

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori yang akan mendasari penelitian ini. Pembahasan ini menjadi panduan dalam memahami secara mendalam untuk memecahkan persoalan yang ada. Bab ini juga akan dikemukakan studi terkait yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti.

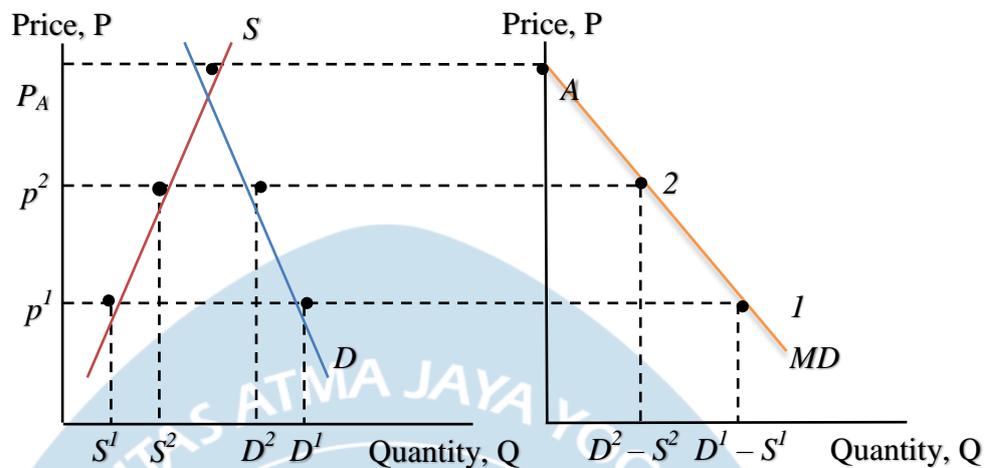
2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Permintaan Impor dan Penawaran Ekspor

Menentukan harga dunia dan kuantitas yang diperdagangkan, dapat dilihat dari dua kurva baru: kurva permintaan impor dalam negeri dan kurva penawaran ekspor luar negeri yang diturunkan dari kurva permintaan dan penawaran domestik yang mendasarinya. Permintaan impor dalam negeri adalah kelebihan barang yang diinginkan konsumen dalam negeri atas apa yang diproduksi oleh produsen dalam negeri sedangkan penawaran ekspor luar negeri adalah kelebihan barang yang ditawarkan oleh produsen asing atas permintaan oleh konsumen asing (Krugman *et al*, 2018: 238).

1. Kurva Permintaan Impor

Kurva permintaan impor dalam negeri adalah perbedaan antara jumlah yang diminta oleh konsumen dalam negeri dikurangi dengan jumlah yang ditawarkan oleh produsen dalam negeri pada setiap harga. Berikut Gambar 2.1 menunjukkan bagaimana kurva permintaan impor dalam negeri diturunkan.

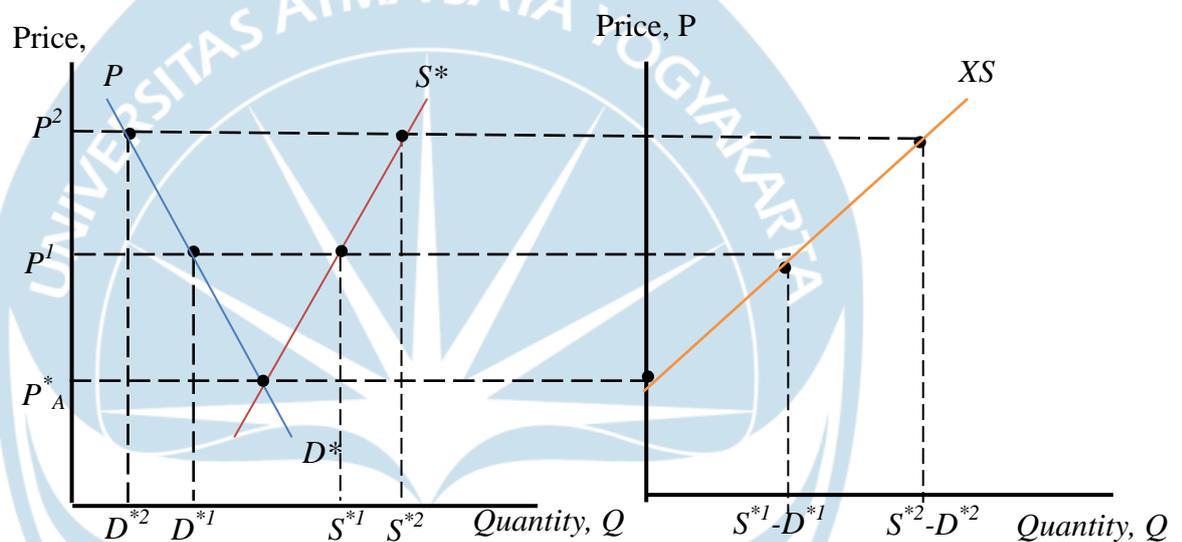


Gambar 2.1
Kurva Permintaan Impor Dalam Negeri

Pada saat harga p^1 , konsumen dalam negeri meminta sebesar D^1 , sedangkan produsen dalam negeri hanya memproduksi sebanyak S^1 . Akibatnya, permintaan impor dalam negeri adalah $D^1 - S^1$. Ketika menaikkan harga ke p^2 , konsumen dalam negeri hanya meminta sebesar D^2 , sedangkan produsen dalam negeri menaikkan jumlah yang ditawarkan ke S^2 , sehingga permintaan impor turun menjadi $D^2 - S^2$. Kombinasi harga kuantitas dapat dilihat dari kurva poin 1 dan 2 sebelah kanan Gambar 2.1. Kurva permintaan impor (MD) miring ke bawah karena ketika harga naik maka jumlah permintaan impor menurun. Pada harga P_A , penawaran dan permintaan dalam negeri sama tanpa adanya perdagangan, sehingga kurva permintaan impor dalam negeri memotong sumbu harga di P_A . (Krugman *et al*, 2018: 238-239).

2. Penawaran Ekspor

Kurva penawaran ekspor adalah perbedaan antara kuantitas yang ditawarkan produsen luar negeri dikurangi kuantitas yang diminta konsumen luar negeri pada setiap harga. Berikut Gambar 2.2 menunjukkan bagaimana kurva penawaran ekspor luar negeri diturunkan.



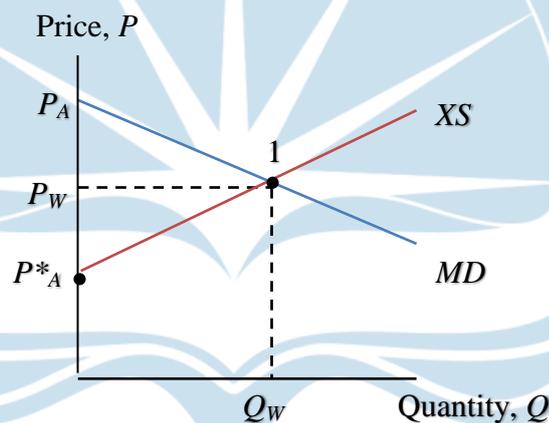
Gambar 2.2

Kurva Penawaran Ekspor Luar Negeri

Ketika harga berada di P^1 produsen luar negeri produksi sebesar S^{*1} sedangkan konsumen luar negeri hanya meminta sebesar D^{*1} , sehingga jumlah total penawaran yang tersedia untuk ekspor adalah $S^{*1} - D^{*1}$. Pada saat harga berada di P^2 produsen luar negeri menaikkan jumlah yang mereka tawarkan ke S^{*2} dan konsumen luar negeri menurunkan jumlah yang mereka minta ke D^{*2} , sehingga jumlah total penawaran yang tersedia untuk diekspor naik menjadi $S^{*2} - D^{*2}$. Penawaran barang yang tersedia untuk ekspor meningkat

seiring dengan kenaikan harga, maka kurva penawaran ekspor luar negeri miring ke atas. Ketika harga berada di P^*_A , penawaran dan permintaan akan sama tanpa adanya perdagangan, sehingga kurva penawaran ekspor luar negeri memotong sumbu harga di P^*_A (Krugman *et al*, 2018: 239).

Harga ekuilibrium dunia adalah di mana permintaan impor dalam negeri (kurva MD) sama dengan penawaran ekspor luar negeri (kurva XS). Dapat dilihat dari Gambar 2.3 berikut ini.



Gambar 2.3

Kurva Keseimbangan Dunia

Ketika harga berada di P_w di mana kedua kurva saling bersilangan, penawaran dunia sama dengan permintaan dunia pada titik keseimbangannya adalah 1.

2.1.2 Teori Keunggulan Absolut dan Keunggulan Komparatif

- a. Teori Keunggulan Absolut (*Absolute Advantage Theory*)

Teori keunggulan absolut dicetuskan oleh Adam Smith. Dasar pemikiran Adam Smith mengemukakan teori ini yaitu suatu negara

akan bertambah kaya jika memiliki peningkatan keterampilan dan efisiensi dalam hal keterlibatan tenaga kerja dalam proses produksi. Negara yang dikatakan memiliki keunggulan absolut apabila negara tersebut mampu memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan jika barang tersebut diproduksi di negara lain. Maka dari itu, negara akan melakukan ekspor jika negara tersebut dapat memproduksi lebih murah dibandingkan negara lain. Negara yang memiliki keunggulan absolut apabila negara tersebut melakukan spesialisasi komoditi tertentu dibandingkan negara lain. Terdapat asumsi teori keunggulan absolut, yaitu:

1. Faktor produksi yang digunakan tenaga kerja
2. Kualitas barang yang diproduksi kedua negara sama
3. Pertukaran dilakukan secara barter tanpa menggunakan uang
4. Biaya transportasi ditiadakan

b. Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage Theory*)

Teori Keunggulan Komparatif dikemukakan oleh David Ricardo dengan asumsi bahwa perdagangan internasional dapat terjadi jika suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut. Pemikiran Ricardo dari analisisnya terhadap kelemahan teori keunggulan absolut yang menyatakan bahwa perdagangan internasional akan terjadi dan menguntungkan apabila negara tersebut terlibat dalam perdagangan internasional yang mempunyai keunggulan absolut yang berbeda-beda. Menurut Ricardo, kelemahan dari keunggulan absolut ketika

hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut untuk barang tertentu yang diproduksi, maka tidak ada terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan. Sehingga keunggulan tersebut disempurnakan oleh David Ricardo lewat teori keunggulan komparatif. Dalam teori ini, asumsi utamanya adalah keunggulan komparatif dapat tercapai apabila suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa dalam jumlah lebih banyak, tetapi dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya. Negara dengan kemampuan produksi yang lebih efisien ini yang disebut yang memiliki keunggulan komparatif.

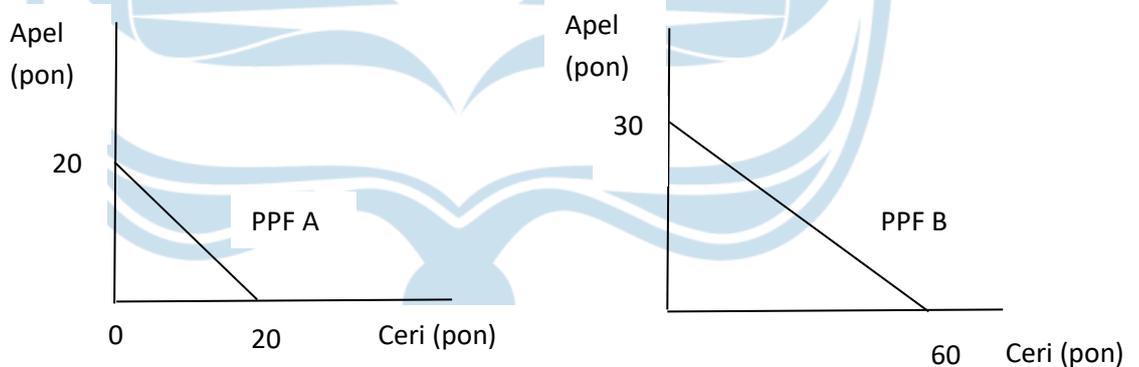
c. Keunggulan Absolut vs Keunggulan Komparatif

Ilustrasi yang menjelaskan keunggulan absolut dan keunggulan komparatif adalah A dan B memiliki pohon buah-buahan di properti. Awalnya, misalkan A memiliki pohon apel dan B memiliki pohon ceri. Dalam hal ini, jika A dan B menyukai pohon apel dan ceri ada peluang yang jelas bagi A dan B untuk memperoleh keuntungan dari perdagangan A menukar sebagian apel A dengan beberapa ceri B membuat berdua lebih baik. Jika ada pohon apel dan ceri yang tumbuh di kedua properti, masih ada keuntungan dari perdagangan. Misalnya, B pandai memetik apel dan A pandai memetik ceri. Akan masuk akal jika B berfokus memetik apel dan A berfokus memetik ceri dan kemudian dapat menukar beberapa ceri yang A petik dengan beberapa apel yang dipetik B. Untuk menunjukkan bagaimana B

memperoleh manfaat dari berdagang dengan A meskipun B lebih baik daripada A dalam memetik apel dan ceri dapat menggunakan batas kemungkinan produksi (PPF). Diasumsikan bahwa PPF dalam hal ini adalah garis lurus (Hubbard & O'Brien, 2018: 48-49).

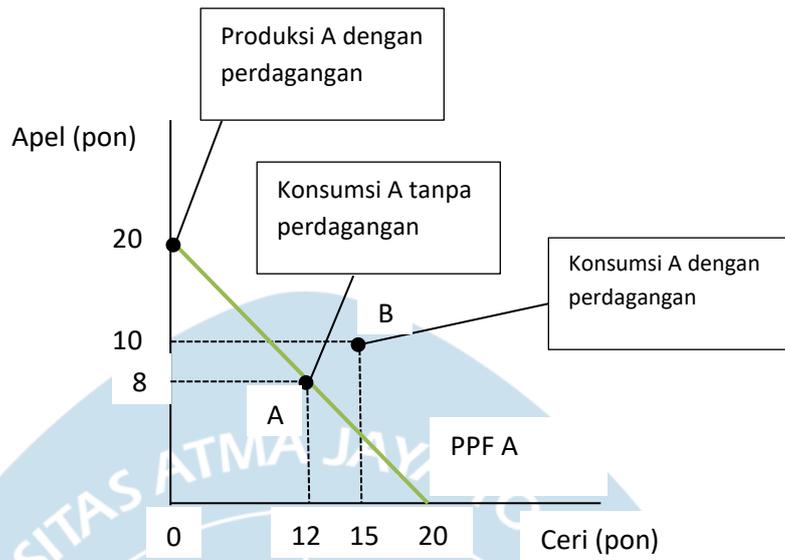
Tabel 2.1
Kemungkinan Produksi untuk A dan B tanpa ada perdagangan

	A		B	
	Apel	Ceri	Apel	Ceri
Luangkan waktu untuk memetik apel	20 pon	0 pon	30 pon	0 pon
Luangkan waktu untuk memetik ceri	0 pon	20 pon	0 pon	60 pon

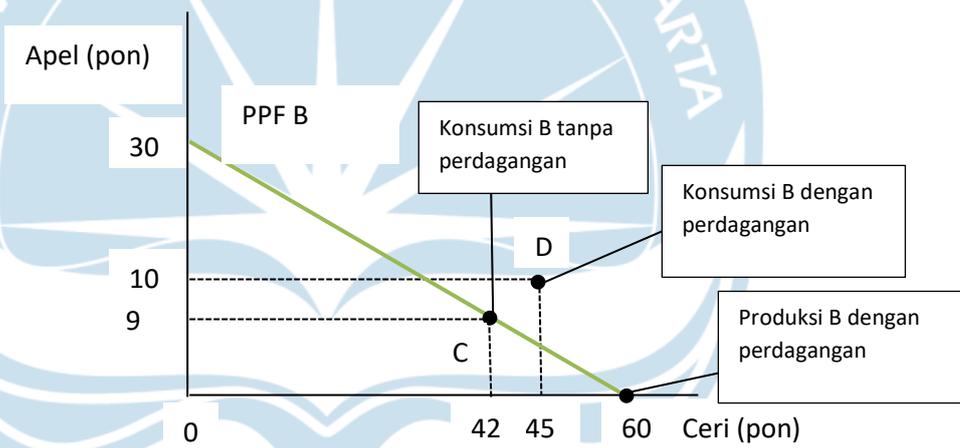


(a) Batas Kemungkinan Produksi A (b) Batas Kemungkinan Produksi B

Gambar 2.4
Batas Kemungkinan Produksi A dan B tanpa ada perdagangan



(a) Produksi dan Konsumsi A dengan Perdagangan



(b) Produksi dan Konsumsi B dengan Perdagangan

Gambar 2.5
Produksi dan Konsumsi A dan B adanya
Perdagangan

Tabel 2.2
Ringkasan Keuntungan dari Perdagangan

	A		B	
	Apel (pon)	Ceri (pon)	Apel (pon)	Ceri (pon)
Produksi dan Konsumsi tanpa perdagangan	8	12	9	42
Produksi adanya perdagangan	20	0	0	60
Konsumsi adanya perdagangan	10	15	10	45
Keuntungan dari perdagangan (peningkatan konsumsi)	2	3	1	3

Berdasarkan Gambar 2.4 menunjukkan berapa banyak apel dan berapa banyak ceri yang dapat A dan B dapat memilih dalam satu minggu. Data dalam tabel 2.1 untuk membuat PPF A dan B. Panel (a) menunjukkan PPF A. Jika A menghabiskan waktu untuk memetik apel, maka A dapat memetik 20 pon apel per minggu. Jika A menghabiskan waktu A untuk memetik ceri, maka A dapat memetik 20 pon per minggu. Panel (b) menunjukkan bahwa jika B menghabiskan waktunya untuk memetik apel, B dapat memetik 30 pon. Jika B menghabiskan waktunya untuk memetik ceri, maka B dapat memetik 60 pon.

Berdasarkan Gambar 2.4 menunjukkan berapa banyak apel dan ceri yang dapat A dan B konsumsi tanpa adanya perdagangan. Misalkan,

ketika A tidak berdagang dengan B, A memetik dan mengonsumsi 8 pon apel dan 12 pon ceri per minggu. Kombinasi apel dan ceri ini dilihat pada titik A pada panel (a) dari Gambar 2.5. Ketika B tidak berdagang dengan A, maka B memetik dan mengonsumsi 9 pon apel dan 42 pon ceri per minggu. Kombinasi apel dan ceri ini dilihat pada titik C pada panel (b).

Ketika A dan B masing-masing memetik dan mengonsumsi apel dan ceri sendiri, misalkan B mengajukan usulan: Minggu depan B akan menukarkan kepada A 15 pon ceri untuk 10 pon apel A. Dapat dilihat pada Gambar 2.5, A harus menerima usulan tersebut karena A akan mendapatkan lebih banyak apel dan lebih banyak ceri untuk dikonsumsi. Untuk menerima usulan tersebut, A harus menghususkan diri dalam memetik apel saja daripada memetik antara apel dan ceri. Kemungkinan spesialisasi yang akan diterima A memetik apel adalah 20 pon. A dapat menukarkan 10 pon apel ke B dengan 15 pon ceri. Hasilnya adalah A akan dapat mengonsumsi 10 pon apel dan 15 pon ceri dapat dilihat pada titik B panel (a) pada Gambar 2.5. Dapat dilihat bahwa A lebih baik hasilnya dari perdagangan dengan B, karena A dapat mengonsumsi 2 pon apel lebih banyak dan 3 pon ceri lebih banyak daripada yang A konsumsi tanpa adanya perdagangan. A telah melampaui PPF A. B juga mendapat manfaat dari perdagangan. Dengan menghususkan dalam memetik ceri saja, B dapat memetik 60 pon. B menukar 15 pon ceri

kepada A untuk 10 pon apel. Kemudian B dapat mengkonsumsi 10 pon apel dan 45 pon ceri dapat dilihat titik D pada panel (b) dari Gambar 2.5. Sehingga B mendapatkan lebih banyak 1 pon apel dan 3 pon ceri daripada yang B konsumsi sebelum berdagangan dengan A. B melampaui PPF B. Tabel 2.1 merangkum perubahan produksi dan konsumsi yang dihasilkan dari perdagangan A dan B (Hubbard & O'Brien, 2018: 49-50).

Dari contoh sebelumnya B mendapat manfaat dari berdagang dengan A meskipun B lebih baik daripada A dalam memetik apel dan ceri. Keunggulan absolut adalah kemampuan individu, perusahaan, atau negara untuk menghasilkan lebih banyak barang atau jasa daripada pesaing dengan menggunakan jumlah sumber daya yang sama. B memiliki keunggulan multak atas A dalam memetik apel dan ceri karena B dapat memetik lebih banyak dari setiap buah daripada yang A bisa dalam jumlah waktu yang sama. Meskipun tampaknya B harus memetik apel dan cerinya sendiri, bahwa B lebih baik berspesialisasi dalam memetik ceri dan menyerahkan memetik apel kepada A.

Dapat dilihat mengapa A dan B mendapat manfaat dari spesialisasi dalam memetik hanya satu buah. Pertama, tentang biaya peluang bagi A dan B untuk memetik dua buah. Dilihat dari PPF pada Gambar 2.4 bahwa jika A menghabiskan seluruh waktu A untuk memetik apel, maka A akan dapat memetik 20 pon apel per minggu. Saat A

menurunkan PPF dan menggeser waktu dari memetik apel ke memetik ceri, A harus menyerahkan 1 pon apel untuk setiap pon ceri yang A petik (kemiringan PPF A adalah 1). Oleh karena itu, biaya peluang A untuk memetik 1 pon ceri adalah 1 pon apel. Dengan alasan yang sama, biaya peluang A untuk memetik 1 pon apel adalah 1 pon ceri. PPF B memiliki kemiringan yang berbeda, maka B menghadapi trade-off yang berbeda. Pada saat B menggeser waktu dari memetik apel ke memetik ceri, B harus menyerahkan 0.5 pon apel untuk setiap 1 pon ceri yang B petik. Oleh karena itu, biaya peluangnya untuk memetik 1 pon apel adalah 2 pon ceri dan biaya peluangnya untuk memetik 1 pon ceri adalah 0.5 pon apel (Hubbard & O'Brien, 2018: 50).

Tabel 2.3
Biaya Peluang Memetik Apel dan Ceri

	Biaya Peluang memetik 1 pon Apel	Biaya Peluang memetik 1 pon Ceri
A	1 pon Ceri	1 pon Apel
B	2 pon Ceri	0.5 pon Apel

Tabel 2.3 merupakan rangkuman biaya peluang A dan B untuk memetik apel dan ceri. Bahwa meskipun B dapat memetik lebih banyak apel dalam seminggu daripada yang A bias, biaya peluang memetik apel lebih tinggi bagi B daripada B karena ketika B memetik apel, B memberikan lebih banyak ceri daripada A. Jadi, meskipun B memiliki keunggulan multak atas A dalam memetik apel, lebih mahal bagi B untuk memetik apel daripada A. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa biaya peluang B untuk memetik ceri lebih

rendah daripada A. Keunggulan komparatif adalah kemampuan individu, perusahaan, atau negara untuk menghasilkan barang atau jasa dengan biaya peluang yang lebih rendah daripada pesaing. Dalam memetik apel, B memiliki keunggulan mutlak atas A sedangkan A memiliki keunggulan komparatif atas dirinya. B memiliki keunggulan absolut dan keunggulan komparatif atas A dalam memetik buah ceri. Seperti yang dapat dilihat, A lebih baik mengkhususkan diri dalam memetik apel dan B lebih baik mengkhususkan diri dalam memetik ceri.

2.1.3 Pengertian *Gross Domestic Product* (GDP)

Gross Domestic Product (GDP) merupakan total nilai barang dan jasa yang dihasilkan berbagai unit produksi suatu wilayah pada suatu negara dalam jangka waktu setahun. Menurut Mankiw (2007), *Gross Domestic Product* (GDP) atau Produk Domestik Bruto (PDB) adalah nilai pasar semua barang dan jasa akhir yang diproduksi dalam perekonomian selama kurun waktu tertentu. *Gross Domestic Product* dihitung berdasarkan nilai barang dan jasa dihasilkan oleh warga negara tersebut, baik warga negara maupun warga negara asing.

Ada dua jenis *Gross Domestic Product* (GDP) yaitu sebagai berikut (Mankiw, 2007:23):

- a. *Nominal GDP* (GDP nominal), merupakan GDP memperhitungkan nilai barang dan jasa yang diukur dengan menggunakan harga yang berlaku.

- b. *Real GDP* (GDP riil), merupakan GDP memperhitungkan nilai barang dan jasa yang diukur dengan menggunakan harga konstan.

2.1.4 Pengertian Populasi

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis suatu negara selama enam bulan atau lebih dan atau mereka yang berdomisili kurang dari enam bulan tetapi bertujuan untuk menetap.

2.1.5 Pengertian Daya Saing atau RCA (*Revealed Comparative Advantage*)/RSCA (*Revealed Symetric Comparative Advantage*)

Daya saing produk merupakan kemampuan komoditas untuk masuk ke dalam pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar. Ketika produk tersebut memiliki daya saing, maka produk tersebut banyak diminati oleh konsumen. *Revealed Comparative Advantage (RCA)* adalah salah satu metode yang digunakan untuk menunjukkan keunggulan komparatif suatu komoditas di pasar internasional. Konsep dasar dari RCA yaitu perdagangan antar wilayah menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah. Dengan menggunakan metode RCA dapat melihat bagaimana kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia (Kemendag, 2008). Metode RCA menjadi pegangan bagi setiap negara dalam menentukan pilihan komoditas mana yang dapat

meningkatkan devisa dari keunggulan daya saing. Rumus RCA sebagai berikut:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{in}}{X_{rj}/X_{rn}}$$

Keterangan :

RCA_{ij} = *Revealed Comparative Advantage* untuk produk sayuran negara i

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas sayuran dari negara i

X_{in} = Nilai total ekspor selain komoditas sayuran dari negara i

X_{rj} = Nilai ekspor komoditas sayuran semua negara kecuali negara i

X_{rn} = Nilai total ekspor seluruh komoditas selain sayuran dunia

Jika nilai RCA suatu negara untuk komoditas tertentu lebih dari satu, berarti suatu negara memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sehingga komoditas tersebut memiliki daya saing yang kuat. Sebaliknya, jika nilai RCA kurang dari satu, berarti suatu negara tidak memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sehingga komoditas tersebut memiliki daya saing yang lemah. Menurut Laursen (Prasad, 2004), metode RCA disempurnakan menjadi;

$$RSCA_j^i = (RCA_j^i - 1)/(RCA_j^i + 1)$$

Analisis menggunakan metode RSCA yang bertujuan untuk perbandingan daya saing suatu komoditi dengan berbagai negara. Nilai RSCA berkisar antara -1 sampai 1 ($-1 \leq RSCA \leq 1$). Jika nilai RSCA kurang dari 0, maka produk tidak memiliki keunggulan komparatif. Sebaliknya jika nilai RSCA lebih dari 0, maka produk tersebut memiliki keunggulan komparatif. Perhitungan ini dapat menggunakan data tahunan yang memungkinkan diketahui perkembangan jenis komoditas

yang mengalami peningkatan atau penurunan dalam kemampuan daya saing.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan *Gross Domestic Product* Negara Tujuan terhadap Ekspor

Menurut Adisasmita (2013), *Gross Domestic Product* (GDP) merupakan salah satu indikator untuk mengukur penambahan output dalam upaya peningkatan kapasitas produksi yang biasa dikenal dengan pengukuran pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. *Gross Domestic Product* (GDP) menjadi tolak ukur kesejahteraan masyarakat negara tersebut. Peningkatan *Gross Domestic Product* (GDP) akan mempengaruhi daya beli masyarakat negara tersebut. Hal tersebut yang memiliki hubungan terhadap nilai ekspor suatu produk. Jika GDP negara tujuan ekspor produk tertentu meningkat, maka akan meningkatkan jumlah permintaan impor atas produk tertentu.

2.2.2 Hubungan Populasi Penduduk Negara Tujuan terhadap Ekspor

Populasi penduduk merupakan sekumpulan orang-orang atau individu yang bertempat tinggal disuatu wilayah tertentu. Meningkatnya populasi penduduk disuatu negara dapat menentukan kegiatan perdagangan dinegara tersebut. Semakin tinggi jumlah penduduk, maka akan semakin meningkat kegiatan produksi barang dan jasa dan meningkatkan tingkat konsumsi penduduk dinegara tersebut. Hal ini yang memicu suatu negara melakukan kegiatan ekspor.

2.2.3 Hubungan Daya Saing Negara Tujuan terhadap Ekspor

Daya saing mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan negara itu relatif terhadap kemampuan negara lain. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut banyak diminati oleh konsumen. Hal tersebut memicu meningkatnya nilai ekspor dalam suatu komoditas.

2.3 Studi Terkait

Kusuma dan Firdaus (2015) melakukan penelitian mengenai “Daya Saing dan Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Sayuran Indonesia Terhadap Negara Tujuan Utama”. Analisis penelitian ini menggunakan pendekatan regresi panel data dengan menganalisis daya saing ekspor lima komoditas sayuran Indonesia yaitu kentang, tomat, bawang merah, kubis, dan cabai terhadap lima negara tujuan utama. Pengamatan yang dilakukan dari tahun 2008 hingga tahun 2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komoditas sayuran Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif lebih baik dibandingkan dengan negara pesaingnya, yaitu Belanda dan Cina pada komoditas kentang, tomat, bawang, kubis, dan cabai terhadap dunia. Indonesia menduduki keunggulan kompetitif terbaik dibandingkan dengan kedua negara pesaingnya baik terhadap negara tujuan utama maupun terhadap dunia.

Parmadi, Emilia, dan Zulgani (2018) melakukan penelitian mengenai “Daya Saing Produk Unggulan Sektor Pertanian Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Pertumbuhan Ekonomi”. Penelitian ini

menggunakan pendekatan RCA (*Revealed Comparative Advantage*), RSCA (*Revealed Symetrics Comparative Advantage*), SSR (*Self Sufficiency Ratio*), Rasio Ketergantungan Impor (IDR). Hasil penelitian menunjukkan kinerja ekspor produk pertanian Indonesia secara umum relatif lemah. Hampir semua komoditas pertanian memiliki daya saing rendah, kecuali untuk produk sub-sektor perkebunan, terutama karet dan kelapa sawit yang memiliki daya saing tinggi, sisanya produk-produk seperti hortikultura, tanaman pangan, produk ternak, dan daya saing hortikultura yang relatif rendah di pasar komoditas internasional. Secara umum hubungan antara laju pertumbuhan ekonomi dengan beberapa besaran kinerja perdagangan internasional tidak menunjukkan hubungan yang signifikan baik untuk tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan produk ternak.