



Pembuktian Konsep Law Of One Price (LOOP) Dalam Absolute Purchasing Power Parity Menggunakan The Big Mac Index Antar Negara The Six Cheapest (Indonesia – Malaysia) Per Juli 2021

Dewi Cahyani Pangestuti, R. Ferry Riantiarno

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

dewichepe@upnvj.ac.id¹, ferry@gmail.com²

<https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.16316>

Informasi Artikel

Tanggal masuk :	1 Agustus 2021
Tanggal revisi :	24 Agustus 2021
Tanggal diterima:	1 Oktober 2021

Abstract

This study aims to prove the existence of the absolute purchasing power parity theory using The Big Mac Index, and takes the example of the six cheapest countries, two of which are Indonesia and Malaysia. The data taken is secondary data that has been measured and processed by The Economist, which contains the prices of the Big Mac units sold by each country. The Big Mac Index has 56 countries with different incomes. The method used is the descriptive method, with the literature method technique. The results show that, in the end, absolute purchasing power parity will not be formed in the free market. This is stated by the non-meeting points of purchasing power parity under conditions of real consumption. Also, it is proven by the undervalued value of the rupiah and ringgit in Indonesia and Malaysia against the US dollar, as well as the level of consumption of each country that must be adjusted.

Key words : The Law of One Price, Purchasing Power Parity, The Big Mac Index

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan eksistensi teori paritas daya beli absolut dengan menggunakan *The Big Mac Index*, pada contoh negara *The Six Cheapest*, dua diantaranya adalah Indonesia dan Malaysia. Data yang diambil adalah data sekunder yang diukur dan diolah oleh *The Economist* yang memuat harga-harga dari satuan Big Mac yang dijual oleh 56 negara dengan pendapatan yang berbeda-beda. Metode yang dipakai yakni metode deskriptif, dengan teknik metode kepustakaan. Hasil dari penelitian menunjukkan pada akhirnya paritas daya beli absolut tidak akan terbentuk di pasar bebas. Hal ini dinyatakan atas tidak bertemunya titik paritas daya beli dalam kondisi konsumsi riil. Serta dibuktikan dari *undervalued*-nya nilai rupiah dan ringgit pada negara Indonesia dan Malaysia terhadap dolar AS, serta tingkat konsumsi masing-masing negara yang harus disesuaikan.

Kata Kunci : Hukum Satu Harga, Paritas Daya Beli, The Big Mac Index

1. Pendahuluan

Tingkat inflasi sering berbeda-beda di setiap negara, menyebabkan pola perdagangan internasional dan nilai tukar menyesuaikan. Salah satu teori yang paling populer dan kontroversial dalam keuangan internasional adalah teori paritas daya beli (*Purchasing Power Parity*), yang mencoba mengukur hubungan antara inflasi dan nilai tukar. Teori ini mendukung gagasan tentang bagaimana inflasi yang relatif tinggi memberikan tekanan ke bawah pada nilai mata uang, tetapi paritas daya beli lebih spesifik membahas tentang sejauh mana mata uang akan melemah dalam menanggapi inflasi yang tinggi.[1,2].

Teori beli *Purchasing Power Parity* (PPP) sangat penting karena banyak digunakan untuk banyak tujuan, termasuk formula yang menentukan kepemilikan saham dan pembangunan garis kemiskinan internasional yang mendukung indikator inti untuk pembangunan internasional termasuk tujuan pembangunan milenium dan indeks pembangunan manusia. Nilai tukar riil yang mengacu pada PPP telah menjadi elemen penting dalam analisis daya saing. Secara khusus, negara-negara dengan nilai tukar riil *undervalued* relatif terhadap tingkat berbasis PPP yang disesuaikan dengan pendapatan yang diharapkan lebih kompetitif dalam ekspor manufaktur dan ini diterjemahkan menjadi dorongan langsung terhadap pertumbuhan ekonomi, [3].

Hubungan antara nilai tukar dan harga – dikarenakan inflasi yang tinggi – yang dirangkum dalam teori paritas daya beli dianggap sebagai salah satu yang tertua, dan mungkin paling kontroversial, dalam teori penentuan nilai tukar. Frenkel (1981) mengaitkan sebagian besar kontroversi dengan fakta bahwa teori ini tidak merinci mekanisme yang tepat bagaimana nilai tukar bisa dikaitkan dengan harga, atau mengenai kondisi tepat yang harus dipenuhi agar teori tersebut benar. Singkatnya, ia mengklaim bahwa teori paritas daya beli hanya menunjukkan hubungan antara dua variabel tanpa menjelaskan bagaimana hubungan tersebut dapat terjadi [4,5].

Hukum satu harga atau *Law of One Price* (LOOP) yang ditawarkan oleh paritas daya beli absolut tidak mengakui adanya eksistensi atas ketidaksempurnaan pasar. Peneliti memiliki hipotesis bahwa *law of one price* itu tidak mungkin terjadi, atau mustahil terjadi di era pasar kompetitif – yang terus mengadakan variasi barang – dan di negara yang memiliki fluktuasi ekonomi. Seperti yang dinyatakan oleh Madura bahwa teori ini tidak sejatinya eksis dalam dunia nyata, dikarenakan ada komoditas yang tidak mempunyai pilihan substitusi untuk produk yang diperdagangkan [1,6,7].

Hal tersebut diperkuat dengan adanya kritik terhadap konsep paritas daya beli absolut yang diungkapkan oleh Bartolini (1995). Kritik ini menyatakan bahwa perbedaan tingkat perubahan teknis di sektor yang diperdagangkan dengan yang tidak diperdagangkan telah lama diakui sebagai penyebab pergerakan berkelanjutan dalam nilai tukar riil ekuilibrium sebagai alasan atas kegagalan paritas daya beli secara terus-menerus. Hal ini terjadi karena meskipun persaingan pasar dapat membuat harga barang yang dapat diperdagangkan selaras secara internasional, harga barang yang tidak dapat diperdagangkan tidak perlu bergerak bersama di berbagai negara [4,5,8].

Namun meskipun begitu, ada berbagai penelitian yang dilakukan untuk membuktikan eksistensi konsep paritas daya beli dalam penentuan kurs mata uang sebagai berikut: penelitian yang dilakukan oleh [5] menyatakan bahwa konsep paritas daya beli ini memiliki banyak kegagalan dalam penerapannya untuk menentukan kurs mata uang. Banyak faktor seperti adanya sumbatan perdagangan internasional, komoditi domestik yang tidak diperdagangkan secara global, pasar persaingan tidak sempurna, dan ketidakseimbangan neraca transaksi berjalan serta tidak ada harga yang cenderung melekat pada jangka pendek. Hal ini menyimpulkan bahwa konsep paritas daya beli harus dilakukan penyempurnaan dengan memasukan unsur suku bunga dan jumlah uang yang beredar.

Selanjutnya, penelitian lain yang dilakukan oleh [10] menyatakan bahwa variabel rasio inflasi Indonesia dan inflasi di Amerika Serikat berpengaruh positif signifikan terhadap variabel nilai tukar rupiah terhadap dolar AS. Penelitian ini menunjukkan bahwa

purchasing power parity eksis terjadi untuk Amerika Serikat terhadap Indonesia antara kedua mata uang dan saling berkorelasi dikarenakan inflasi yang terjadi. Namun penelitian ini tidak memberikan gambaran spesifik mengenai komoditi apa yang secara nyata terkena dampak dari *purchasing power parity* itu sendiri.

Perubahan substansial dalam nilai mata uang dalam jangka panjang adalah hal biasa dalam dunia nilai tukar mengambang, memahami penilaian mata uang adalah tantangan intelektual yang signifikan dan sangat penting untuk kebijakan ekonomi, kelancaran fungsi pasar keuangan, dan manajemen keuangan banyak perusahaan internasional. Sementara ekonomi nilai tukar adalah bidang yang kontroversial, sejumlah besar penelitian sekarang menemukan bahwa dalam jangka panjang nilai tukar "berlabuh" oleh tingkat harga. Gagasan ini diwujudkan dalam teori *purchasing power parity* (PPP), yang menyatakan bahwa nilai tukar sebanding dengan rasio tingkat harga di kedua negara. Meskipun kadang-kadang nilai tukar menyimpang secara substansial dari rasio harga, ada kecenderungan yang berbeda untuk rasio ini untuk memainkan peran tren yang mendasarinya, atau jangkar, untuk nilai tukar. Artinya, sementara nilai tukar berkelok-kelok di sekitar rasio harga, dari waktu ke waktu memiliki kecenderungan untuk kembali ke nilai tren ini, sehingga rasio dapat dianggap sebagai "nilai dasar" mata uang [1,2].

Untuk mengetahui eksis atau tidaknya keberadaan teori *purchasing power parity*, digunakanlah sebuah indeks yang bisa menentukan kecenderungan pengaruh variabel-variabel yang saling mempengaruhi satu sama lain. Seperti yang dikatakan oleh Frankel (1994) bahwa, “*If purchasing power parity held among currencies, the proper test would be a simple matter of identifying the price index of the appropriate international basket of goods consumed by investors, and measuring asset returns in terms of it.*” [4]. Salah satu indeks yang bisa mengukur itu adalah *The Big Mac Index*.

Cara baru dan sederhana untuk membuat perbandingan PPP diperkenalkan pada tahun 1986 oleh majalah *The Economist*. Ini melibatkan penggunaan harga hamburger Big Mac di dalam dan luar negeri sebagai rasio harga yang mencerminkan nilai mata uang yang mendasarinya. Rasio harga ini dikenal sebagai "Big Mac Index" (BMI), yang membentuk dasar untuk "burgernomics". Jika dibandingkan dengan nilai tukar aktual, BMI dimaksudkan untuk memberikan indikasi sejauh mana mata uang dinilai *overvalued* atau *undervalued* sesuai dengan hukum satu harga. Dalam metafora instruktif, *The Economist* (26 Agustus 1995) menggambarkan pendekatan yang mendasari BMI dalam istilah berikut: Misalkan seorang pria memanjat lima kaki ke dinding laut, kemudian turun dua belas kaki. Apakah dia tenggelam atau tidak tergantung pada seberapa tinggi di atas permukaan laut dia ketika dia mulai. Masalah yang sama muncul dalam memutuskan apakah mata uang kurang atau terlalu dihargai. Nilai tukar saat ini analog dengan posisi pria di dinding laut dan tingkat PPP adalah permukaan laut, sehingga apakah mata uang tersebut benar dihargai oleh pasar ditentukan oleh mengacu pada nilai PPP-nya. Identifikasi nilai PPP mata uang dengan permukaan laut juga sesuai dengan gagasan bahwa "air menemukan levelnya sendiri", sehingga seiring waktu mata uang harus cenderung kembali ke nilai PPP-nya. Sementara model penetapan harga mata uang informal, BMI berakar pada teori PPP dan memberikan contoh menarik dari interaksi produktif antara penelitian ekonomi fundamental, jurnalisme dan pasar keuangan.

Adapun penelitian yang membahas mengenai penggunaan *The Big Mac Index* dan hubungannya dengan disparitas pendapatan riil. Seperti yang dilakukan oleh [11] yang menemukan pandangan orang awam akan berfikir – dalam konsep *purchasing power parity* – bahwa semakin murah suatu komoditas, maka semakin baik untuk suatu negara. Namun hal itu ternyata keliru, karena baik atau tidaknya suatu negara ditunjukkan dari *over-valued* ataupun *under-valued* suatu mata uang. Sekalipun indikatornya adalah sebuah Big Mac. Penelitian ini didasari atas fakta bahwa meskipun India menjual Big Mac dengan harga termurah, orang-orang disana tetap tidak mampu untuk membelinya.

Penelitian mengenai *purchasing power parity* dan *Big Mac Index* masih belum banyak dan topik ini jelas sangat penting mengingat manajemen keuangan internasional berkembang pesat. Karena *Big Mac Index* sekarang menjadi model yang profesional dan matang, mampu mengevaluasi secara luas terhadap operasi pasar mata uang, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya eksistensi akan kesamaan harga yang diusung oleh konsep LOOP sebagai landasan atas nyatanya teori paritas daya beli absolut dengan menggunakan *The Big Mac Index* sebagai instrumennya, dan mengambil contoh pada negara *the six cheapest*, dua diantaranya adalah Indonesia dan Malaysia.

Konsep Law of One Price (LOOP)

Konsep “*Law of One Price*” atau konsep hukum satu harga adalah konsep dimana harga satu komoditas identik di dua negara yang berbeda akan sama jika dihitung menggunakan valuta yang sama. Konsep ini berkaitan dengan dampak arbitrase pasar dan perdagangan pada harga komoditas identik yang dipertukarkan di dua pasar atau lebih. Konsep hukum satu harga dengan ini menegaskan adanya realitas atas pasar yang tidak sempurna [6,7,12,13]. Argumen dasar atas konsep ini dihadapkan pada pasar yang efisien, di mana seharusnya hanya ada satu harga komoditas identik tersebut, di negara manapun komoditas tersebut diperdagangkan. Namun, karena adanya biaya transportasi dan transaksi atas suatu komoditas, konsep hukum satu harga harus dirumuskan ulang ketika diterapkan pada perdagangan spasial [6,7,12,13].

Hukum satu harga hanya memperhitungkan *frictionless market*, di mana tidak ada biaya transaksi, biaya transportasi, batasan hukum, nilai tukar mata uang yang sama, dan tidak ada manipulasi harga oleh pembeli atau penjual. Hukum satu harga ada karena perbedaan antara harga aset di lokasi yang berbeda pada akhirnya akan terhapus karena adanya peluang arbitrase [6,7,12,13,14]. Menurut konsep ini, peluang arbitrase akan tercapai di mana pedagang akan membeli komoditi di pasar yang tersedia dengan harga lebih rendah dan kemudian menjualnya di pasar yang tersedia dengan harga lebih tinggi. Seiring waktu, kekuatan ekuilibrium pasar akan menyelaraskan harga setiap komoditi [7,12].

Absolute Purchasing Power Parity

Teori *Purchasing Power Parity* (PPP) atau paritas daya beli merupakan konsep yang menjelaskan bahwa nilai tukar antara dua mata uang ditentukan oleh perbedaan tingkat harga di masing-masing negara. Konsep paritas daya beli dibagi dua berdasarkan ketetapanannya, yaitu absolut dan relatif. Paritas daya beli dikatakan absolut apabila harga produk yang sama di dua negara berbeda akan sama jika dikur dengan valuta yang sama. Sebaliknya, paritas daya beli dikatakan relatif jika harga produk yang sama di dua negara

berbeda akan berbeda karena konsep relatif ini mengakui adanya eksistensi dari ketidaksempurnaan pasar [4,11].

Selanjutnya, Madura menambahkan bahwa bentuk absolut dari paritas daya beli didasarkan pada gagasan bahwa, dengan tidak adanya batasan internasional, konsumen akan mengalihkan permintaan mereka ke tempat yang memiliki harga terendah. Implikasinya adalah bahwa harga satu komoditas yang sama di dua negara yang berbeda harus sama jika diukur dalam mata uang yang sama. Jika ada perbedaan harga yang diukur dengan mata uang umum tersebut, maka permintaan harus bergeser sehingga harga-harga ini bertemu [1,2].

Paritas daya beli absolut adalah rasio tingkat harga yang diukur sebagai jumlah unit mata uang per unit kuantitas fisik. Karena paritas daya beli absolut mengukur mata uang asing sebagai rasio antara tingkat harga domestik dengan tingkat harga asing, maka dimensinya adalah jumlah unit mata uang domestik per unit mata uang asing [4]. Namun, adanya biaya transportasi, tarif, dan kuota menjadikan bentuk paritas daya beli absolut tidak realistis. Jika biaya transportasi tinggi, maka permintaan untuk satu komoditas produk mungkin tidak bergeser seperti yang diharapkan. Dalam hal ini, perbedaan harga akan terus berlanjut dan tampak [1,15].

Pada kenyataannya, paritas daya beli sulit dicapai, karena berbagai biaya yang muncul dalam perdagangan dan ketidakmampuan untuk mengakses pasar bagi sebagian individu. Namun, rumus paritas daya beli dipercaya berguna untuk membandingkan harga di seluruh pasar yang memperdagangkan mata uang yang berbeda. Karena nilai tukar dapat sering berubah, rumusnya dapat dihitung ulang secara teratur untuk mengidentifikasi kesalahan harga di berbagai pasar internasional [5,12].

Adapun menghitung paritas daya beli memungkinkan para ahli untuk menentukan biaya hidup di negara lain dibandingkan dengan negara domestik. Paritas daya beli adalah alat yang baik untuk membandingkan output PDB antar negara, dan juga digunakan untuk menentukan ekonomi mana yang besar dan kecil. Namun jika melibatkan banyak faktor seperti perbedaan pajak, tarif, biaya angkutan, biaya impor, dan sejenisnya, maka perhitungan paritas daya beli menjadi sangat kompleks, dan hal tersebut paling baik dilakukan oleh para ahli [8].

The Big Mac Index

The Big Mac Index merupakan sebuah bentuk survei yang dibuat oleh majalah *The Economist* pada tahun 1986 untuk mengukur paritas daya beli (PPP) antar negara, dengan menggunakan harga dari Big Mac yang dimiliki oleh McDonald's sebagai *benchmark* [16]. *The Big Mac Index* berlandaskan pada teori paritas daya beli, yang mempertimbangkan gagasan tentang sejumlah komoditas yang identik di berbagai negara. *The Big Mac Index* membandingkan harga Big Mac yang terjual di beberapa negara sebagai variabel kontrolnya, [17].

Menurut [18], kondisi pembatasan di mana paritas absolut berlaku, yaitu, pertama tidak adanya hambatan untuk perdagangan internasional, yang juga mengesampingkan barang-barang non-perdagangan; dan kedua keranjang identik yang mendasari indeks harga di negara induk dan negara-negara asing. Kondisi PPP relatif yang lebih lemah sebagian besar menghindari masalah pertama, yang menyumbang penggunaannya yang lebih sering dalam praktik, tetapi masalah keranjang identik tetap ada. Anehnya, *Big Mac*

Index menggunakan paritas absolut dalam konteks keranjang tunggal yang bagus, hamburger Big Mac. Hamburger McDonald's Big Mac memiliki berbagai bahan yang dapat diperdagangkan seperti daging sapi giling, keju, selada, bawang, roti, dll., Dan bahan-bahan yang tidak dapat diperdagangkan seperti tenaga kerja, sewa, dan listrik, serta bahan-bahan lain seperti minyak goreng, acar dan biji wijen. Dengan memperkirakan fungsi biaya Big Mac menggunakan harga berbagai bahan. Bahan-bahan penting dalam Big Mac adalah:

Tabel 1. Biaya Dalam Pembuatan Big Mac

Bahan	Pembagian biaya (%)	
Dapat diperdagangkan:		
Daging sapi	9.0	
Keju	9.4	
Roti	12.1	30.5
Tidak dapat diperdagangkan		
Tenaga Kerja	45.6	
Sewa	4.6	
Listrik	5.1	55.3
Lain-lain		14.2
Total		100

Sumber : [18]

Dengan demikian kita dapat menganggap harga Big Mac sebagai biaya sekeranjang input, adalah biaya keranjang barang pasar. Dengan membandingkan harga Big Mac di AS dan negara-negara lain, majalah *The Economist* menilai apakah mata uang dengan harga yang tepat berdasarkan gagasan bahwa Big Mac harus mempunyai biaya yang sama di mana-mana di seluruh dunia ketika menggunakan mata uang bersama. Karena keranjang yang terkait dengan harga dapat dianggap hampir identik di negara induk dan negara-negara asing. BMI dengan cerdas menghindari masalah yang kedua di atas terkait dengan PPP absolut. Tetapi karena biaya transportasi dan hambatan perdagangan lainnya tidak diperbolehkan ketika membandingkan harga, ini adalah penerapan PPP absolut, sehingga dasar arbitrase paritas absolut hanya berlaku untuk barang yang diperdagangkan.

Secara teori, harga *Big Mac* mencerminkan sejumlah faktor ekonomi lokal, mulai dari biaya bahan hingga biaya produksi dan iklan. Metrik paritas daya beli yang dihasilkan oleh *The Big Mac Index* dianggap oleh banyak ahli sebagai ukuran yang wajar dari daya beli yang ada di dunia nyata [11,19,20]. *The Big Mac Index* dihitung dengan membagi harga *Big Mac* di satu negara dengan harga *Big Mac* di negara lain dalam mata uang lokalnya masing-masing untuk mendapatkan nilai tukar. Dengan kata lain, *The Big Mac Index* menggunakan rumus *purchasing power parity* dalam menentukan negara mana yang masuk kedalam kategori *overvaluation* dan *undervaluation*.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Implikasi PPP} = \frac{\text{Foreign price } (P_f)}{\text{Domestic price } (P_d)}$$

$$\text{Over atau under valuation} = \frac{\text{PPP} - e}{e}$$

$$\text{Real exchange rate } (e_g) = \frac{P_d \times e}{P_f} = \frac{P_d}{P_f / e}$$

$$\frac{e}{e_g} = \frac{P_f}{P_d} = PPP$$

Dimana:

(e) = Actual change rate

Namun perlu diperhatikan bahwa *actual change rate* – yang dihitung dalam dolar – tidak bisa menjamin bahwa satu komoditi homogen akan terjual dengan harga yang sama di setiap negara yang diukur. Inipun yang menjadi problem dalam paritas daya beli bahwa sebenarnya paritas daya beli dan *actual change rate* tidak mungkin bertemu karena beberapa barang tidak diperdagangkan terutama barang yang tidak identik [11,16,21].

The Big Mac Index telah lama menjadi instrumen untuk membuktikan nyata/tidaknya teori paritas daya beli. Karena indeks ini bisa sangat berguna untuk negara-negara dimana indeks yang bisa diandalkan — seperti *Consumer Price Index* (CPI) — yang tidak tersedia, termasuk negara yang memanipulasi statistik pemerintah atau tidak mempublikasikan data resmi [19,22].

2. Metode

Metode penelitian ini dengan pendekatan metode deskriptif, yang diartikan sebagai prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian dengan memaparkan keadaan objek yang diselidiki sebagaimana adanya, berdasarkan fakta-fakta yang aktual [23]. Metode deskriptif yang dipakai merupakan jenis metode deskriptif *cross sectional*, yang menekankan penelitian dalam kurun periode atau waktu tertentu, tepatnya per bulan Juli 2021.

Jenis data yang dipakai adalah data sekunder internal. Data sekunder merupakan data yang sudah dikoleksi melalui sumber primer dan dibuat tersedia bagi para peneliti untuk digunakan dalam penelitian mereka sendiri. Jenis data ini adalah jenis data yang telah dikumpulkan dan bersumber pada data masa lampau. Sementara [24] mendefinisikan secara spesifik data sekunder internal adalah data yang dikumpulkan oleh suatu perusahaan secara individual untuk tujuan *accounting*, laporan kegiatan pemasaran, dan *customer knowledge/database*. Data sekunder diambil dari data yang telah diukur dan diolah sedemikian rupa oleh *The Economist* yang bisa diakses dari laman web secara bebas. Data sekunder tersebut memuat harga-harga dari satuan Big Mac yang dijual oleh tiap-tiap negara. Jumlah negara yang diukur dalam *The Big Mac Index* berjumlah 56 negara dengan pendapatan yang berbeda-beda.

Sementara itu, penggunaan teknik penelitian metode kepustakaan, yaitu metode dengan cara mempelajari berbagai referensi bacaan yang dianggap relevan dan berkaitan dengan pokok bahasan. Dengan banyaknya bahan bacaan yang dijadikan acuan, dapat memperkaya artikel dengan berbagai pendapat dari penulis lain serta dapat mengkaji semua sumber yang telah diperoleh [25]. Metode ini digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk

membandingkan hasil data temuan dan menyelarasakannya dengan teori-teori yang sudah ada. Variabel bebas (independen) dari penelitian ini yaitu konsep *Law Of One Price* (LOOP) dalam *Absolute Purchasing Power Parity*, sedangkan untuk variabel terikat (dependen) dari penelitian ini adalah *The Big Mac Index antar negara The Six Cheapest* – dalam konteks yang spesifik yaitu Indonesia dan Malaysia per Juli 2021.

3. Hasil dan Pembahasan

Menurut data yang dilansir dari laman *The Economist*, Big Mac terjual seharga US\$5,71 di Amerika Serikat per Juli 2021. Peneliti mengambil pembandingan sebanyak dua negara yang ditujukan untuk menentukan perbedaan harga secara substansial di masing-masing negara pembandingan tersebut.

Peneliti memilih negara Indonesia dan Malaysia sebagai pembandingan. Negara Indonesia dan Malaysia dipercayai sebagai bagian dari negara *The Six Cheapest*, yang sebenarnya terdiri dari enam negara (Mesir, Ukraina, Rusia, Malaysia, Indonesia, dan Taiwan) dimana harga satuan *Big Mac* di masing-masing negara tersebut adalah harga yang diyakini termurah.

Harga satuan *Big Mac* yang ditawarkan di Indonesia adalah seharga Rp34.000 per Juli 2021, dan harga satuan Big Mac yang ditawarkan di Malaysia adalah seharga RM9,99 per Juli 2021. Jika harga US\$5,71 bisa membeli Rp34.000 ataupun RM9,99 di pasar valuta asing, *Big Mac* yang tersedia di Indonesia ataupun Malaysia akan membebani pembeli di Amerika Serikat dengan harga yang sama di ketiga negara.

Paritas daya beli menyiratkan bahwa nilai tukar ditentukan oleh nilai barang yang dapat dibeli mata uang. Perbedaan harga lokal – dalam kasus ini adalah harga *Big Mac* – dapat disarankan berapa nilai tukar yang seharusnya. Melalui *The Big Mac Index*, kemudian bisa diestimasi nilai dari suatu mata uang apakah itu *under* atau *overvalued* terhadap mata uang lainnya. Untuk membuktikan hal tersebut, dilakukan perhitungan atas paritas daya beli menggunakan *implied exchange rate*. Perhitungannya untuk negara Indonesia adalah sebagai berikut:

$$\text{Implikasi PPP} = \frac{\text{Foreign price } (P_f)}{\text{Domestic price } (P_d)}$$

$$\text{Implikasi PPP} = \frac{\text{Rp34.000}}{\$5,71} = 5.954,47$$

Namun dikarenakan *actual exchange rate* (*e*) untuk negara Indonesia adalah sebesar Rp14.435 per dolar. Jadi, pernyataan apakah Rupiah dinilai *overvaluation* atau *undervaluation* adalah sebagai berikut:

$$\text{Over atau undervaluation} = \frac{\text{PPP} - e}{e}$$

$$= \frac{5.954,47 - 14.435}{14.435} = -0,587 \text{ atau } 58,7\% \text{ (undervalued)}$$

Dari perhitungan tersebut, terlihat bahwa nilai rupiah lebih murah daripada hasil *implied exchange rate* (PPP). Ini menandakan bahwa dengan membandingkan dua valuta asing, kita bisa menyimpulkan bahwa rupiah dinilai terlalu rendah (*undervalued*) daripada dolar.

Sedangkan, perhitungan atas paritas daya beli untuk negara Malaysia adalah sebagai berikut:

$$\text{Implikasi PPP} = \frac{\text{Foreign price } (P_f)}{\text{Domestic price } (P_d)}$$

$$\text{Implikasi PPP} = \frac{\text{RM}9,99}{\$5,71} = 1,75$$

Dikarenakan *actual exchange rate* untuk negara Malaysia adalah sebesar RM4,27 per dolar. Jadi, pernyataan apakah Rupiah dinilai *overvaluation* atau *undervaluation* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Over atau undervaluation} &= \frac{\text{PPP} - e}{e} \\ &= \frac{1,75 - 4,27}{4,27} = -0,590 \text{ atau } 59\% \text{ (undervalued)} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut juga terlihat bahwa nilai ringgit lebih murah daripada hasil *implied exchange rate* (PPP). Ini menandakan bahwa dengan membandingkan dua valuta asing, kita bisa menyimpulkan bahwa ringgit pun dinilai terlalu rendah (*undervalued*) daripada dolar. Untuk mempermudahnya, perhitungan tersebut divisualisasikan kedalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Perhitungan PPP Indonesia dan Malaysia dengan *The Big Mac Index*

No.	Negara	Foreign Price (Pembanding)	Domestic Price	PPP	e	Overvalued/ Undervalued
1	Indonesia	Rp 34.000	\$ 5,71	Rp 5.954,47	Rp 14.435	-58,7%
2	Malaysia	RM 9,99	\$ 5,71	RM 1,75	RM 4,27	-59%

Sumber : data sekunder

Undervalued dari suatu mata uang menandakan bahwa mata uang tersebut berada dibawah paritas daya beli, yang artinya mata uang negara tersebut tidak menjangkau titik paritas daya beli. Hal ini juga diperkuat oleh banyak temuan bahwa bahwa mata uang di negara-negara ASEAN secara konsisten mengalami *undervalued* terhadap dolar AS selama dekade terakhir. Untuk itu diperlukan penyesuaian terhadap harga di negara pembanding agar paritas daya beli absolut dapat terwujud.

Cara untuk mewujudkan agar paritas daya beli terjadi adalah dengan menyeragamkan secara gamblang antar satuan harga *Big Mac*, caranya dengan membandingkan harga 1 *Big Mac* yang terjual di Amerika Serikat (sebagai negara *base currency*) dengan berapa banyak

Big Mac yang dibutuhkan di negara lain agar bisa memenuhi tetapan harga 1 *Big Mac* di Amerika Serikat. Untuk valuta rupiah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

1 Big Mac di Amerika Serikat = \$5,71

1 Big Mac di Indonesia = Rp34.000

1 Dolar AS per Juli 2021 = Rp14.435

Penyesuaian harga = Rp14.435 x \$5,71 = Rp82.43,8

$$= \frac{\text{Rp}82.423,85}{\text{Rp}34.000} = 2,42$$

Maka artinya, untuk memenuhi paritas daya beli, konsumen Indonesia harus membeli sekitar 2,42 Big Mac agar bisa menyanggupi keseragaman harga antara Indonesia dengan Amerika Serikat.

Sedangkan agar paritas daya beli terjadi juga untuk satuan ringgit, perhitungannya adalah sebagai berikut:

1 Big Mac di Amerika Serikat = \$5,71

1 Big Mac di Malaysia = RM9,99

1 Dolar AS per Juli 2021 = RM4,27

Penyesuaian harga = RM4,27 x \$5,71 = RM24,38

$$= \frac{\text{RM}24,38}{\text{RM}9,99} = 2,44$$

Maka artinya, untuk memenuhi paritas daya beli, konsumen Malaysia harus membeli sekitar 2,44 Big Mac agar bisa menyanggupi keseragaman harga antara Indonesia dengan Amerika Serikat. Namun angka yang didapat adalah bilangan desimal (dan bukan bilangan bulat), dimana hal ini tidak bisa direalisasikan ke dalam dunia nyata. Masyarakat tidak mungkin memesan dan mengkonsumsi sebanyak tepat 2,4 Big Mac dalam setiap konsumsinya. Angka yang mendekati dan sangat memungkinkan untuk direalisasikan adalah 2. Namun, paritas daya beli tetap tidak akan terwujudkan jika masyarakat hanya mengkonsumsi 2 Big Mac, dikarenakan masih membutuhkan 0,4 sisa Big Mac yang harus dibeli agar paritas daya beli secara persis terpenuhi.

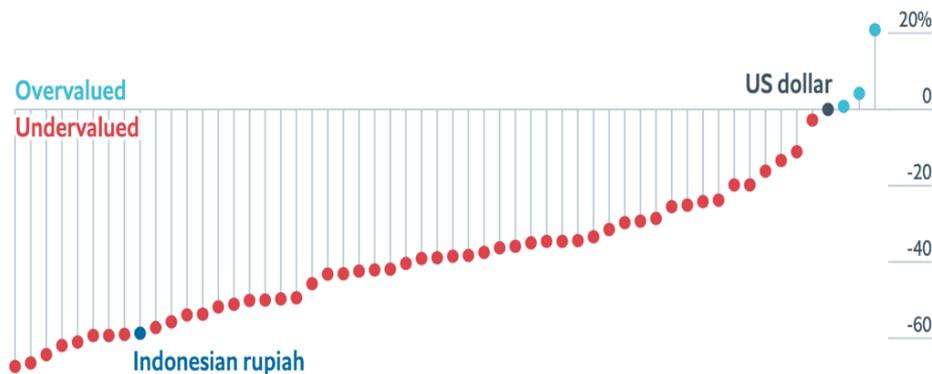
Dari penelitian ini bisa dikatakan bahwa paritas daya beli tidak mungkin terjadi, khususnya paritas daya beli absolut yang menekankan pada kenyataan bahwa harga satu komoditi barang dan jasa di dua negara pembanding harus sama jika dikonversikan ke mata

uang yang sama. Pada akhirnya, akan ada penyesuaian-penyesuaian yang tidak bisa direalisasikan secara langsung jika dihadapkan pada kenyataan bahwa komoditi-komoditi tertentu (seperti FMCG) tidak bisa dibagi kedalam bentuk pecahan.

Meskipun terjadi penyesuaian, pada akhirnya konsumsi masyarakat akan menjadi penentu bahwa konsep hukum satu harga yang dibawa oleh paritas daya beli absolut tidak akan terbentuk di pasar bebas. Hal ini dikarenakan jika kita menghitung suatu komoditi menggunakan satuan hitung valuta yang sama, maka setiap negara akan mengalami *overvalued* dan *undervalued* tergantung dari sejauh mana negara tersebut menawarkan harga 1 Big Mac kepada konsumennya. Ketika *overvalued* ataupun *undervalued* terjadi, maka titik paritas daya beli tidak tercapai, akibatnya adalah terjadi kesenjangan harga dalam penjualan Big Mac. Ada negara yang menjual Big Mac dengan harga murah, ada pula negara yang menjual Big Mac dengan harga tertinggi. Karena semua itu diukur menggunakan *current currency* yang sama yaitu dolar AS.

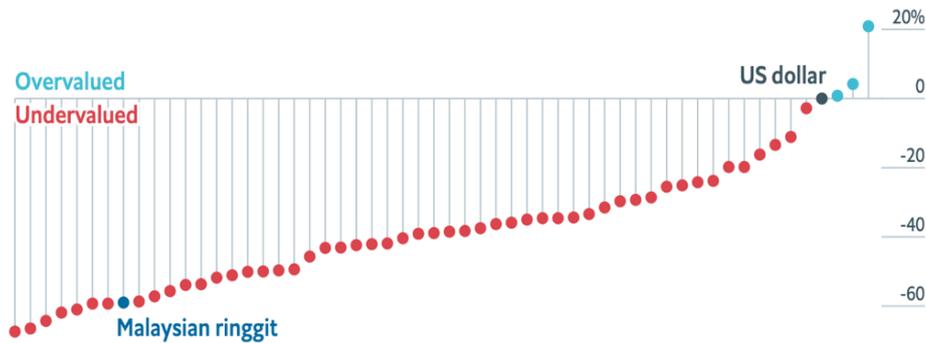
Dari data yang disajikan oleh *The Economist* per Juli 2021, hanya ada 3 negara yang masuk ke dalam kategori *overvalued*, yaitu Swedia, Lebanon, dan Swiss. Penjualan pada negara-negara tersebut memberi arti dan menunjukkan bahwa meskipun Big Mac ditawarkan dengan harga yang cukup mahal, namun tingkat konsumsi masyarakatnya masih mampu untuk membeli Big Mac tersebut. Dalam konsep paritas daya beli, kemampuan daya beli masyarakat juga diperhitungkan agar selaras dengan tingkat harga yang ditawarkan pada negara tersebut. Dalam kasus ini, penyesuaian harus dilakukan agar paritas daya beli tersebut tercapai. Konsumsi masyarakat Indonesia dan Malaysia harus diarahkan dua kali lipat agar bisa menyesuaikan dengan konsumsi masyarakat Amerika Serikat.

Berikut adalah grafik data dari keseluruhan negara dan posisi Indonesia-Malaysia yang telah dihitung dengan *The Big Mac Index*.



Gambar 1. Posisi Indonesia dari Keseluruhan Negara dalam *The Big Mac Index*

Sumber : *The Economist* 2021



Gambar 2. Posisi Malaysia dari Keseluruhan Negara dalam *The Big Mac Index*

Sumber : *The Economist* 2021

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat harga PPP lebih tinggi di negara-negara kaya (AS) dibandingkan negara – negara berkembang (Indonesia, Malaysia), hal ini sama seperti yang disarankan oleh efek Balassa-Samuelson. Menurut Balassa-Samuelson Effect dalam penelitian [3] perlu mempertimbangkan sejumlah faktor termasuk geografi, kebijakan dan lembaga yang mungkin diharapkan dapat mempengaruhi tingkat harga PPP. Beberapa faktor tersebut antara lain :

- a. Pendapatan. Efek Balassa-Samuelson mendalilkan bahwa negara-negara kaya relatif lebih produktif untuk sektor barang yang diperdagangkan dibandingkan di sektor jasa (tradisional) non-perdagangan. Ini bisa jadi karena negara kaya lebih mengandalkan pasar untuk input yang dibeli dan bahwa sektor transaksi intensif berfungsi lebih efektif dalam pendapatan yang lebih tinggi, dikelola dengan lebih baik. Efeknya adalah kenaikan upah di sektor non-perdagangan dan perdagangan, dan peningkatan harga relatif barang yang tidak diperdagangkan.
- b. Subsidi dan pajak, terutama pada energi. Subsidi energi cenderung memiliki efek besar terhadap harga dan biaya, sehingga negara-negara yang menghabiskan lebih banyak untuk subsidi dapat memiliki tingkat harga PPP yang relatif rendah untuk tingkat pendapatan mereka.
- c. Geografis. Posisi geografis, isolasi dan keterpencilan merupakan hambatan untuk diversifikasi ekonomi dan pertumbuhan. Faktor geografis kemungkinan akan mempengaruhi tingkat harga, melalui pengaruhnya terhadap biaya transportasi untuk barang yang diperdagangkan serta ukuran dan kepadatan penduduk. Negara-negara yang lebih kecil dan lebih terisolasi, seperti negara-negara pulau, harga produk cenderung relatif mahal. Demikian pula, negara-negara yang jarang penduduknya mungkin akan mempunyai tingkat harga yang relatif tinggi.
- d. Pasar tenaga kerja terbuka. Negara-negara dengan lebih banyak migran cenderung memiliki nilai tukar PPP yang lebih rendah. Migran tampaknya menciptakan stimulus

pasokan positif ke sektor non-perdagangan, menurunkan harga dan membuat ekonomi lebih kompetitif terhadap harga, terutama di negara maju. negara-negara berpenghasilan tinggi. Keuntungan dari kebijakan pasar tenaga kerja terbuka tampaknya lebih dari cukup untuk mengimbangi efek PPP yang diharapkan dari pembagian hasil di antara populasi yang lebih besar.

- e. Ketimpangan. Ketimpangan pendapatan yang lebih tinggi, yang diukur dengan indeks Gini yang lebih tinggi, dikaitkan dengan tingkat harga PPP yang lebih tinggi. Efek ini sebagian besar dirasakan di negara-negara berpenghasilan rendah: untuk negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah, peningkatan Gini yang sama dikaitkan dengan tingkat harga PPP 9% lebih tinggi dan untuk negara-negara yang memenuhi syarat IDA dengan kenaikan hampir 14%. Untuk kelompok negara berpenghasilan tinggi dan menengah, tidak terdapat hubungan antara ketimpangan dan PPP.

4. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, pada akhirnya paritas daya beli absolut tidak akan terbentuk di pasar bebas. Hal ini dinyatakan atas tidak bertemunya titik paritas daya beli dalam kondisi konsumsi riil. Serta dibuktikan dari *undervalued*-nya nilai rupiah dan ringgit pada negara Indonesia dan Malaysia terhadap dolar AS, serta tingkat konsumsi masing-masing negara yang harus disesuaikan.

Meskipun mendekati, perlu ada penyesuaian-penyesuaian yang bersifat semu dan tidak mungkin dilakukan dalam dunia nyata. Produk *Big Mac* yang masuk kedalam sektor FMCG tidak mungkin dijual secara pecahan. Untuk itu meskipun penyesuaian dilakukan untuk mendekati titik paritas daya beli, hal tersebut tetap tidak bisa dilakukan di dunia nyata.

Implikasi yang sebenarnya adalah dalam praktiknya, *The Big Mac Index* sebenarnya membuktikan dua probabilitas, yang pertama adalah sejauh mana paritas daya beli tidak akan eksis di dunia ini, dikarenakan adanya negara-negara yang masuk ke dalam kategori *overvalued* dan *undervalued*. Sehingga titik paritas daya belinya tidak bertemu dengan negara *current currency*, serta yang kedua adalah untuk membuktikan apakah paritas daya beli masih memiliki kemungkinan untuk eksis dengan cara melihat garis titik temu antara negara perbandingan dan negara *current currency* yang jadi perbandingan (dalam kasus ini dolar AS). Jika negara tersebut tidak masuk kedalam kategori *overvalued* maupun *undervalued*, maka paritas daya beli eksis pada negara tersebut.

Manfaat penggunaan *The Big Mac Index* ini adalah sebagai prediktor bias nilai mata uang. *The Big Mac Index* dapat melacak nilai tukar mata uang dengan cukup baik dalam jangka menengah hingga jangka panjang sesuai dengan teori paritas daya beli relatif. Indeks ini setidaknya sama baiknya dengan standar industri, model random walk, dalam memprediksi nilai mata uang masa depan tetapi tidak untuk jangka pendek. Nilai tukar nominal masa depan lebih responsif daripada harga terhadap mispricing mata uang.

Kontribusi dari penelitian ini adalah untuk menyajikan pendekatan yang sederhana dalam mengeksplorasi topik yang kompleks termasuk ketidaksetaraan pendapatan di tiap negara.

Daftar Rujukan

- [1] Madura J. International financial management. Cengage Learning; 2020.
- [2] Pangestuti DC. Manajemen Keuangan Internasional. Deepublish; 2020.
- [3] Gelb A, Diofasi A. What determines purchasing-power-parity exchange rates? *Rev Deconomie Du Dev* 2016;24:93–141.
- [4] Ong L. The Big Mac Index: applications of purchasing power parity. Springer; 2003.
- [5] Atmadjaja YVI. Konsep Purchasing Power Parity Dalam Penentuan Kurs Mata Uang 2013;1:49–53.
- [6] Persson K. Law of one price. *EH Net Encycl Ed by Robert Whaples* 2008;10.
- [7] Haskel J, Wolf H. The law of one price—a case study. *Scand J Econ* 2001;103:545–58.
- [8] Amadeo K. How to Calculate and Use Purchasing Power Parity - PPP. Balanc 2020.
- [9] Atmadjaja YVI. Konsep Purchasing Power Parity Dalam Penentuan Kurs Mata Uang 2013.
- [10] Nasution DP, Lubis AFI. Efektifitas Teori Purchasing Power Parity Pada Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dollar AS. *J Kaji Ekon Dan Kebijak Publik* 2017;2:1–11.
- [11] Atal V. The Big Mac Index and real-income disparity. *J Bus Econ Res* 2014;12:231–6.
- [12] Chappelow J. Law Of One Price Definition. *Investopedia* 2020:3–4.
- [13] Falahati K. Time, Arbitrage, and the Law of One Price: The Case for a Paradigm Shift. *J Econ Issues* 2019;53:115–54.
- [14] Góes C, Matheson T. Domestic market integration and the law of one price in Brazil. *Appl Econ Lett* 2017;24:284–8.
- [15] WATI D, SE MM. Manajemen Keuangan 1997.
- [16] Segal T. What Is the Big Mac Index? *Investopedia* 2018.
- [17] Clements KW, Si J. Simplifying The Big Mac Index. *J Int Finance Manag & Account* 2017;28:86–99.
- [18] Parsley DC, Wei S-J. A prism into the PPP puzzles: the micro-foundations of Big Mac real exchange rates. *Econ J* 2007;117:1336–56.

- [19] Kuepper J. What Is the Big Mac Index? Balanc 2020.
 - [20] Clements KW, Lan Y, Seah SP. The Big Mac Index two decades on: an evaluation of burgeronomics. *Int J Finance & Econ* 2012;17:31–60.
 - [21] Living Economics: Big Mac Index (transcript) n.d.
 - [22] Jiawen Y. Nontradables and the valuation of RMB—An evaluation of the Big Mac index. *China Econ Rev* 2004;15:353–9.
 - [23] Nawawi H, Hadari MM. Instrumen penelitian bidang sosial 2012.
 - [24] Hermawan A. Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitatif. Jakarta: PT Grasindo; 2005.
 - [25] Siddik M. Dasar-dasar Menulis dengan Penerapannya. Tunggal Mandiri Publishing; 2016.
- .