

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

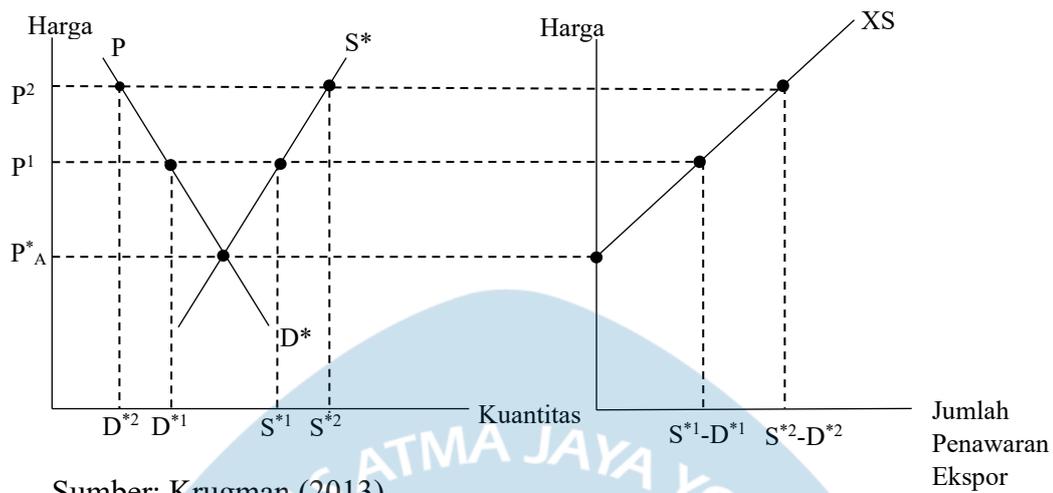
Berdasarkan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya untuk dapat mengetahui bagaimana daya saing CPO Indonesia ke India, bab ini memberikan teori yang dapat digunakan sebagai landasan dalam memecahkan permasalahan yang ada.

2.1. Landasan Konseptual

2.1.1. Teori Penawaran Ekspor

Blanchard (2016) menyatakan bahwa ekspor dipengaruhi oleh nilai tukar riil dan pendapatan negara mitra dagang. Jika pendapatan negara mitra tinggi, permintaan barang domestik meningkat, sehingga ekspor naik. Selain itu, jika nilai tukar riil naik (mata uang domestik terdepresiasi), permintaan ekspor juga meningkat karena harga barang domestik relatif lebih murah dibandingkan barang negara mitra (Ekananda, 2015:93).

Dalam perdagangan, harga komoditas sangat penting karena menentukan jumlah barang yang diperdagangkan. Harga yang lebih rendah meningkatkan permintaan, sedangkan harga yang lebih tinggi menurunkannya. Hubungan antara harga dan jumlah yang diminta digambarkan melalui sebuah kurva permintaan. Untuk menentukan harga dunia dan kuantitas yang diperdagangkan, sebaiknya membuat dua kurva baru: kurva permintaan impor dalam negeri dan kurva penawaran ekspor luar negeri, yang berasal dari kurva penawaran dan permintaan dalam negeri (Krugman, 2013:223). Berikut adalah kurva penawaran ekspor luar negeri:



Sumber: Krugman (2013)

Gambar 2. 1
Kurva Penawaran Ekspor Luar Negeri

Ketika harga rendah atau berada di P^1 produsen luar negeri memproduksi barang sebanyak S^{*1} sedangkan konsumen luar negeri hanya meminta sebanyak D^{*1} , sehingga jumlah total penawaran yang tersedia untuk ekspor adalah selisih antara produksi dan permintaan domestik, yaitu $S^{*1} - D^{*1}$. Pada saat harga tinggi atau berada di P^2 produsen luar negeri menaikkan produksi menjadi ke S^{*2} karena harga yang lebih tinggi membuat produksi lebih menguntungkan dan konsumen luar negeri menurunkan jumlah yang dibeli menjadi D^{*2} karena harga yang lebih tinggi membuat konsumen luar negeri kurang tertarik membeli, sehingga jumlah total penawaran yang tersedia untuk diekspor naik menjadi $S^{*2} - D^{*2}$.

Semakin tinggi harga, semakin besar jumlah yang tersedia untuk diekspor karena produksi bertambah dan permintaan domestik berkurang, 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). Kurva ini mengilustrasikan bagaimana perubahan harga mempengaruhi penawaran dan permintaan di pasar internasional.

Ada lima hal dominan yang menyebabkan terjadinya perubahan permintaan ekspor yaitu:

1. Harga barang itu sendiri. Jika harga barang semakin murah, permintaan akan meningkat; jika harga semakin mahal, permintaan akan menurun.
2. Tingkat pendapatan masyarakat. Pendapatan yang lebih besar meningkatkan permintaan, menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan. Sebaliknya, penurunan pendapatan menggeser kurva permintaan ke kiri.
3. Cita rasa atau selera (*taste*) konsumen terhadap barang itu. Selera masyarakat bisa berubah seiring waktu, dipengaruhi oleh budaya, sejarah, kebutuhan psikologis, kecanduan, dan nilai tradisi atau agama.
4. Harga barang lain yang berkaitan (*prices of related goods*), terutama barang pelengkap (*complementary goods*) dan barang pengganti (*substitution goods*). Kenaikan harga barang substitusi mendorong kurva permintaan ke kanan, sementara penurunan harga menggeser ke kiri. Sebaliknya, kenaikan harga barang komplementer menggeser kurva permintaan ke kiri, sedangkan penurunan harga menggeser ke kanan.
5. Harapan atau perkiraan konsumen (*consumer expectation*) terhadap harga barang yang bersangkutan. Permintaan barang berubah sesuai dengan ekspektasi harga di masa depan. Jika konsumen mengira harga akan naik,

kurva permintaan bergeser ke kanan. Jika mereka mengira harga akan turun, kurva bergeser ke kiri.

2.1.2. Teori Keunggulan Komparatif

Teori perdagangan internasional yang lebih maju diperkenalkan oleh David Ricardo, yang dikenal dengan nama Teori Keunggulan Komparatif. Diperkenalkan pada tahun 1817, teori Ricardo ini merupakan salah satu hukum penting dalam ekspor-impor yang masih relevan dan jarang mendapat tantangan dalam praktik perdagangan internasional. Berbeda dengan teori keunggulan absolut yang menekankan pada keunggulan absolut dalam produksi tertentu yang dimiliki oleh suatu negara dibandingkan dengan negara lain, teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa perdagangan internasional dapat tetap terjadi meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut, asalkan terdapat perbedaan harga komparatif antara kedua negara.

Ricardo berargumen bahwa negara-negara sebaiknya berspesialisasi dalam produksi komoditi yang memiliki keunggulan komparatif dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian komparatif. Teori ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional dapat saling menguntungkan meskipun salah satu negara tidak memiliki keunggulan absolut, asalkan memiliki keunggulan komparatif, yaitu perbedaan harga relatif untuk suatu komoditi di antara negara-negara. Faktor – faktor yang mendorong spesialisasi bagi suatu negara atau daerah antara lain:

1. Tidak adanya sumber – sumber alam yang berarti.

2. Adanya keuntungan komparatif yang tinggi dalam satu produk, baik dalam persediaan bahan baku maupun dalam permodalan dan keterampilan manusia.
3. Adanya transportasi dan komunikasi yang cukup baik dengan daerah – daerah lain sehingga keburukan – keburukan spesialisasi tidak perlu timbul.
4. Adanya industri pertanian yang bersangkutan memungkinkan pembagian kerja yang baik dengan daerah - daerah sekitarnya, sehingga membawa keuntungan secara nasional.

Sebaliknya, ada faktor – faktor lain yang mendorong adanya kecenderungan ke arah diversifikasi, antara lain:

1. Adanya prospek jangka panjang yang kurang menentu dari hasil utama.
2. Tersedianya sumber – sumber alam lain yang mempunyai prospek yang baik dan permintaan yang lebih elastis.
3. Adanya biaya transpor yang tinggi dalam ekspor – impor antar daerah.

David Richardo mendasarkan hukum keunggulan komparatifnya pada beberapa asumsi, yaitu bahwa: (1) hanya terdapat dua negara (bilateral) dan dua komoditi, (2) terdapat perdagangan bebas (*free trade*), dan (3) adanya mobilitas tenaga kerja yang sempurna (*perfect mobility*), biaya produksi konstan, tidak ada biaya transportasi, (4) teknologi tetap, serta (5) menggunakan terapan teori nilai tenaga kerja. Teori ini menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian hari mengekspor suatu barang yang memiliki *comparative advantage* terbesar dan mengimpor barang yang merupakan *comparative disadvantage*.

Dengan kata lain, negara akan memproduksi suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan negara akan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos yang besar. Teori ini menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut (Ekananda, 2015:23-25).

2.1.3. Teori Daya Saing

Daya saing dapat dilihat dari tiga aspek: negara, industri, dan tingkat perusahaan. Istilah daya saing, atau *competitiveness*, berasal dari bahasa Latin "*competer*," yang berarti keterlibatan dalam persaingan bisnis di pasar, yang pada akhirnya mencerminkan kemampuan ekonomi suatu negara (Wisenthige & Guoping, 2016). Ada beberapa metode untuk menilai daya saing, salah satunya adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode ini mengukur ekspor suatu negara untuk suatu barang sebagai persentase dari total ekspor negara tersebut, lalu membandingkannya dengan ekspor barang yang sama di seluruh dunia.

Metode RCA pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965 yang menyatakan bahwa "*Revealed Comparative Advantage can be indicated by the trade performance of individual countries in regard to manufacturing product, in the sense that the commodity pattern of trade reflects relative costs as well as differences in non-price factors*". RCA adalah indeks yang menunjukkan posisi relatif terkait keunggulan komparatif suatu produk ekspor terhadap kinerja ekspor menyeluruh, dimana merupakan rasio pangsa pasar

produk tertentu suatu negara terhadap pangsa pasar dunia dari produk yang sama (Ningsih & Kurniawan, 2016). Secara matematis indeks RCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{in}}{X_{wj}/X_{wn}}$$

Keterangan:

RCA_{ij} = *Revealed Comparative Advantage* Indonesia dalam komoditas

CPO

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas j dari negara i ke negara tujuan

X_{in} = Total nilai ekspor semua komoditas dari negara i

X_{wj} = Nilai ekspor komoditas j di dunia ke negara tujuan

X_{wn} = Total nilai ekspor semua komoditas di dunia ke negara tujuan

Interpretasi dari nilai RCA adalah sebagai berikut:

1. $RCA > 1$, maka suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam pada sektor atau produk i.
2. $RCA < 1$, maka suatu negara tidak memiliki keunggulan komparatif dalam sektor atau produk i.

Sedangkan RSCA atau *Revealed Symmetric Comparative Advantage* merupakan bentuk penyempurnaan dari RCA (Dewi *et al.*,2021) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$RSCA_{ij} = \frac{(RCA_{ij}-1)}{(RCA_{ij}+1)}$$

Keterangan:

RSCA_{ij} = *Revealed Symmetric Comparative Advantage* Indonesia dalam komoditas CPO.

RCA_{ij} = *Revealed Comparative Advantage* Indonesia dalam komoditas CPO.

Interpretasi dari nilai RSCA adalah sebagai berikut:

1. RSCA > 0, maka suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam pada sektor atau produk i.
2. RSCA < 0, maka suatu negara tidak memiliki keunggulan komparatif dalam sektor atau produk i.

2.2. Penelitian Terdahulu

Studi yang berjudul “*Pengaruh Kurs Dollar, Produksi CPO, dan Harga CPO Terhadap Volume Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia*” oleh Putu Aglio Okky Ardika dan I Gusti Bagus Indrajaya pada tahun 2022 bertujuan untuk mengeksplorasi dampak kurs dolar, produksi CPO, dan harga CPO terhadap ekspor minyak kelapa sawit dari Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier berganda pada data *time series* dari tahun 1989 hingga 2019. Hasilnya menunjukkan bahwa kurs dolar, produksi CPO, dan harga CPO secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor minyak kelapa sawit Indonesia, dengan masing-masing variabel memiliki pengaruh positif secara parsial. Ini menunjukkan bahwa fluktuasi kurs dolar,

produksi CPO, dan harga CPO dapat meningkatkan performa ekspor minyak kelapa sawit Indonesia.

Penelitian berjudul “*Analisis Pengaruh Produksi, Harga Ekspor dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor Crude Palm oil Indonesia 2012 - 2016*” yang dilakukan oleh Rifan Nur Hamzah, dkk pada tahun 2020 bertujuan untuk menganalisis pengaruh produksi CPO, harga CPO, tingkat konsumsi CPO, nilai tukar IDR/USD, terhadap Volume Ekspor CPO Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Analisis yang digunakan untuk memperkirakan pengaruh antar variabel menggunakan analisis regresi linier berganda dengan data time series pada tahun 2012 – 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi dan tingkat konsumsi CPO berpengaruh positif terhadap volume ekspor CPO Indonesia, serta harga CPO dan nilai tukar Rupiah terhadap Dolar berpengaruh negatif terhadap volume ekspor CPO Indonesia.

Penelitian berjudul “*Analisis Daya Saing Komoditi Crude Palm Oil (CPO) Indonesia Tahun 2001 – 2012*” oleh Ni Nyoman Ayu Puri Astrini pada tahun 2015 membahas keunggulan komparatif dan kompetitif *Crude Palm Oil (CPO)* Indonesia dibandingkan dengan Jepang dan Australia dari tahun 2001-2012. Metode analisis yang digunakan merupakan metode analisis statistik deskriptif. Dua indikator utama yang digunakan adalah *Indeks Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*. RCA mengukur keunggulan komparatif, dan hasilnya menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tinggi dengan nilai rata-rata Indeks RCA sebesar

2,61. Sebaliknya, Jepang dan Australia tidak memiliki keunggulan komparatif, menandakan daya saing rendah untuk CPO di pasar internasional. Hasil uji ISP menunjukkan nilai sebesar 0,9989. Nilai mendekati +1 menandakan bahwa CPO Indonesia sangat kompetitif dan mampu bersaing di pasar internasional.

Penelitian dengan judul “*Dynamic Revealed Comparative Advantage: Export Potential Crude Palm Oil (CPO) Indonesia Database 2018*” yang dilakukan oleh Betrix Silitonga, dkk pada tahun 2023 bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya daya saing CPO Indonesia dan menciptakan kebijakan untuk meningkatkan daya saing tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan Stata 14 dan data panel tahun 2018. Hasilnya menunjukkan bahwa pertumbuhan volume ekspor, harga jual, inflasi, dan pertumbuhan populasi penduduk di negara importir memiliki pengaruh negatif terhadap daya saing CPO Indonesia. Sebaliknya, pertumbuhan GDP negara pengimpor dan kurs berpengaruh positif terhadap daya saing CPO Indonesia. Penelitian ini dapat membantu merumuskan kebijakan lebih efektif, seperti peningkatan produktivitas, penanganan inflasi, dan stabilisasi nilai tukar kurs, untuk meningkatkan daya saing CPO Indonesia.

Penelitian berjudul “*Komparasi Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) dan Malaysia di Negara Tujuan Ekspor Utama*” yang dilakukan oleh Indra Tjahaya Amir, dkk pada tahun 2023 menganalisis daya saing CPO Indonesia di negara tujuan utama serta menganalisis kemampuan Indonesia dalam merebut pasar ekspor CPO. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Acceleration Ratio (AR)*. Dalam penelitian

ini digunakan data time series tahun 1992 sampai 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CPO Indonesia berdaya saing tinggi di negara India, Belanda, Tiongkok. *Crude Palm Oil* Indonesia memiliki pangsa pasar ekspor yang luas dan memiliki posisi yang kuat dalam merebut pasar ekspor yang ditunjukkan dengan hasil nilai rata-rata dengan nilai 1,00.

