

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Perdagangan Internasional**

Perdagangan internasional merupakan faktor penting guna merangsang pertumbuhan ekonomi. Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan suatu negara dengan negara lain atas dasar saling percaya dan saling menguntungkan. Perdagangan internasional tidak hanya dilakukan oleh negara maju saja, namun juga negara berkembang. Perdagangan internasional ini dilakukan melalui kegiatan ekspor impor (Haryadi, 2013).

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain (Ekananda, 2015), sedangkan menurut Tan (2016) Perdagangan internasional adalah proses tukar menukar yang dilakukan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak antara suatu negara dengan negara lain yang diwakili dari kegiatan ekspor dan impor.

Ekspor adalah kegiatan menjual barang dan jasa dari dalam negeri ke luar negeri. Adapun impor adalah kegiatan membeli barang dan jasa dari luar negeri ke dalam negeri. Dengan melakukan perdagangan internasional melalui kegiatan ekspor impor, negara maju akan memperoleh bahan-bahan baku yang dibutuhkan industrinya sekaligus dapat menjual produknya ke negara-negara berkembang. Sementara itu, negara berkembang dapat mengekspor hasil-hasil produksi dalam negeri sehingga memperoleh devisa (Dumairy, 2004)

Perdagangan internasional merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Terjadinya perekonomian dalam negeri dan luar negeri akan menciptakan suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara satu negara dengan negara lainnya, salah satunya adalah berupa pertukaran barang dan jasa antarnegara. Perdagangan Internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan

subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa. Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan (Haryadi, 2013).

Teori perdagangan internasional dikemukakan oleh Adam Smith dan David Ricardo dalam Haryadi (2013). Teori yang di jelaskan oleh Adam Smith adalah teori keunggulan absolut dimana perdagangan internasional dapat tercapai apabila suatu negara mampu menghasilkan barang atau jasa yang efisien dan lebih murah. Adam Smith mengatakan setiap negara dapat menspesialisasikan dalam memproduksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut dan mengimpor komoditi yang memperoleh kerugian. David Ricardo mengatakan perdagangan internasional dapat terjadi walaupun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut, asalkan harga komparatif dikedua negara berbeda. Meskipun suatu negara kurang efisien dibandingkan negara lain dalam memproduksi dua komoditi, namun masih dapat melakukan perdagangan.

Teori comparative advantage telah berkembang menjadi dynamic comparative advantage yang menyatakan bahwa keunggulan komparatif dapat diciptakan. Oleh karena itu penguasaan teknologi dan kerja keras menjadi faktor keberhasilan suatu negara. Bagi negara yang menguasai teknologi akan semakin diuntungkan dengan adanya perdagangan bebas ini, sedangkan negara yang hanya mengandalkan kepada kekayaan alam akan kalah dalam persaingan internasional (Haryadi, 2013). Teori ini mencakup, antara lain sebagai berikut:

- 1) Cost Comparative Advantage (Labor Efficiency) Menurut teori cost comparative advantage (labor efficiency), suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut dapat berproduksi relatif lebih efisien serta mengimpor barang dimana negara tersebut berproduksi relatif kurang/tidak efisien. Berdasarkan contoh hipotetis di bawah ini maka dapat dikatakan bahwa teori comparative advantage dari David Ricardo adalah cost comparative advantage.

2) Production Comparative Advantage (Labor productivity) Suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut dapat memproduksi relatif lebih produktif serta mengimpor barang dimana negara tersebut memproduksi relatif kurang/tidak produktif. Sedangkan kelebihanannya adalah perdagangan internasional antara dua negara tetap dapat terjadi walaupun hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut asalkan masing-masing dari negara tersebut memiliki perbedaan dalam Cost Comparative Advantage atau Production Comparative Advantage. Teori ini mencoba melihat keuntungan atau kerugian dalam perbandingan relatif. Teori ini berlandaskan pada asumsi Labor Theory of Value, yaitu bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk menghasilkan barang tersebut, dimana nilai barang yang ditukar seimbang dengan jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk memproduksinya.

a) Teori Heckscher-Ohlin (H-O) atau Factor Proportion Theory

Teori Perdagangan Internasional modern dimulai ketika ekonom Swedia yaitu Eli Heckscher dan Bertil Ohlin dalam Haryadi (2013) yang disebut dengan Teori Heckscher-Ohlin Samuelson atau juga Factor Proportion Theory mengemukakan penjelasan mengenai perdagangan internasional yang belum mampu dijelaskan dalam teori keunggulan komparatif. Sebelum masuk ke dalam pembahasan teori H-O, tulisan ini sedikit akan mengemukakan kelemahan teori klasik yang mendorong munculnya teori H-O. Teori Klasik Comparative Advantage menjelaskan bahwa perdagangan internasional dapat terjadi karena adanya perbedaan dalam productivity of labor (faktor produksi yang secara eksplisit dinyatakan) antar negara. Namun teori ini tidak memberikan penjelasan mengenai penyebab perbedaan produktivitas tersebut.

Teori H-O kemudian mencoba memberikan penjelasan mengenai penyebab terjadinya perbedaan produktivitas tersebut. Teori H-O menyatakan penyebab perbedaan produktivitas karena adanya jumlah atau

proporsi faktor produksi yang dimiliki (endowment factors) oleh masing-masing negara, sehingga selanjutnya menyebabkan terjadinya perbedaan harga barang yang dihasilkan. Oleh karena itu teori modern H-O ini dikenal sebagai The Proportional Factor Theory. Selanjutnya negara-negara yang memiliki faktor produksi relatif banyak atau murah dalam memproduksinya akan melakukan spesialisasi produksi untuk kemudian mengekspor barangnya. Sebaliknya, masing-masing negara akan mengimpor barang tertentu jika negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif langka atau mahal dalam memproduksinya.

Teori Heckscher-Ohlin (H-O) ini menjelaskan beberapa pola perdagangan dengan baik dimana negara-negara cenderung untuk mengekspor barang-barang yang menggunakan faktor produksi yang relatif melimpah secara intensif. Menurut Heckscher-Ohlin, suatu negara akan melakukan perdagangan dengan negara lain disebabkan karena negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yaitu keunggulan dalam teknologi dan keunggulan faktor produksi. Basis dari keunggulan komparatif, adalah sebagai berikut (Haryadi, 2013):

- (1) Faktor endowment, yaitu kepemilikan faktor-faktor produksi di dalam suatu negara.
- (2) Faktor intensity, yaitu teknologi yang digunakan di dalam proses produksi, apakah labor atau capital intensity.

Teori modern Heckscher-Ohlin atau teori H-O dijelaskan dengan dua kurva (Haryadi, 2013):

- (1) Kurva isocost yaitu kurva yang menggambarkan total biaya produksi yang sama
- (2) Kurva isoquant yaitu kurva yang menggambarkan total kuantitas produk yang sama.

Menurut teori ekonomi mikro kurva isocost akan bersinggungan dengan kurva isoquant pada suatu titik optimal. Jadi dengan biaya tertentu akan diperoleh produk yang maksimal atau dengan biaya minimal diperoleh

dari sejumlah produk tertentu. Analisis hipotesis H-O dapat dirangkumkan, sebagai berikut (Haryadi, 2013):

- (1) Harga atau biaya produksi suatu barang akan ditentukan oleh jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara.
- (2) Comparative Advantage dari suatu jenis produk yang dimiliki masing-masing negara akan ditentukan oleh struktur dan proporsi faktor produksi yang dimilikinya.
- (3) Masing-masing negara akan cenderung melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang tertentu karena negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif banyak dan murah untuk memproduksinya.
- (4) Sebaliknya masing-masing negara akan mengimpor barang-barang tertentu karena negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif sedikit dan mahal untuk memproduksinya.
- (5) Kelemahan dari teori H-O yaitu jika jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara relatif sama, maka harga barang yang sejenis akan sama pula sehingga perdagangan internasional tidak akan terjadi.

Hipotesis yang telah dihasilkan oleh Teori H-O, antara lain sebagai berikut (Haryadi, 2013):

- (1) Produksi barang ekspor di tiap negara naik, sedangkan produksi barang impor di tiap negara turun.
- (2) Harga atau biaya produksi suatu barang akan ditentukan oleh jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara.
- (3) Harga labor di kedua negara cenderung sama, harga barang A di kedua negara cenderung sama demikian pula harga barang B di kedua negara cenderung sama.
- (4) Perdagangan akan terjadi antara negara yang kaya Kapital dengan negara yang kaya labor.

- (5) Masing-masing negara akan cenderung melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang tertentu karena negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif banyak dan murah untuk melakukan produksi. Sehingga negara yang kaya kapital maka eksportnya padat kapital dan impornya padat karya, sedangkan negara kaya labor eksportnya padat karya dan impornya padat kapital.

Kemudian untuk lebih memahami kelemahan teori H-O dalam menjelaskan perdagangan internasional akan dikemukakan beberapa asumsi yang kurang valid (mendukung), yaitu sebagai berikut (Haryadi, 2013):

- (1) Asumsi bahwa kedua negara menggunakan teknologi yang sama dalam memproduksi adalah tidak valid. Fakta yang ada di lapangan negara sering menggunakan teknologi yang berbeda.
- (2) Asumsi persaingan sempurna dalam semua pasar produk dan faktor produksi lebih menjadi masalah. Hal ini karena sebagian besar perdagangan adalah produk negara industri yang bertumpu pada diferensiasi produk dan skala ekonomi yang belum bisa dijelaskan dengan model faktor endowment H-O.
- (3) Asumsi tidak ada mobilitas faktor internasional. Adanya mobilitas faktor secara internasional mampu mensubstitusikan perdagangan internasional yang menghasilkan kesamaan relatif harga produk dan faktor antar negara. Karenanya hal ini merupakan modifikasi H-O tetapi tidak mengurangi validitas model H-O.
- (4) Asumsi spesialisasi penuh suatu negara dalam memproduksi suatu komoditi, dimana perdagangan tidak sepenuhnya berlaku karena banyak negara yang masih memproduksi komoditi yang sebagian besar adalah dari impor (Haryadi, 2013).

### **2.1.2 Faktor Pendorong Perdagangan Internasional**

Menurut Tan (2013) ada beberapa faktor yang mendorong semua negara di dunia melakukan perdagangan luar negeri. Faktor-faktor pendorong tersebut terdiri atas, hal-hal berikut

- (1) Perbedaan sumberdaya alam yang dimiliki,
- (2) Teknologi,
- (3) Penghematan biaya produksi
- (4) Perbedaan selera.

Menurut Tan (2013) berikut beberapa manfaat dari perdagangan internasional yaitu:

- (1) Meningkatkan hubungan persahabatan antar negara,
- (2) Kebutuhan setiap negara dapat tercukupi,
- (3) Mendorong kegiatan produksi barang secara maksimal,
- (4) Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi,
- (5) Setiap negara dapat mengadakan spesialisasi produksi
- (6) Memperluas lapangan kerja.

Kebijakan yang diberlakukan pada perdagangan internasional bertujuan untuk melindungi industri dalam negeri. Kebijakan untuk melindungi barang-barang dalam negeri dari persaingan barang-barang impor disebut proteksi. Proteksi dalam perdagangan internasional terdiri atas kebijakan tarif, kuota, larangan impor, subsidi dan dumping (Haryadi, 2013).

- (1) Tarif: adalah hambatan perdagangan berupa penetapan pajak atas barang-barang impor.
- (2) Kuota: adalah bentuk hambatan perdagangan yang menentukan jumlah maksimum suatu jenis barang yang dapat diimpor dalam suatu periode tertentu.
- (3) Larangan Impor: adalah kebijakan pemerintah yang melarang masuknya barang-barang tertentu ke dalam negeri.
- (4) Subsidi: adalah kebijakan pemerintah dengan memberikan bantuan kepada produk dalam negeri.
- (5) Dumping: adalah kebijakan yang dilakukan oleh suatu negara dengan cara menjual barang ke luar negeri lebih murah daripada dijual di dalam negeri.

### **2.1.3 Manfaat Perdagangan Internasional**

Setiap negara yang melakukan kegiatan perdagangan dengan negara lain akan memperoleh manfaat bagi negara tersebut antara lain (Nazaruddin, 2017):

1. Meningkatkan hubungan persahabatan antar negara

Perdagangan dengan negara lain akan menumbuhkan rasa hubungan persahabatan antar negara. Apabila hubungan terjalin dengan baik dengan negara-negara yang melakukan kegiatan perdagangan akan mempermudah dalam memenuhi kebutuhan suatu negara.

2. Kebutuhan setiap negara dapat tercukupi

Kegiatan perdagangan internasional dapat memenuhi kebutuhan suatu negara atau negara lain dengan melakukan impor apabila kekurangan hasil produksi dalam memenuhi kebutuhan suatu negara dan melakukan ekspor apabila kelebihan hasil produksi dalam memenuhi kebutuhan negara lain .

3. Mendorong kegiatan produksi barang secara maksimal

Memperluas pasar negara lain adalah salah satu tujuan dalam melakukan kegiatan perdagangan internasional, Sehingga dapat mendorong peningkatan jumlah produksi secara besar-besaran didalam negeri.

4. Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi

Perdagangan teknologi dan mempelajari kemajuan ilmu pengetahuan untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan melakukan perdagangan berupa ekspor maupun impor alat-alat yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan spesialisasi dalam produksi.

5. Mengadakan spesialisasi produksi

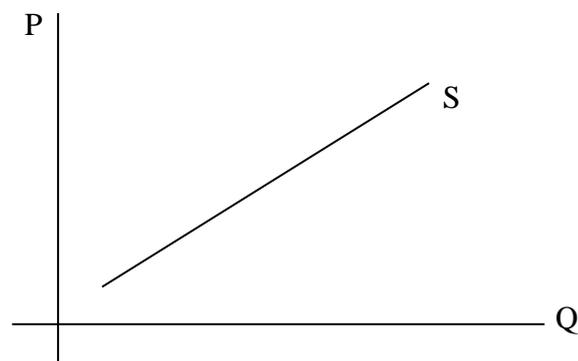
Setiap negara memiliki produk unggulan yang dihasilkan dari memaksimalkan sumber daya alam, tenaga kerja modal dan keahlian untuk bersaing dengan produk negara lain.

6. Memperluas lapangan kerja

Kegiatan produksi yang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan negara lain dalam kegiatan perdagangan, membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak bagi perusahaan.

#### 2.1.4 Teori Penawaran

Teori penawaran adalah suatu teori yang menjelaskan mengenai jumlah barang-barang yang mampu diproduksi dan ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada pasar. Dalam teori penawaran berlaku suatu hukum yaitu hukum penawaran. Hukum penawaran adalah suatu pernyataan bahwa jika semua hal dibiarkan sama, ketika harga suatu barang meningkat maka jumlah penawarannya akan meningkat pula. Hubungan antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan ditunjukkan dalam suatu tabel yang dinamakan skedul penawaran. Sedangkan kurva yang menghubungkan antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan dinamakan kurva penawaran.



Gambar 2.1 Kurva Penawaran

Pada kurva tersebut diketahui bahwa P adalah harga barang dan Q adalah Jumlah barang yang ditawarkan. Dalam kurva tersebut terlihat bahwa apabila harga barang tersebut meningkat akan menyebabkan peningkatan jumlah barang yang ditawarkan, salah satu faktor yang menyebabkan penurunan atau peningkatan pada penawaran adalah naik turunnya harga input (Mankiw,2006).

#### 2.1.5 Teori Penawaran Ekspor

Ekspor adalah kegiatan memproduksi barang dan jasa di dalam negeri dan di jual ke luar negeri. Volume ekspor suatu negara ditentukan oleh harga komoditi tersebut di pasar domestik, harga internasional dan secara tidak langsung juga dipengaruhi oleh perubahan nilai tukar, mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain.

Penawaran ekspor merupakan jumlah barang ekspor yang ditawarkan pada harga tertentu dan pada waktu tertentu kepada negara lain dengan tujuan melakukan

perdagangan internasional demi mendapatkan keuntungan dan menjalin kerjasama kepada negara-negara lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di setiap negara. Penawaran memiliki slope yang positif, artinya jumlah barang yang ditawarkan berbanding lurus dengan harga barang, dimana hukum penawaran berbunyi jika harga naik maka jumlah yang ditawarkan akan meningkat dan jika harga turun maka jumlah yang ditawarkan akan sedikit.

#### **2.1.6 Ekspor**

Istilah ekspor berarti pengiriman barang dan jasa dari pelabuhan suatu negara. Penjual barang dan jasa tersebut disebut sebagai eksportir dan berbasis di negara pengeksportir sedangkan pembeli berbasis di luar negeri disebut sebagai importir. Dalam perdagangan internasional, ekspor mengacu pada menjual barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri ke pasar lain (Jhingan, 2010).

Teori perdagangan internasional dan kebijakan komersial adalah salah satu cabang tertua pemikiran ekonomi. Mengeksportir merupakan komponen utama dari perdagangan internasional dan risiko makroekonomi serta manfaat mengeksportir secara teratur dibahas dan diperdebatkan oleh para ekonom. Dua pandangan tentang perspektif yang berbeda pada perdagangan internasional saat ini. Yang pertama mengakui manfaat dari perdagangan internasional. Kekhawatiran kedua yaitu dengan kemungkinan terjadinya industri dalam negeri tertentu (atau buruh atau budaya) bisa dirugikan oleh kompetisi asing (Haryadi, 2013).

Menurut Tan (2013) ekspor adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu dijual di luar negeri. Ditinjau dari sudut pengeluaran, ekspor merupakan salah satu faktor terpenting dari Produk Domestik Bruto (PDB)/Gross Nasional Product (GNP), sehingga dengan berubahnya nilai ekspor maka pendapatan masyarakat secara langsung juga akan mengalami perubahan. Di lain pihak, tingginya ekspor suatu negara akan menyebabkan perekonomian tersebut akan sangat sensitif terhadap keguncangan-keguncangan atau fluktuasi yang terjadi di pasaran internasional ataupun di perekonomian dunia. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi ekspor, impor dan ekspor neto suatu negara, antara lain meliputi:

- 1) Selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri,
- 2) Harga barang-barang di dalam dan di luar negeri,
- 3) Kurs yang menentukan jumlah mata uang domestik yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing,
- 4) Pendapatan konsumen di dalam negeri dan luar negeri,
- 5) Ongkos angkutan barang antar negara
- 6) Kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional.

Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi. Dengan tingkat output yang lebih tinggi lingkaran setan kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan (Jhingan, 2010).

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Haryadi, 2013). Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang bersangkutan sangat menentukan suksesnya strategi apa yang akan disusun. Berdasarkan hasil pernyataan diatas mengenai konsep strategi, dapat disimpulkan bahwa konsep strategi dapat dibagi atas dua yakni:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. *Distinctive Competence* ini meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan perusahaan untuk melakukan yang lebih baik dibanding dengan pesaingnya. Strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing adalah *cost leadership*, *differensial* dan *focus*. Haryadi (2013) menyebutkan *competitive advantage* terbagi menjadi yaitu:

- 1) Keunggulan biaya menyeluruh (*Cost Leadership*)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relative yang tinggi atau kelebihan yang lain, seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu juga perlu untuk merancang

produk agar mudah didapat, menjual banyak lini produk yang mudah dibuat, menjual banyak lini produk yang berkaitan untuk menebarkan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang besar guna membangun volume. Penerapan strategi biaya rendah mungkin memerlukan investasi modal pendahuluan yang besar untuk peralatan modern, penetapan harga yang agresif dan kerugian awal untuk membina bagian pasar yang tinggi pada akhirnya dapat memungkinkan skala ekonomis dalam pembelian yang akan semakin menekan biaya.

### 2) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat kepada persaingan karena adanya loyalitas dari merk pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah.

### 3) Fokus

Strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strateginya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.

#### **2.1.7 Daya Saing Ekspor**

Daya saing ekspor memiliki pengertian kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan dalam pasar itu. Daya saing suatu komoditi dapat diukur atas dasar perbandingan pangsa pasar komoditi tersebut pada kondisi pasar yang tetap. Dalam hal ini berarti suatu produk dikatakan memiliki daya saing apabila produk tersebut mampu bertahan dalam suatu pasar meskipun dengan mengalami guncangan (Amir, 2004). Untuk dapat melakukan perdagangan antar negara, maka suatu komoditas perlu memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Ricardo menyatakan bahwa manfaat dari

perdagangan akan tetap dapat diperoleh oleh suatu negara meskipun negara tertentu tidak memiliki keunggulan apapun, lama rasio harga antarnegara masih berbeda (Daryanto, 2010).

Jika tidak ada perdagangan, setiap negara akan memiliki keunggulan komparatif, yaitu kemampuan untuk menemukan barang-barang yang dapat diproduksi pada tingkat biaya ketidakunggulan relatif yang lebih rendah (dimulai dari awal dibukanya perdagangan) daripada barang lainnya. Barang-barang inilah yang seharusnya diekspor untuk ditukar dengan barang lainnya. Hukum keunggulan komparatif Ricardo menyatakan bahwa setiap negara memiliki keunggulan komparatif dalam sesuatu dan memperoleh manfaat dengan memperdagangkannya untuk ditukar dengan barang yang lain. Menurut Jhingan (2010) keunggulan bersaing suatu negara sangat tergantung pada tingkat sumberdaya yang dimilikinya. Keunggulan kompetitif dapat dilihat dari sumberdaya lokal yang dimiliki suatu negara/wilayah. Keunggulan ini dapat dibuat dan dipertahankan melalui suatu proses internal yang tinggi. Perbedaan dalam struktur ekonomi nasional, nilai kebudayaan, kelembagaan dan sejarah turut serta dalam menentukan keberhasilan kompetitif.

Sektor unggulan adalah sektor yang salah satunya dipengaruhi oleh keberadaan faktor anugerah (*endowment factors*). Selanjutnya faktor ini berkembang lebih lanjut melalui kegiatan investasi dan menjadi tumpuan kegiatan ekonomi. Kriteria sektor unggulan akan sangat bervariasi. Menurut Rusydiana (2010), hal ini didasarkan atas seberapa besar peranan sektor tersebut dalam perekonomian daerah, diantaranya :

1. Sektor unggulan tersebut memiliki laju pertumbuhan yang tinggi. Maksud dari pernyataan tersebut pada setiap sektor yang terdapat dalam perekonomian suatu daerah, maka akan terdapat sektor dengan pertumbuhan yang tinggi dibandingkan dengan sektor yang lainnya. Sektor tersebut akan menjadi penggerak dan pemicu pertumbuhan perekonomian suatu daerah. Sektor yang tumbuh dengan cepat ini terlihat dari besarnya pendapatan daerah bila dilihat dari PDRB dan lanjut pertumbuhannya yang terus meningkat setiap tahunnya.

2. Sektor unggulan tersebut memiliki angka penyerapan tenaga kerja yang relatif besar. Penyerapan tenaga kerja pada sektor unggulan terjadi karena pada sektor tersebut terus mengalami peningkatan dan pertumbuhan yang tinggi, sehingga masyarakat baik dari daerah setempat maupun dari luar daerah tertarik dan menjadikan sektor tersebut menjadi pekerjaan. Semakin tinggi prospek pekerjaan tersebut, maka akan berpengaruh kepada tingkat penyerapan tenaga kerja. Tenaga kerja yang dimaksud pun terbagi atas dua macam, yakni tenaga kerja produktif yang mana pada tenaga kerja ini masih termasuk kedalam tenaga kerja yang aktif dan masih mampu dalam memenuhi kebutuhan dan kemampuan, sedangkan tenaga kerja tidak produktif lebih kepada tenaga kerja yang tidak lagi mampu dalam segi kemampuan dan keahlian dalam bekerja seperti layaknya pada tenaga kerja produktif.
3. Sektor unggulan tersebut memiliki keterkaitan antarsektor yang tinggi baik ke depan (*forward linkage*) maupun ke belakang (*backward linkage*). Adanya pengaruh ke depan dan ke belakang, yakni hubungan dari hulu dan hilirnya yang saling berkaitan satu sama lainnya. Sehingga pada sektor unggulan tersebut tidak hanya unggul dalam segi produksi namun juga unggul dalam segi pengolahan dan pemasaran dari hasil suatu sektor.
4. Sektor unggulan tersebut mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi. Berdasarkan pernyataan pada keterkaitan ke depan dan ke belakang inilah yang akan berpengaruh pada nilai tambah, karena pada sektor unggulan tersebut tidak hanya unggul dalam penyediaan produksi, tetapi juga terdapat dalam pengolahan dan pemasaran suatu hasil berupa barang siap pakai. Maka nilai tambah suatu sektor unggulan tersebut juga akan bertambah. Analisis pembangunan antar sektor dalam perekonomian masuk ke dalam bidang ilmu ekonomi pembangunan, yang mulai berkembang pada tahun 1950'an. Bidang ilmu ini mulai memperhatikan bagaimana hubungan antara sektor-sektor dalam pembangunan dan pertumbuhan.

Komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dikatakan juga memiliki efisiensi secara ekonomi. Keunggulan kompetitif merupakan pengukur daya saing

suatu kegiatan pada kondisi perekonomian aktual. Terkait dengan konsep keunggulan komparatif adalah kelayakan ekonomi, dan terkait dengan keunggulan kompetitif adalah kelayakan financial dari suatu aktivitas. Sumber distorsi yang dapat menggunakan tingkat daya saing antara lain : 1) kebijakan pemerintah langsung (seperti regulasi); dan 2) distorsi pasar, karena adanya ketidak sempurnaan pasar.

Menurut Rusydiana (2010), konsep dan pengertian komoditas unggulan dapat dilihat dari dua sisi yaitu sisi penawaran (supply) dan sisi permintaan (demand). Dilihat dari sisi penawaran, komoditas unggulan merupakan komoditas yang paling superior dalam pertumbuhannya pada kondisi bio-fisik, teknologi dan kondisi sosial ekonomi petani di suatu wilayah tertentu. Kondisi sosial ekonomi ini mencakup penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, infrastruktur misalnya pasar dan kebiasaan petani setempat. Pengertian tersebut lebih dekat dengan locationaladvantages, sedangkan dilihat dari sisi permintaan, komoditas unggulan merupakan komoditas yang mempunyai permintaan yang kuat baik untuk pasar domestik maupun pasar internasional dan keunggulan kompetitif.

Amir (2004) daya saing diidentikkan dengan produktivitas dimana tingkat output yang dihasilkan untuk setiap unit input yang digunakan. Peningkatan produktivitas meliputi peningkatan jumlah input fisik (modal dan tenaga kerja), peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi (total faktor produktivitas). Pendekatan yang sering digunakan untuk mengukur daya saing suatu komoditi dilihat dari dua indicator yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Sedangkan menurut Shinoj (2008) daya saing merupakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditi dengan biaya yang cukup rendah sehingga harga-harga yang terjadi di pasar internasional kegiatan produksi tersebut menguntungkan.

### **2.1.8 Teori Produksi**

Menurut Sukirno (2004) produksi dapat diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa. Elemen input dan output produksi merupakan elemen yang paling banyak mendapatkan perhatian dalam pembahasan

teori produksi. Dalam teori produksi, elemen input masih dapat diuraikan berdasarkan jenis ataupun karakteristik input.

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (utility) suatu barang dan jasa. Proses produksi menurut Sukirno (2004) Proses produksi adalah suatu cara metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor-faktor tersebut diantaranya adalah :

- 1) *Land or natural resources.*
- 2) *Labor* (tenaga kerja) yang mencakup *physical and mental effort* yang mempengaruhi kegiatan produksi.
- 3) *The entrepreneur or enterprise* yang mengelola kegiatan produksi and mengambil keputusan akan risiko.

Aktivitas produksi tidak terlepas dari volume atau kapasitas produksi. Kapasitas produksi menurut Sugiarto (2011) adalah suatu tingkat keluaran, sesuatu kuantitas keluaran dalam periode waktu itu. Untuk berbagai keperluan, kapasitas dapat disesuaikan dengan tingkat penjualan yang sedang berfluktuasi yang dicerminkan dalam jadwal produksi induk. Fungsi produksi adalah persamaan yang menunjukkan jumlah maksimum output yang dihasilkan dengan kombinasi input yang digunakan dalam proses produksi ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) secara matematis dapat dituliskan :  $Q = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$

Keterangan      $Q =$  Output  
                       $X =$  Input

Berdasarkan fungsi produksi diatas maka akan dapat diketahui hubungan antara input dan output, dan juga akan dapat diketahui hubungan antara input itu sendiri. Adapun input yang digunakan dalam proses produksi hanya terdiri atas modal ( $K$ ) dan tenaga kerja ( $L$ ) maka fungsi produksi yang dimaksud dapat diformulasikan menjadi.

$$Q = f(K, L)$$

Keterangan :  $Q =$  Output  
                       $K =$  Input  
                       $L =$  Input tenaga kerja

Fungsi produksi diatas menunjukkan maksimum output uang dapat diproduksi dengan menggunakan kombinasi alternative dari modal (K) dan tenaga kerja (L).

### **2.1.9 Harga**

Di dalam kamus ekonomi terbaca menurut Rosyidi, (2011) bahwa harga adalah “*The quantity of money which must be exchanged for one unit of a good or service. In addition, ecomnomist often use price in a broader sense to refer to anything, whether money or some commodity which has to be paid, e.g. in barter aconomy*” artinya Jumlah uang yang harus di bayarkan untuk satu unit barang atau jasa. Sebagai tambahan, para ahli sering kali mengartikan harga dalam pengertian yang lebih luas untuk menunjukkan apa saja, uang maupun barang, yang harus di bayarkan, (misalnya dalam suatu perekonomian barter) untuk mendapatkan barang lain]. Dalam bukunya, sigit menyatakan bahwa harga adalah nilai barang atau jasa yang dinyatakan dengan jumlah uang tertentu (Sardjono, 2017).

Barang memiliki harga karena di suatu pihak karena barang itu berguna, sedangkan di lain pihak karena barang itu langka. Kegunaan suatu barang akan menimbulkan keinginan, dan keinginan ini pada gilirannya akan membuahkan permintaan. Sebaliknya, kelangkaan suatu barang akan mendorong beberapa orang untuk memanfaatkan kelangkaan itu dengan cara menjualnya sehingga dari kelangkaan itulah timbulah penawaran. Ringkasnya, kelangkaan menimbulkan penawaran, sedangkan kegunaan menimbulkan permintaan. Semua pengertian ini akhirnya membawa kita pada suatu kesimpulan utama yaitu bahwa, harga di tentukan oleh bertemunya dua kekuatan atau pengaruh, yaitu permintaan dan penawaran (Rosyidi, 2011).

Naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan sewenang-wenang dari penjual. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barnag yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sementara penawaran menurun maka harga akan naik. Sebaliknya , jika permintaan menurun, sementara penawaran meningkat maka harga akan turun (Harahap et al., 2015).

### **2.1.10 Kebijakan Perdagangan Internasional**

Menurut Nopirin (2013), kebijakan perdagangan internasional adalah tindakan atau kebijaksanaan ekonomi pemerintah yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi komposisi, arah serta bentuk dari perdagangan internasional. Instrumen kebijakan perdagangan internasional adalah :

- a) Kebijakan Perdagangan Internasional Kebijakan perdagangan internasional Meliputi tindakan pemerintah terhadap rekening yang sedang berjalan (current account) dari neraca pembayaran internasional, khususnya tentang ekspor dan impor barang atau jasa. Misalnya adalah tariff terhadap impor, bilateral trade agreement dan lainnya
- b) Kebijakan Pembayaran Internasional. Meliputi tindakan pemerintah terhadap rekening modal (capital account) dalam neraca pembayaran internasional. Contohnya adalah pengawasan terhadap lalu lintas devisa (exchange control) atau pengaturan lalu lintas jangka panjang.
- c) Kebijakan bantuan luar negeri. Tindakan atau kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan bantuan (grants), pinjaman (loans), bantuan yang bertujuan untuk membantu rehabilitasi serta pembangunan dan bantuan militer terhadap negara lain.

### **2.1.11 Kebijakan Perdagangan Internasional (Tarif dan Non Tarif )**

Tujuan negara memerlukan kebijakan dalam mengatur kegiatan perdagangan internasional yaitu untuk menyelamatkan dan melindungi perekonomian dalam negeri dengan membuat cara atau startegi uang bersifat proktektif. Kebijakan perdagangan internasional adalah tindakan atau kebijakan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi komposisi, arah serta bentuk dari perdagangan internasional (Septiana.Riris, 2011) Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat 2 peraturan serta ketentuan yang berlaku berkaitan dengan jenis dan sistem pembayaran dengan didasarkan pada GATT (General Agreement on Tarif and Treade) atau perjanjian umum tentang tarif dan perdagangan. yaitu:

## 1. Kebijakan Tarif

Kebijakan tarif adalah kebijakan yang berupa penetapan pajak atau *custom duties* atas barang-barang yang melewati batas suatu negara (*custom area*) (Lilimantik, 2015). Tujuan kebijakan ini dilakukan untuk melindungi industri didalam negeri sehingga mendapatkan pendapatan negara apabila pajak atas suatu barang lebih besar dari pada barang asli dari suatu negara. Bentuk kebijakan tarif yaitu adalah pajak impor dengan persentase tertentu dari harga barang yang diimpor. Sehingga dengan menetapkan tarif / pajak kedalam barang maka dapat menaikkan harga barang impor itu sendiri sehingga produksi dalam negeri menjadi lebih bisa bersaing dengan barang impor karena harga yang lebih murah. Tarif dikelompokkan menjadi 3 yaitu: Bea ekspor (*Export duties*) yaitu tarif pajak/bea yang dikenakan atas barang yang dipindahkan menuju negara lain. Artinya pajak ini dikenakan untuk barang-barang yang keluar dari *custom area* suatu negara yang memungut pajak; Bea transit (*transit duties*) yaitu tarif pajak/bea dikenakan atas barang yang melalui wilayah suatu negara yang memiliki ketentuan bahwa tujuan akhir dari barang tersebut adalah negara lain.; dan Bea Impor (*import duties*) yaitu tarif pajak/bea yang dikenakan atas barang yang masuk dalam *custom area* suatu negara dengan ketentuan bahwa negara tersebut sebagai tujuan akhir.

## 2. Kebijakan Non tarif

Kebijakan non-tarif adalah kebijakan perdagangan selain tarif impor yang dapat menimbulkan dampak negative untuk memperoleh keuntungan pribadi dan mengurangi potensi manfaat dari melakukan perdagangan internasional (Arini, F. H. 2022.). Tujuan dari kebijakan ini yaitu untuk mengatur seberapa besar suatu negara dengan negara lain dalam melakukan pertukaran barang (*barter*). Dalam kebijakan ini, disebut dengan kerugian ekonomi dikarenakan hilangnya pendapatan dalam bentuk kerugian akan suatu barang. Pada umumnya, kebijakan non-tarif dibagi menjadi dua, yaitu *quantitative restriction* dan

other non-tariff barriers. Quantitative restriction merupakan kebijakan yang non-tarif yang diterapkan oleh suatu negara yaitu:

- a) Lisensi yaitu memberikan ijin oleh pemerintah untuk mengetahui barang yang keluar atau masuk ke wilayah negeri.
- b) Pelarangan yaitu pelarangan pada produk untuk bisa memasuki pasar domestik di negara tujuan. Dalam penerapannya melalui ketentuan atau syarat yang diterapkan oleh negara tujuan.
- c) Pembatasan eksport sukarela
- d) Kuota/quota yaitu suatu negara melakukan kegiatan membatasi masuk atau keluar atas barang ke dalam pasar domestik. Hal ini dilakukan oleh pemerintah apabila tidak melakukan pelarangan impor pada suatu barang tetapi tidak ingin menarik bea masuk atau tarif dikarenakan kekhawatiran akan kenaikan harga di dalam negeri.

Pada umumnya, kebijakan non-tarif tidak disarankan dalam perdagangan internasional. Hal itu dikarenakan kebijakan ini, berkaitan dengan tindakan pembatasan kuantitatif (quantitative restriction) apabila diterapkan dapat menghambat perdagangan internasional khususnya perekonomian nasional baik itu untuk tujuan penghematan ataupun perlindungan. Sebagai contoh, penerapan yang dilakukan oleh pemerintah Amerika Serikat dengan ketentuan FDA (Food & Drug Administration) yang tidak mudah diterima (Amir M.S, 1986).

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2013) diperoleh data dari tahun 1996 dan hanya sampai tahun 2011. Penelitian ini menggunakan metode regresi data panel. Negara-negara yang diteliti adalah Belanda, Amerika Serikat, Denmark, dan Jerman. Penelitian ini menggunakan variabel harga riil CPO dunia, nilai tukar riil Rupiah terhadap negara importir, dan pendapatan riil per kapita negara-negara tujuan ekspor. Hasil dari penelitian ini menyatakan volume ekspor CPO Indonesia ke dunia meningkat akan tetapi pada tahun 2009 mengalami

penurunan ekspor yang disebabkan oleh krisis ekonomi global. Krisis ekonomi global berpengaruh pada volume ekspor CPO Indonesia ke Amerika Serikat, Jerman, Belanda dan Inggris akibat krisis ekonomi global yang menurunkan daya beli ketiga negara tersebut. Hasil analisis model volume permintaan ekspor CPO Indonesia menunjukkan bahwa black campaign, nilai tukar riil rupiah terhadap mata uang negara importir, PDB riil per kapita negara importir, harga internasional minyak kedelai (soybean oil) di pasar dunia, dan harga ekspor CPO Indonesia ke negara tujuan berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor CPO Indonesia, sedangkan harga internasional CPO di pasar dunia tidak berpengaruh signifikan. PDB riil perkapita negara importir, harga internasional minyak kedelai (soybean oil) di pasar dunia berhubungan positif dengan volume permintaan ekspor CPO Indonesia. Sedangkan black campaign, harga ekspor CPO Indonesia ke negara tujuan dan nilai tukar riil rupiah terhadap negara importir berhubungan negatif terhadap volume ekspor CPO Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Ashari (2021) diperoleh dari tahun 1996-2019 dengan negara-negara yang diteliti adalah Belanda, Spanyol dan Italia. Penelitian ini menggunakan metode regresi data panel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga riil minyak kedelai dunia, nilai tukar riil Rupiah terhadap negara importir, PDB riil per kapita negara importir, dan harga CPO dunia. Penelitian ini menyatakan perkembangan volume ekspor CPO Indonesia ke negara tujuan ekspor dari tahun 2000 hingga 2019 cenderung berfluktuasi. Tren penurunan volume ekspor CPO ke negara tujuan yaitu Belanda, Spanyol, dan Italia dimulai sejak tahun 2009 hingga 2013, hal ini karena munculnya kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh Uni Eropa yang melarang dan membatasi ekspor CPO Indonesia ke wilayahnya. Kebijakan tersebut menjadi faktor pendorong munculnya black campaign yang dilakukan oleh Uni Eropa yang juga bertujuan untuk melindungi produk domestiknya yaitu rapeseed oil. Hasil analisis regresi data panel terhadap volume ekspor CPO Indonesia menunjukkan bahwa variabel black campaign berpengaruh signifikan dan negatif terhadap volume ekspor CPO Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa hadirnya black campaign menjadi penyebab menurunnya volume ekspor CPO Indonesia ke Belanda dan Italia. Untuk Spanyol hadirnya black

campaign menjadi penyebab menurunnya permintaan CPO Indonesia di Spanyol hingga tahun 2018. Kemudian permintaan CPO Indonesia di Spanyol kembali naik pada tahun 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh Santosa, Ridho, Haryadi, dan Dearmi Artis (2021) diperoleh dari tahun 2000-2019 dengan tidak ada salah satu atau beberapa negara yang dijadikan sample Uni Eropa. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda tanpa uji asumsi klasik. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 10%. Variabel-variabel yang digunakan adalah produksi CPO, harga CPO dunia, nilai tukar, dan kebijakan RED. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kontribusi volume ekspor CPO ke Uni Eropa dibandingkan total ekspor CPO Indonesia dari tahun 2000-2019 sebesar 13,24%. Produksi, nilai tukar, harga CPO, dan kebijakan RED berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor secara simultan. Produksi berpengaruh positif terhadap volume ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa. Nilai tukar, harga CPO, dan kebijakan RED berpengaruh negative terhadap volume ekspor ke Uni Eropa. Variabel produksi, nilai tukar, harga CPO, dan kebijakan RED berpengaruh terhadap ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa sebesar 95,64%.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari, Lady Paramita dan Sishadiyati (2022) diperoleh data data dari tahun 2010-2020. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Variabel-variabel yang digunakan adalah nilai tukar, harga CPO internasional, produksi, dan kebijakan RED. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa nilai tukar, harga CPO, produksi dan kebijakan RED berpengaruh terhadap volume ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa secara simultan. Pengaruh variabel-variabel bebas pada penelitian ini terhadap variabel terikat sebesar 86,8%. Nilai tukar, harga CPO internasional, produksi, dan kebijakan RED berpengaruh negatif terhadap ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa. Variabel nilai tukar, harga CPO internasional, produksi, dan kebijakan RED tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor CPO secara parsial.

Elkyn, Lugo, Vargas, Alberto , Granados, Carlos, Daniel (2024) Determinants of the competitiveness of world palm oil exports: A cointegration analysis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan dampak harga minyak

sawit internasional, harga barang pengganti dan barang pelengkapannya, serta nilai tukar terhadap daya saing 30 negara penghasil minyak sawit selama periode 2011 hingga 2019, dengan menggunakan data bulanan. Indeks keunggulan komparatif simetris diperkirakan, dan efek konvergensi ditemukan, di mana negara-negara berkembang menunjukkan spesialisasi yang lebih besar dibandingkan negara-negara industri. Uji akar unit dan kointegrasi diterapkan, selain metode FMOLS dan DOLS. Analisis mengungkapkan bahwa kebijakan penurunan harga minyak sawit dan minyak nabati, bersama dengan kenaikan nilai tukar dan harga kedelai serta biodiesel, meningkatkan daya saing ekspor minyak sawit.

Petir Papilo et al (2022) *Palm oil-based bioenergy sustainability and policy in Indonesia and Malaysia: A systematic review and future agendas*. Makalah ini mengulas penelitian sebelumnya tentang keberlanjutan dan kebijakan bioenergi berbasis minyak sawit di Indonesia dan Malaysia. Tinjauan pustaka sistematis dengan metodologi meta-analisis (PRISMA) dilakukan untuk mengevaluasi artikel-artikel terkait yang membahas keberlanjutan dan kebijakan bioenergi. Studi ini menemukan 96 artikel yang memetakan keberlanjutan dan kebijakan bioenergi di Indonesia dan Malaysia selama dekade terakhir. Studi keberlanjutan dibagi menjadi dua area: lingkungan dan sosial ekonomi. Para peneliti lebih cenderung memeriksa faktor-faktor lingkungan daripada faktor sosial ekonomi, dengan fokus khusus pada indikator lingkungan berikut: konversi penggunaan lahan, deforestasi, dan emisi CO<sub>2</sub>. Kebanyakan studi kebijakan berkonsentrasi pada keberlanjutan dan keamanan energi. Selama dua dekade terakhir, perkembangan kebijakan bioenergi di Indonesia dan Malaysia telah sebanding dalam hal posisi geografis dan produksi minyak sawit. Namun, kebijakan bioenergi Indonesia cenderung lebih vigorous dan dinamis dibandingkan Malaysia.

Shinoj dan Mathur (2008) judul *Comparative Advantage of India in Agricultural Exports vis-à-vis Asia: A Post-reforms Analysis*. Menganalisis keunggulan komparatif India ekspor komoditas pertanian utama sehubungan dengan Asia dan membandingkannya dengan yang dari eksportir utama Asia lainnya. Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Ekspor berbagai komoditas pertanian dari India telah mengalami perubahan dalam hal keunggulan

komparatif selama periode pasca-reformasi. India telah menikmati keunggulan komparatif ekspor teh tetapi juga mengalami tren penurunan selama bertahun-tahun, namun disisi lain Sri Lanka telah menunjukkan keuntungan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan India dan negara-negara lain seperti Tiongkok dan Indonesia. Pola yang sama telah diamati di ekspor kopi juga, di mana India telah kehilangan keunggulan komparatif untuk eksportir kopi lain seperti Vietnam dan Indonesia.

Feri Nur Oktaviani (2011) Analisis Daya saing Industri Karet Remah (*crumb rubber*) Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi daya saing (keunggulan kompetitif) karet remah (*crumb rubber*) Indonesia, menganalisis daya saing (keunggulan komparatif) dan faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan komparatif karet remah (*crumb rubber*) Indonesia di pasar internasional dan merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing karet remah (*crumb rubber*) Indonesia di pasar internasional. Metode *Porter's Diamond Theory, Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Ordinary Least Square (OLS)*. Berdasarkan hasil analisis keunggulan kompetitif dengan *Porter's Diamond Theory*, industri karet remah Indonesia dapat dikatakan memiliki keunggulan kompetitif. Hal tersebut dikarenakan industri karet remah Indonesia memiliki komponen-komponen keunggulan kompetitif *Porter's Diamond Theory* yang lebih banyak jika dibandingkan dengan komponen kelemahannya. Hasil analisis *Porter's Diamond Theory* menunjukkan bahwa hanya ada tiga dari empat belas komponen yang masih kurang mendukung keunggulan kompetitif industri karet remah Indonesia yaitu komponen IPTEK, infrastruktur, dan industri terkait. Hasil analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)* menunjukkan kinerja ekspor karet remah Indonesia yang tinggi di pasar internasional.

Arora (2015) berjudul *Export Competitiveness of Textile Commodities: A Panel Data Approach* Data: 15 produk tekstil selama 12 tahun ke 7 negara tujuan ekspor India. Metode: Panel Data Dinamis, OLS. Elastisitas harga bertanda negatif bagi semua negara partner, kecuali untuk negara Cina. Elastisitas pendapatan bertanda positif. Elastisitas harga bernilai kurang dari tak hingga. Elastisitas pendapatan bernilai kurang dari satu kecuali untuk Italia.

Yu dan Qi (2015) berjudul *Research on the Complementarity and Comparative Advantages of Agricultural Product Trade between China and CEE Countries*. Metode analisis Data: *cross section* pada tahun 2013 Metode: RCA, TCI, IIT. Hasil penelitian Produk unggulan ekspor Cina ke negara CEE diantaranya ikan, buah-buahan, produk sayuran, dan sutera. Terdapat index komplementaritas yang tinggi antara Cina dan negara CEE yang diteliti. Terdapat *intra-industry trade* yang kuat dari produk yang diperdagangkan.

Shuai dan Wang (2011) *Comparative Advantages and Complementarity of the Sini-US Agricultural Trade: An Empirical Analysis*. Metode analisis Data: *time series* 1997-2007 Metode: RCA, CMS, TCD, SI, TCI. Hasil penelitian daya saing produk pertanian Cina ke Amerika berkurang setelah akses Cina ke WTO. Ketergantungan Cina dan Amerika meningkat. Tingkat komplementaritas yang baik antara Cina dan Amerika pada produk pertanian.

Hajry Arief Wahyudy, Khairizal, dan Heriyanto (2018) berjudul *The Development of Indonesia's Natural Rubber Exports*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan ekspor karet alam Indonesia. Data yang digunakan adalah data Time Series dari tahun 1996-2016 yang diperoleh dari berbagai sumber seperti International Trade Statistic, FAO, United Nation Commodity Trade Statistic dan BPS. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan volume ekspor karet alam Indonesia semakin meningkat, meskipun berfluktuasi namun tetap tumbuh positif sebesar 3.34 persen. Peningkatan ini berdampak terhadap peningkatan nilai ekspornya, bahkan peningkatannya lebih besar dibandingkan peningkatan volume. Selama 21 tahun terakhir nilai ekspor karet alam Indonesia tumbuh sebesar 9.95 persen.

Nurichsan dan Bhima (2018) berjudul Analisis Daya Saing Komoditas Karet Alam Indonesia ke Pasar Global. bagaimana cara mengoptimalkan produk-produk Indonesia, seperti yang baik dan layanan, ke pasar global. Pasar global muncul karena globalisasi secara modern era ekonomi. Kami dapat mengakses apa saja dengan mudah, meskipun kebutuhan ini tidak diproduksi di dalam negeri. Di pasar global, semua orang dapat melakukan transaksi lintas batas negara. Karena

itu, produk Indonesia juga harus mampu bersaing di pasar global. Alam karet merupakan salah satu komoditas yang memiliki potensi di Indonesia. Indonesia adalah salah satu yang terbesar negara penghasil karet di dunia, menempati urutan kedua setelah Thailand, diikuti oleh Malaysia, Vietnam, dan India. Tanah di Indonesia seperti Riau, Sumatera Selatan, Sumatera Utara, dan Jambi, cocok untuk menanam pohon karet. Sebagai komoditas potensial, karet Indonesia produk diekspor ke negara-negara industri yang membutuhkan bahan baku karet. Indonesia tujuan ekspor karet adalah Amerika Serikat, Republik Rakyat Cina, Jepang, Singapura, dan Brasil. Daya saing komoditas karet Indonesia di dunia pasar hari ini cukup bagus. Jika dikembangkan lebih baik, maka Indonesia bisa menjadi eksportir terbesar karet di dunia, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Meskipun harga karet dalam pasar global menurun, ekspor karet Indonesia diharapkan berjalan dengan baik.

Satriyo Ihsan Radityo, Rini Dwiastuti, dan Abdul Wahib Muhaimin (2014) berjudul *Competitiveness Of Indonesian Natural Rubber At World Market*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing karet alam Indonesia di pasar dunia dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing karet alam Indonesia di pasar dunia. Penelitian menggunakan data sekunder dari berbagai sumber data pada periode tahun 1991 hingga tahun 2011. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui daya saing karet alam Indonesia di pasar dunia adalah dengan menggunakan pendekatan *Market Share Analysis, Revealed Comparative Advantage (RCA)*, dan *Trade Specialization Ratio (TSR)*. Sedangkan metode regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi daya saing karet alam Indonesia di pasar dunia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karet alam Indonesia memiliki daya saing dibandingkan negara lain dengan nilai pangsa pasar 32%, RCA 34.2, dan TSR 1.00 Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing karet alam Indonesia di pasar dunia secara signifikan adalah produktivitas, luas areal panen, pangsa pasar Thailand, pangsa pasar Malaysia, dan pangsa pasar Vietnam.

Ananto (2010) Penelitian tentang analisis ekspor dan daya saing CPO Indonesia di pasar Internasional,. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan

adalah analisis korelasi berganda, Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Hasil analisis RCA dari tahun 2004-2008 > 1 (satu), ini berarti Indonesia memiliki kinerja ekspor yang cukup baik, dapat juga dikatakan memiliki keunggulan komparatif, kemudian hasil analisis ISP menunjukkan ternyata Indonesia di pasar internasional merupakan pengekspor minyak sawit, karena mempunyai nilai ISP untuk komoditas minyak sawit > 0 (nol), jadi Indonesia cenderung lebih banyak mengekspor dibandingkan mengimpor.

Barto Simatupang (2010) Analisis Determinan Ekspor Karet Alam Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier ordinary least square (OLS) first difference. Hasil penelitian menunjukkan GDP dan Kurs berpengaruh terhadap permintaan ekspor karet alam Indonesia. Harga karet alam dan harga karet sintesis berpengaruh terhadap permintaan ekspor karet alam Indonesia.

Baida Soraya (2011) Analisis Determinan Ekspor Karet Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier ordinary least square (OLS) first difference. Hasil penelitian Variabel nilai tukar riil berpengaruh signifikan, Variabel produk Domestik Bruto (PDB) dari ekspor Negara tujuan memiliki pengaruh signifikan.

Juliana M (2012) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Karet Indonesia Ke Amerika Serikat. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier ordinary least square (OLS) first difference. Variable perubahan produksi karet, nilai kurs dan GDP Amerika Serikat signifikan mempengaruhi perubahan volume ekspor karet. Sedangkan variable perubahan harga karet internasional tidak signifikan mempengaruhi perubahan volume ekspor karet.

Silvia dan Syaad, (2014) Analisis Prospek Ekspor Karet Indonesia Ke Jepang. Penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana prospek ekspor karet Indonesia ke Jepang kedepannya dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang diamati dalam penelitian ini adalah volume ekspor karet ke Jepang, produksi karet Indonesia, harga karet internasional, nilai tukar dan PDB Jepang. Untuk menganalisa, penelitian menggunakan data runtun waktu dari tahun 1990-2013. Model penelitian menggunakan model ekonometrika. Metode analisis

menggunakan peramalan dan Regresi Linier Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel volume ekspor karet Indonesia ke Jepang akan meningkat setiap tahun ke depan. Variabel produksi karet memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap ekspor karet ke Jepang. Variabel harga karet internasional memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap volume ekspor karet Indonesia ke Jepang. Variabel nilai tukar memiliki hubungan positif dan tidak signifikan serta variabel Pdb terhadap volume ekspor karet Indonesia ke Jepang memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap volume ekspor ke Jepang.

Siburian, (2012). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Ekspor karet alam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor karet alam Indonesia ke Singapura. Metode analisis yang digunakan adalah error correction model (ECM). Dalam jangka pendek GDP Singapura memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor karet alam Indonesia ke Singapura dan dalam jangka panjang GDP memiliki hubungan yang negatif. Harga karet alam Indonesia memiliki hubungan yang negatif terhadap ekspor karet alam Indonesia ke Singapura baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Produksi karet alam Indonesia memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor karet alam Indonesia ke Singapura baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Indonesia seharusnya meningkatkan produksi karet alam untuk meningkatkan ekspor karet alam yang akan meningkatkan pendapatan nasional Indonesia.

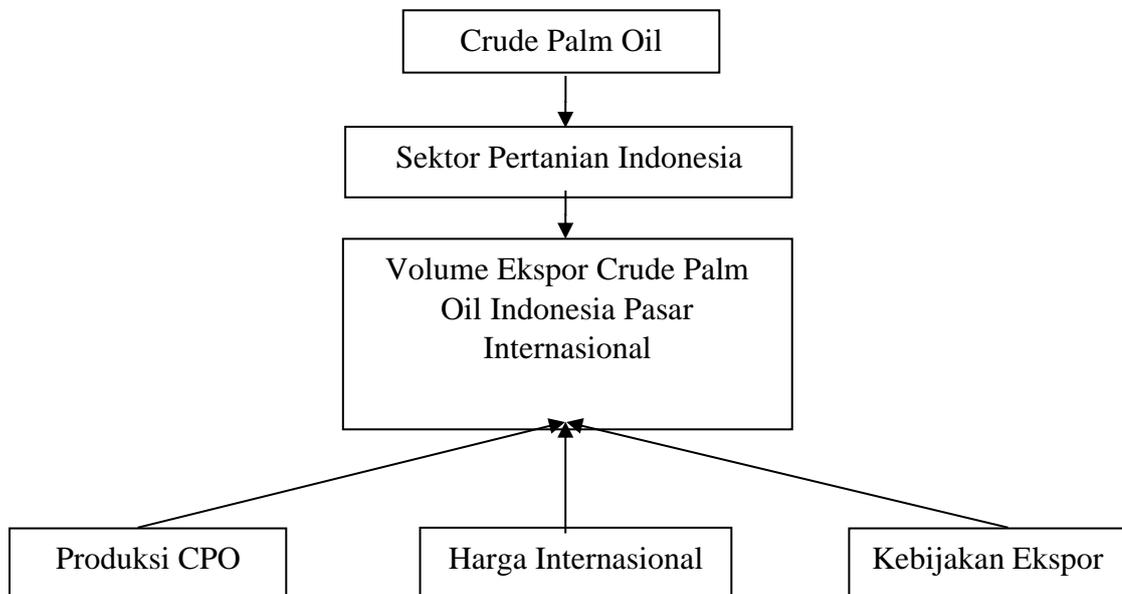
### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Indonesia merupakan produsen sawit terbesar di dunia. Sawit merupakan komoditi yang memiliki nilai guna yang cukup penting bagi produk nabati untuk kebutuhan berbagai negara. Ketatnya persaingan komoditas *Crude Palm Oil* antara Indonesia dengan negara pesaing utama di ASEAN seperti Thailand, Malaysia dan Vietnam menjadi tantangan baru dalam era perdagangan global menunjukkan bahwa peningkatan daya saing diperlukan untuk menjaga agar CPO Indonesia dapat tetap bersaing di pasar dunia khususnya di negara importir utama seperti Tiongkok, Amerika Serikat dan Jepang.

Crude palm oil merupakan salah satu jenis minyak nabati dari sawit yang banyak diproduksi Indonesia. Sebagian besar CPO yang dijual Indonesia berupa minyak nabati sehingga nilai tambah yang diperoleh sangat besar, Produksi CPO Indonesia yang cukup besar dan layak untuk diperhitungkan dalam pasar internasional. Indonesia merupakan negara penghasil CPO terbesar di dunia.

Permintaan CPO meningkat setiap tahunnya seiring dengan peningkatan pertumbuhan industri pengolahan. Apabila dilihat dari luas areal perkebunan sawit maka Indonesia berpotensi untuk mengembangkan industri CPO sebagai penghasil devisa. Namun realita yang terjadi industri CPO Indonesia masih kurang berkembang dengan baik, salah satu faktornya adalah produktivitas yang masih rendah, lahan sawit yang dimiliki Indonesia kurang optimal dalam pemanfaatannya.

Fluktuasi volume ekspor yang disebabkan oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Peningkatan konsumsi produksi CPO tersebut merupakan peluang yang harus dimanfaatkan secara optimal oleh negara produsen CPO dengan cara memperbesar volume ekspor CPO. Karena tujuan ekspor negara produsen utama CPO ini berbeda-beda, maka terlebih dahulu dilakukan analisis tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor CPO tersebut, meliputi: Produksi harga internasional dan kebijakan ekspor, adapun skema kerangka konseptual dijelaskan dalam Gambar:



Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan faktor-faktor yang diduga mempengaruhi ekspor *Crude Palm Oil* produsen utama, maka hipotesis penelitian ini yaitu: di duga produksi domestik, harga internasional dan kebijakan ekspor berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor *Crude Palm Oil* Indonesia tahun 2008 - 2023.