan pengujian regresi antara data yang didapatkan melalui website resmi pemerintah dengan data yang didapatkan dari perusahaan UD Permata Furni. Pada

pengujian koefisien regresi ini, peneliti menggunakan pengujian regresi linear sederhana menggunakan Microsoft Excel.

I.7.7. Kualitas Data

Pengujian penelitian kualitatif dilakukan untuk mendapatkan kualitas data yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan. Valid berarti peneliti menuliskan data dan informasi hasil penelitian sesuai dengan keadaan lingkungan objek yang diteliti, maka dari itu untuk melakukan pengujian data kualitatif, dapat menggunakan beberapa teknik yaitu:

I.7.7.1. Uji Kredibilitas

Teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang sudah ada sebelumnya. Menurut Sugiyono (2010) terdapat beberapa jenis teknik triangulasi yang dapat digunakan sesuai dengan jenis dan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang akan digunakan yaitu:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mendapatkan data dari berbagai sumber yang berbeda namun dengan menggunakan teknik yang sama untuk menguji kredibilitas data. Kesimpulan yang diambil dalam proses analisis data akan dibandingkan dengan data lain sebagai pembandingan data. Dalam hal ini peneliti menggunakan data yang didapatkan dari berbagai pihak yaitu data yang berasal dari internal perusahaan dan data yang disampaikan oleh pemerintah melalui berbagai situs *website* pemerintahan.

b. Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi ini dilakukan dengan cara pengambilan data dari sumber yang sama namun dengan teknik pengambilan yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi data yang didapatkan. Ketika terjadi perbedaan hasil analisis maka hal tersebut dapat dikomunikasikan kembali dengan sumber data terkait. Dalam hal ini peneliti melakukan konfirmasi kembali kepada pihak perusahaan UD Permata Furni dengan cara melakukan wawancara untuk mendapatkan hasil analisis data yang lebih konsisten.

I.7.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian data penelitian kualitatif yang berhubungan dengan kestabilan data. Data tersebut dapat dikatakan *reliable* apabila data yang digunakan sesuai dengan kondisi di lapangan. Nugrahani (2008) Reliabilitas data memfokuskan kepada bagaimana peneliti meminimalisasi kesalahan (*error*) serta penyimpangan (*bias*) pada suatu penelitian. Reliabilitas data pada penelitian kualitatif dapat diusahakan melalui pembuatan langkah-langkah penelitian seoperasional mungkin.

I.7.7.3. Uji Confirmability

Uji confirmability pada penelitian kualitatif berkaitan erat dengan kualitas dan kepastian hasil penelitian yang akan dikonfirmasi oleh orang lain, dalam hal ini yaitu dosen pembimbing. Pengujian confirmability merujuk kepada keselarasan proses dan fungsi penelitian yang dilakukan.