

BAB II

KAJIAN PUSTAKA dan LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan mengenai perdagangan kelapa sawit sebagian besar membahas masalah prospek perdagangan dilihat dari elastisitas permintaan impor dan ekspor. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Susilowati (1989), Simanjuntak (1992), dan Manurung (1993). Sedangkan penelitian mengenai daya saing ekspor menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) juga telah banyak dilakukan diantaranya oleh Meryana (2007) dan Febriyanthi (2008).

Susilowati (1989) mempelajari keadaan pasar minyak sawit dunia dan kaitannya dengan penawaran ekspor Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan permintaan impor dan penawaran ekspor beberapa konsumen (Amerika Serikat, MEE, dan Jepang) dan produsen utama (Malaysia dan Indonesia) minyak sawit dunia. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah *Two Stage Least Square* (2SLS). Dari hasil analisisnya, Susilowati (1989) memperoleh kesimpulan antara lain: (1) elastisitas harga penawaran ekspor Indonesia tidak seperti yang diharapkan karena mempunyai tanda negatif dengan koefisien -2.589, (2) elastisitas permintaan minyak sawit domestik terhadap pendapatan bersifat elastis, (3) permintaan impor minyak sawit Jepang, AS dan MEE bersifat inelastis, (4) perubahan harga minyak sawit Malaysia merupakan respon yang elastis terhadap penawaran ekspor minyak sawit Indonesia, dan (5) respon permintaan minyak sawit AS

terhadap perubahan pendapatan bersifat elastis yang diduga disebabkan oleh karena pergeseran pola konsumsi dari minyak kedele ke minyak sawit.

Turnip et al (2016) dalam jurnal Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Internasional menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis keunggulan komperatif dan posisi Indonesia sebagai negara importir atau eksportir. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), serta *Diamond Porter*. Hasil dari penelitian ini yaitu nilai RCA Indonesia sebesar 66,12 ini berarti Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Selama periode 1999-2014 Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih tinggi dibanding Malaysia dan Thailand.

Ermawati dan Saptia (2013) dalam jurnal Kinerja Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kinerja ekspor Crude Palm Oil (CPO) dan Palm Kernel Oil (PKO) Indonesia di negara tujuan ekspor. Metode analisis yang digunakan adalah indeks Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Constant Market Share (CMS). Berdasarkan hasil analisis RCA menunjukkan bahwa kinerja ekspor CPO dan PKO Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand, tetapi sama dengan Colombia. Sementara hasil dari analisis CMS, kinerja ekspor CPO dan PKO cenderung menurun dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor seluruh produk dunia.

Meryana (2007) melakukan penelitian tentang daya saing ekspor kopi robusta Indonesia di pasar internasional menggunakan analisis *Revealed*

Comparative Advantage (RCA). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: (1) pasar persaingan dalam bentuk oligopoli, kondisi tersebut ditunjukkan dengan rata-rata nilai *Herfindahl Index* (HI) sebesar 0,2 dari tahun 1996-2006. Sedangkan pasar oligopoli ditunjukkan dengan total nilai CR4 sebesar 75 persen, (2) nilai RCA lebih dari satu pada tahun 2006, yaitu sebesar 9,7 ini berarti industri kopi robusta memiliki keunggulan kompetitif. Walaupun demikian, daya saingnya masih rendah jika dibandingkan dengan negara Pantai Gading dan Uganda yang merupakan produsen dan eksportir kopi robusta utama di dunia, (3) industri kopi robusta mempunyai keunggulan kompetitif, hal ini dapat dilihat dari kondisi faktor sumber daya yang secara keseluruhan mendukung.

Febriyanthi (2008) melakukan penelitian dengan metode RCA tentang daya saing teh Indonesia di pasar Internasional. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut : (1) pasar persaingan oligopoli dan monopoli yang dihadapi Indonesia dalam pasar teh Internasional, (2) berdasarkan analisis keunggulan komparatifnya komoditi teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat . Beberapa tahun belakang pangsa teh Indonesia mengalami penurunan (3) dilihat dari keunggulan kompetitif, walaupun kondisi fisik di Indonesia mendukung peningkatan daya saing komoditi teh, tetapi komoditi teh menurun daya saingnya karena berbagai faktor dan kendala yang dihadapi industri budidaya teh nasional di dalam negeri.

Komoditi kelapa sawit merupakan salah satu sektor perkebunan unggul Indonesia, penelitian sebelumnya banyak yang membahas tentang komoditi kelapa sawit terutama mengenai daya saingnya. Penelitian ini menggunakan alat

analisis yang sama yaitu RCA, namun terdapat perbedaan yang lain yaitu peneliti menggunakan analisis pangsa pasar dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian yang Dilakukan dengan Penelitian Terdahulu

Judul	Variabel	Metode	Hasil
Susilowati Pasar minyak sawit dunia dan kaitannya dengan penawaran ekspor Indonesia. 1989	Nilai ekspor, nilai impor	2 SLS	Elastisitas harga penawaran ekspor Indonesia -2.589, perubahan harga minyak sawit Malaysia merupakan respon yang elastis terhadap penawaran ekspor minyak sawit Indonesia
Sry March Lely Turnip. Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Internasional. 2016	Nilai ekspor komoditi CPO, total ekspor seluruh komoditi, nilai impor CPO	RCA, ISP	Nilai RCA CPO Indonesia sebesar 66,12 berarti CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif terbesar di pasar Internasional sedangkan Malaysia dan Thailand nilai RCA sebesar 19,82 dan 1,91.
Tuti Ermawati dan Yeni Saptia. Ekspor CPO dan PKO Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand. 2013	Nilai ekspor komoditi CPO, total ekspor seluruh komoditi	RCA	Ekspor CPO dan PKO Malaysia dan Thailand lebih tinggi dibandingkan Indonesia.
Meryana. Industri kopi robusta Indonesia memiliki keunggulan komperatif.. 2007	Nilai ekspor komoditi CPO, total ekspor seluruh komoditi	RCA	Industri kopi robusta Indonesia memiliki keunggulan komperatif.
Febriyanthi.	Nilai ekspor	RCA	Daya saing komoditi teh

Daya saing teh Indonesia di pasar Internasional. 2008	komoditi CPO, total ekspor seluruh komoditi		Indonesia lebih besar dilihat dari analisis keunggulan komparatifnya.
---	---	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional sering timbul karena adanya manfaat yang diperoleh kedua negara dari perbedaan harga, yaitu dengan cara mendapatkan harga barang yang lebih rendah dan dapat menjual keluar negeri dengan harga yang relatif tinggi. Dengan adanya perbedaan harga barang dan jasa di berbagai negara, serta pendapatan ini yang menyebabkan timbulnya perdagangan Internasional.

Teori perdagangan Internasional terjadi karena akibat keterbatasan sumber daya yang ada pada negara tersebut. kegiatan jual beli ini sangatlah penting dalam pemenuhan kebutuhan suatu negara yang tidak dapat diproduksi negara tersebut. Baik itu keterbatasan sumber daya alam, sumber daya manusia, ataupun modal.

Konsep perdagangan Internasional bahwa satu-satunya cara bagi sebuah negara untuk menjadi kaya dan kuat dengan melakukan sebanyak mungkin ekspor dan sedikit mungkin impor (Salvatore, 1997).

2.2.2 Teori Ekspor

Ekspor suatu negara merupakan selisih antara produksi atau penawaran domestik dikurangi dengan konsumsi atau permintaan domestik negara yang bersangkutan ditambah dengan stok tahun sebelumnya (Salvatore: 1997).

Ekspor dapat mendorong dinamika pertumbuhan perdagangan Internasional dengan memberikan rangsangan terhadap kegiatan perdagangan internasional menyebabkan tumbuhnya industri pabrik-pabrik besar, bersamaan dengan struktur politik yang stabil sehingga suatu negara yang sedang berkembang dapat mencapai kemajuan perekonomian seperti negara yang lebih maju.

Ekspor adalah suatu kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh dua negara untuk tujuan memperoleh keuntungan. Kegiatan ekonomi ini terjadi proses penjualan dan pengiriman suatu barang atau jasa dari dalam negeri ke negara lain. Kegiatan ekspor dapat terjadi jika kebutuhan di dalam negeri sudah terpenuhi dan ada permintaan dari negara lain.

2.2.3 Konsep Daya Saing

Menurut Simanjuntak (1992) dalam Febriyanti (2008) daya saing terjadi jika produsen mempunyai kemampuan untuk memproduksi suatu barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dari harga yang ada di pasar Internasional sehingga kegiatan produksi tersebut menguntungkan. Pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing dapat dilihat dari tingkat keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.

Daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menguasai, meningkatkan dan mempertahankan suatu posisi pasar dengan cara mendapatkan keuntungan atau memperbesar skala usahanya. Tinggi rendahnya daya saing suatu negara akan mempengaruhi keberhasilan perdagangan di Internasional. (Bustami dan Hidayat, 2013:56).

a. Konsep Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa perdagangan bisa terjadi dan menguntungkan antara dua negara meskipun hanya satu negara yang mempunyai keuntungan mutlak pada kedua jenis barang. Masing-masing negara punya keunggulan komparatif jika adanya pertukaran yang saling menguntungkan. Suatu negara dikatakan unggul jika memiliki keunggulan suatu barang lebih besar dibandingkan barang lain.

Pada awal abad ke 19 David Ricardo mengemukakan tentang konsep keunggulan komparatif. Adanya perbedaan keunggulan komparatif antar negara menyebabkan terjadinya perdagangan Internasional. Jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah dari pada negara lainnya maka negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif.

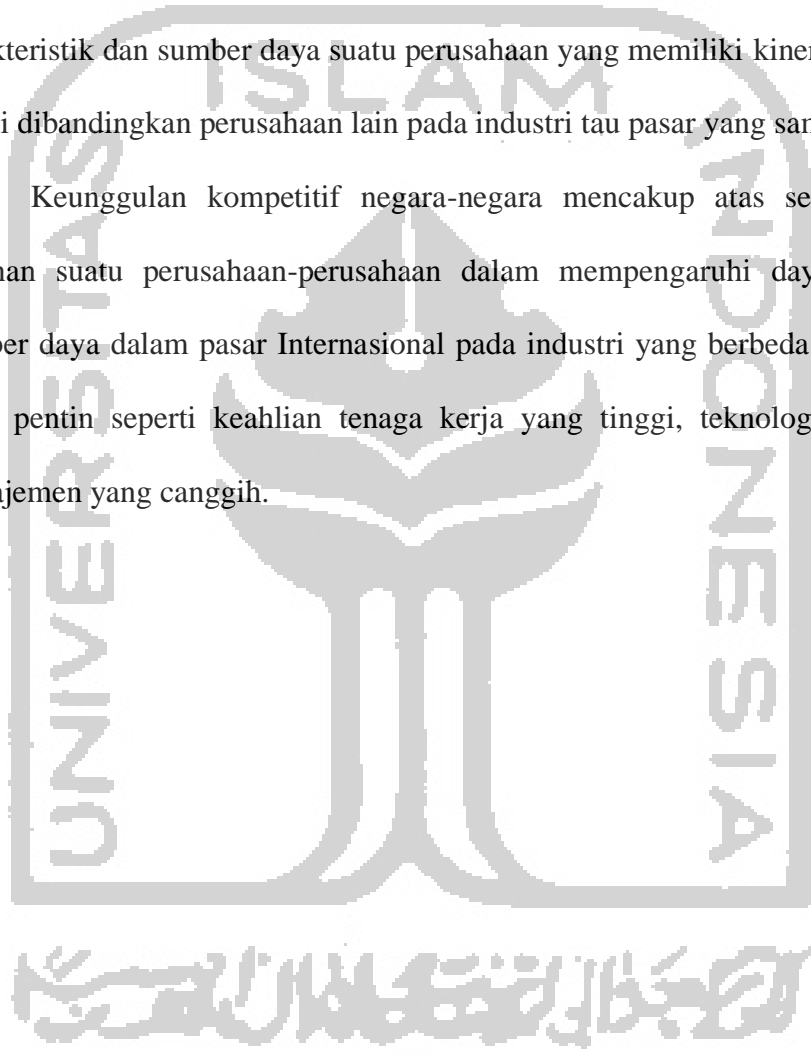
Apabila suatu negara kurang efisien dalam memproduksi dua jenis komoditi dibandingkan negara lain, namun masih adanya dasar untuk melakukan perdagangan yang saling menguntungkan, maka negara yang kurang efisien akan melakukan spesialisasi produk dan mengekspor komoditi yang memiliki kerugian absolut paling kecil. Dari sinilah negara tersebut memiliki keunggulan komparatif

karna adanya keunggulan yang lebih besar pada suatu barang atau jasa dibandingkan negara lain (Salvatore, 1997).

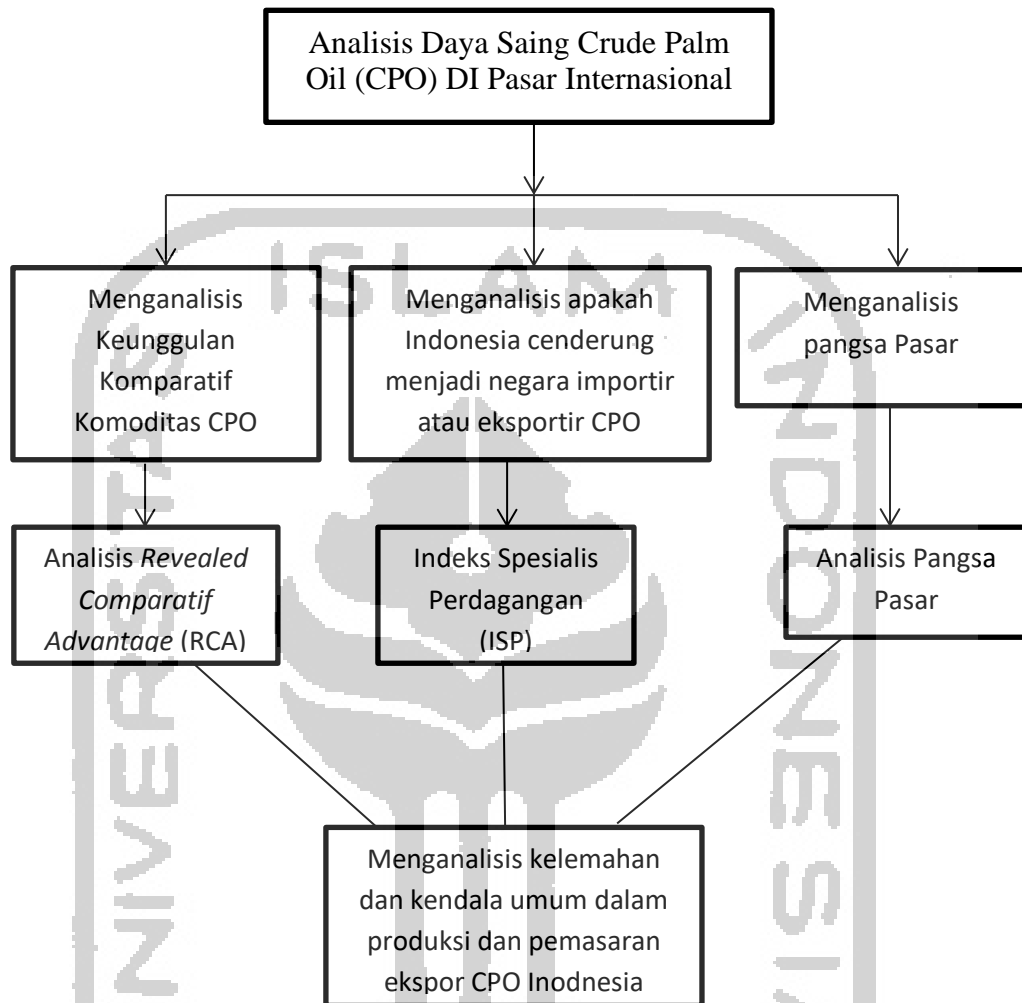
b. Keunggulan Kompetitif Suatu Negara

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan yang memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri tau pasar yang sama.

Keunggulan kompetitif negara-negara mencakup atas seberapa besar peranan suatu perusahaan-perusahaan dalam mempengaruhi daya saing dan sumber daya dalam pasar Internasional pada industri yang berbeda. Sumbur daya yang penting seperti keahlian tenaga kerja yang tinggi, teknologi dan sistem manajemen yang canggih.



2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Ket : ----- ruang lingkup pembahasan