

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Gambaran Umum Kakao

Kakao (*Theobroma cacao L.*) merupakan kelompok tanaman tahunan (*perennial*) yang peranannya penting bagi makanan pokok (bahan dasar makanan). Tanaman bagian kakao dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk pembuatan produk yang bernilai ekonomis. Batang kakao dapat diolah menjadi gula pasir, pakan ternak, dan bioetanol, sedangkan daunnya dapat menghasilkan biomassa. Kandungan biji kakao dimanfaatkan dalam industri coklat dan turunannya, kosmetik, serta obat-obatan (Martono, 2014).

Pengolahan biji kakao secara keseluruhan dapat diolah menjadi produk sekunder seperti pasta coklat, lemak coklat, dan bubuk coklat. Tahapan pengolahan biji kakao yaitu, penggilingan biji kakao untuk diolah menjadi pasta. Hasil pasta dilakukan pengempunan, pengempaan merupakan proses memisahkan lemak dan bungkil (ampas). Lemak kakao juga dapat diolah menjadi bahan utama pembuatan coklat, sedangkan bungkil (ampas) sisa proses pengempaan dapat diproses menjadi bubuk coklat (Andini et al., 2016). Menurut Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (2009), produksi utama tanaman kakao ada di Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Tengah. Dengan jenis kakao sebagian besar ditanam merupakan jenis Forastero yang dikenal sebagai biji kakao lindak (*Bulk cacao*) atau kakao curah.

Produk olahan yang dikenal masyarakat luas adalah pasta coklat, bubuk coklat, dan lemak kakao merupakan produk setengah jadi. Permen coklat dikonsumsi biasanya untuk makanan ringan dan hadir dalam berbagai macam, mulai dari permen seluruh bagian coklat, hingga permen dilapisi coklat permukaannya saja. Bubuk coklat digunakan bahan dasar pembuatan kue. Kegunaan lemak kakao biasanya umum digunakan dalam bidang farmasi (obat-obatan) dan industri kosmetik, seperti untuk pembuatan lipstik, penghalus dan pelindung kulit (Wahyudi et al., 2008).

Menurut Prasetyo et al., (2004), kakao (*Theobroma cacao L.*) merupakan salah satu tanaman yang ditanam di Indonesia, bahkan Indonesia pernah sebagai penghasil kakao terbesar ketiga di dunia menghasilkan kualitas yang tinggi yang tercatat sebagai produk unggulan. Lemak kakao itu sendiri merupakan bahan yang paling berharga di dalam biji kakao, serta ampasnya dapat diolah menjadi bubuk kakao. Lemak kakao digunakan sebagai bahan utama kembang coklat (tanaman obat), minyak rambut, krim pembersih atau krim untuk mengurangi kerut wajah, juga sebagai bahan salep atau pelembab untuk tangan dan bibir pecah-pecah, sebagai bahan dasar “*coating pills*” dan obat untuk wasir di industri farmasi.

Lemak kakao adalah lemak yang diperoleh dari biji kakao (nib) yang difermentasi atau tidak difermentasi, baik secara mekanis menggunakan alat pengepres hidrolis atau *expeller*, maupun secara kimiawi menggunakan pelarut organik. Lemak kakao bersifat stabil, mengandung antioksidan alami yang mencegah ketengikan, memiliki umur simpan 2-5 tahun dan titik leleh sekitar 34-38°C. Lemak kakao adalah mentega berwarna kuning pucat dengan rasa dan aroma kakao. Karakteristik lemak ditentukan oleh komponen komposisi lemaknya. Komponen komposisi lemak relatif tidak bergantung pada pengolahannya, tetapi tingkat kematangan biji dipanen, klon, tempat tanaman tumbuh, dan saat panen atas hal tersebut, menandakan bahwa mutu dari lemak kakao tergantung pada mutu tanaman kakao serta biji yang dihasilkan (Langkong, 2012).

2.1.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan kegiatan perdagangan yang dikerjakan oleh penduduk suatu negara dan penduduk negara lain atas dasar aturan kesepakatan bersama. Kegiatan perdagangan internasional juga biasanya dikenal sebagai perdagangan dunia/global, karena interaksi perdagangan berasal di berbagai belahan dunia. Perdagangan internasional terbagi dua yaitu kegiatan ekspor dan impor. Ekspor ialah kegiatan menjual barang/jasa dari dalam negeri ke luar negeri dan impor ialah kegiatan memasukan barang dalam negeri ke daerah pabean (Purba et al., 2021).

Teori perdagangan internasional digolongkan kedalam dua kelompok, yaitu teori klasik dan teori modern. Teori klasik yang umum dikenal adalah teori Keunggulan Absolut dari Adam Smith, teori Keunggulan Relatif atau Komparatif dari J.S Mill, dan teori Biaya Relatif dari David Ricardo. Teori faktor Proporsi dari Hecksher dan Ohlin dalam ekonomi internasional disebut sebagai teori modern.

Teori klasik perdagangan internasional Adam Smith mengatakan bahwa produksi global akan optimal, setiap negara harus menghasilkan barang dan jasa yang memiliki keunggulan absolut. Keunggulan teori absolut adalah terjadi perdagangan bebas dari dua negara yang mempunyai keunggulan absolut maka akan terjadi interaksi impor dan ekspor yang menguntungkan negara tersebut. Teori ini menyebutkan jika hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut, maka tidak akan ada perdagangan internasional karena tidak terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan kepada dua belah pihak (Purba et al., 2021).

Ekonom David Ricardo membantah teori klasik dari Adam Smith, bahwa satu negara meski kurang efisien dibandingkan negara lain dalam memproduksi kedua komoditi tersebut, masih tetap ada perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. David Ricardo juga menunjukkan bahwa nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu dan jam kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Suatu negara akan berspesialisasi dalam produksi suatu komoditas dan mengekspornya ketika negara tersebut memiliki kelebihan pasokan (keuntungan), dan mengimpor komoditas yang dibutuhkan ketika mempunyai kerugian dalam produksi (Purba et al., 2021).

Teori klasik Ricardo tersebut kemudian dikembangkan oleh Heckscher Ohlin (H-O) dengan *The Theory of Factor Proportion* (1995). Model H-O menegaskan bahwa meskipun semua negara memiliki tingkat teknologi yang sama, perdagangan internasional akan tetap terjadi jika ada tingkat yang berbeda pada kepemilikan faktor produksi diantara masing-masing negara. Negara dengan tingkat investasi modal yang tinggi akan mengkhususkan diri dan mengekspor barang-barang padat modal, sedangkan bangsa dengan tingkat investasi sumber daya manusia yang tinggi akan menghasilkan dan mengekspor barang-barang yang padat karya (Suhardi, 2021).

Menurut Tambunan (2001), asumsi-asumsi yang dikatakan terkait teori-teori klasik dan modern (H-O) memiliki sejumlah kelemahan. Asumsi-asumsi yang berkaitan ialah mengenai tenaga kerja dimana pada teori klasik dan H-O menganggap bahwa tenaga kerja sebagai faktor produksi yang dominan dan homogen sifatnya, namun sebaliknya menunjukkan bahwa tenaga kerja tidak homogen, melainkan bervariasi sesuai dengan kategori menurut jenis dan derajat pendidikan atau keterampilan. Asumsi-asumsinya itu, teori-teori ekonomi klasik dan modern (H-O) mulai timbul pemikiran bahwa perkembangan suatu kegiatan ekspor dari suatu negara tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor keunggulan komparatif, tetapi juga oleh faktor-faktor keunggulan kompetitif.

2.1.3 Ekspor – Impor

Ekspor dan impor merupakan kegiatan utama dalam perdagangan internasional. Ekspor merupakan transaksi penjualan atas barang atau jasa dari dalam negeri atau daerah pabean keluar negeri, serta impor transaksi pembelian atas barang atau jasa dari luar negeri masuk ke dalam daerah pabean. Daerah pabean merupakan istilah wilayah negara Republik Indonesia, meliputi wilayah darat, laut dan udara, serta beberapa lokasi di Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan landas kontinen yang diatur dalam undang-undang kepabeanan No.17 Tahun 2006 (Supardi, 2021).

Ekspor saat ini, didorong tidak hanya oleh kekayaan alam, tetapi juga oleh kemampuan ilmiah dan teknologi yang maju, sehingga negara tersebut mampu menghasilkan produk yang bernilai tambah tinggi, dan juga memungkinkan negara tersebut untuk mengekspor produknya. Ekspor adalah penjualan barang atau jasa dari satu negara ke negara lain dan impor sebaliknya. Kegiatan melalui perdagangan impor dan ekspor, negara-negara maju memperoleh bahan mentah untuk komoditas yang dibutuhkan untuk industri mereka. Negara maju tersebut dapat menjual produknya ke negara berkembang sehingga memungkinkan negara berkembang mengekspor produk manufaktur dalam negeri dan memperoleh devisa (Purba et al., 2021).

Kegiatan perdagangan luar negeri atau ekspor ialah salah satu sumber utama devisa sebagai cadangan devisa di negara. Indonesia merupakan sumber utama salah satu cadangan devisa negara, pengiriman ekspor ke luar negeri perlu tetap diawasi dan diatur. Pengendalian ini berkaitan dengan upaya menjamin ketersediaan bahan baku bagi industri dalam negeri, menjaga alam dan lingkungan, serta meningkatkan daya saing dan daya tawar. Tren dan kinerja suatu kegiatan ekspor-impor tidak hanya membantu memahami perkembangan dan perdagangan suatu negara, tetapi juga membantu mempelajari pola dan karakteristik perdagangan luar negeri (Sasono, 2021).

Menurut Indramadhini & Sitompul (2015), ada beberapa cara yang dapat dilakukan pemerintah untuk meningkatkan ekspor, yaitu:

1. Diversifikasi ekspor yaitu menambah atau meningkatkan komoditas ekspor dan mutu barang dengan mengolah bahan mentah menjadi produk setengah jadi sehingga meningkatkan nilai barang.
2. Subsidi atau premi ekspor, seperti keringanan pajak, tarif angkut yang murah, dan kemudahan dalam mengurus ekspor. Pemberian premi atau insentif misalnya dengan penghargaan atas kualitas barang yang diekspor serta pemberian bantuan keuangan kepada pengusaha kecil dan menengah yang berorientasi ekspor.
3. Pengendalian harga dalam negeri oleh pemerintah untuk menjaga stabilitas harga domestik jika terjadi inflasi caranya membatasi ekspor.
4. Devaluasi untuk menurunkan harga komoditas ekspor di mata negara pengimpor.
5. Perjanjian internasional, perjanjian antar negara untuk lebih memudahkan proses perdagangan internasional.
6. Meningkatkan promosi dagang ke luar negeri, dengan cara pameran dagang di luar negeri agar produk dapat di kenal luas.

2.1.4 Konsep Daya Saing

Daya saing adalah sebagai kemampuan suatu perusahaan atau negara untuk memasarkan produknya ke pasar luar negeri dan memperoleh keuntungan. Daya saing suatu komoditas dapat diukur menggunakan pendekatan keunggulan komparatif dan kompetitif. Konsep keunggulan komparatif terkait dengan kelayakan ekonomi atau pengukuran daya saing suatu kegiatan perekonomian dan konsep keunggulan kompetitif terkait dengan kelayakan finansial (Wibisono et al., 2019).

Daya saing sebagai indikator dari ekonomi dan perkembangan bisnis. Daya saing ini erat kaitannya dengan kualitas sumber daya manusia, yang berhubungan dengan tingkat keterampilan dan pengetahuan. Daya saing juga memungkinkan bertumbuh didalam lingkungan yang kompetitif. Daya saing melibatkan aspek kualitatif dan kuantitatif komoditas dan produk pertanian yang diperdagangkan. Aspek kualitatif terdiri dari pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan aspek sosiokultural lainnya. Aspek kuantitatif terdiri dari tingkat perdagangan antar negara, perusahaan atau produsen dan penawaran komoditas, produk, tenaga kerja dan bahan baku, dan sebagainya (Soedarto & Pratiwi ika, 2022).

Daya saing penting karena beberapa alasan, yaitu untuk mendorong dan meningkatkan produktivitas dan kemampuan diri, untuk mendapatkan peningkatan kapasitas ekonomi, dan percaya bahwa mekanisme pasar akan tercipta lebih efisien. Daya saing ialah konsep perbandingan antara kemampuan dan kinerja negara atau sub-sektor untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang ditawarkan di pasar. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu bisnis dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya (Kusumawardhani, 2020). Suatu negara yang memiliki daya saing paling tinggi dalam kegiatan perdagangan internasional adalah sebagai negara pemenang. Negara dapat memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perdagangan bebas ini. Suatu negara yang kurang atau gagal melakukan daya saing dalam perdagangan bebas akan cenderung hanya menjadi pasar negara lain (Ustriaji, 2017).

2.1.5 Konsep Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif merupakan istilah yang terkait dengan ekonom Inggris abad ke-19 David Ricardo yang mengusulkan barang dan jasa mana yang harus diproduksi negara dan mereka harus berspesialisasi, mengalokasikan sumber daya terbatas untuk produksi barang dan jasa yang memiliki keunggulan biaya komparatif. Konsep keunggulan komparatif digunakan oleh negara bahwa output dunia akan meningkat ketika prinsip keunggulan komparatif ini digunakan sebagai untuk menentukan barang dan jasa apa yang harus mereka produksi secara khusus. Teori David Ricardo yang terkenal adalah tentang teori keunggulan komparatif yang menyatakan bahwa perdagangan internasional terjadi ketika terdapat perbedaan keunggulan komparatif antar negara (Suhardi, 2021).

Keunggulan komparatif dicapai ketika suatu negara dapat menghasilkan lebih banyak jasa dan barang dengan biaya yang lebih rendah dari pada negara lain misalnya, Indonesia dan Malaysia menghasilkan timah dan kopi. Indonesia dapat memproduksi kopi secara efisien dan murah, tetapi tidak dapat memproduksi timah secara efisien dan murah. Malaysia dapat memproduksi timah secara efisien dan murah, tetapi tidak dapat menghasilkan kopi secara efisien dan murah. Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam produksi kopi dan Malaysia memiliki keunggulan komparatif dalam produksi timah. Perdagangan saling menguntungkan jika kedua negara bersedia menukar kopi dan timah. Menurut teori keunggulan komparatif, suatu negara dapat meningkatkan taraf hidup dan pendapatan nasionalnya dengan berspesialisasi dalam produksi barang atau jasa yang sangat produktif dan efisiensi (Perizade, 2013).

Perbedaan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu negara ditentukan oleh faktor keunggulan suatu negara dibandingkan negara lainnya. Dua faktor yang umum adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia. Negara dengan keunggulan sumber daya alam akan memiliki keunggulan komparatif pada produk primer dan produk padat sumber daya alam. Negara dengan keunggulan komparatif sumber daya manusia akan memiliki keunggulan dalam produk padat teknologi dan produk padat sumber daya manusia (Maulana et al., 2023).

Menurut Perizade (2013) teori David Ricardo ini didasarkan pada asumsi-asumsi:

1. *Labor Theory of Value* yaitu nilai suatu barang ditentukan oleh tenaga kerja yang dilakukan untuk menghasilkan barang tersebut.
2. Perdagangan internasional dilihat sebagai pertukaran barang dengan barang.
3. Pengiriman dan biaya lainnya tidak diperhitungkan dalam hal pemasaran.
4. Produksi dilakukan dengan biaya tetap, dimana produksi tidak berpengaruh.
5. Faktor produksi sama sekali tidak cair antara negara. Oleh karena itu, negara berspesialisasi dalam memproduksi barang yang menguntungkan dan mengekspornya ketika kelebihan produksi dan mengimpor barang yang dibutuhkan jika mempunyai kerugian dalam memproduksi.

Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk menganalisa keunggulan komparatif suatu komoditas dalam suatu negara. Konsep tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965. Balassa percaya bahwa keunggulan komparatif suatu negara tercermin atau terungkap dalam ekspornya (Batra & Khan, 2005). Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor negara tersebut yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai komoditas dalam perdagangan dunia.

Product mapping juga digunakan untuk mengkategorikan ekspor lemak kakao dalam dua alat analisis yang digunakan untuk menentukan keunggulan komparatif dan spesialisasi perdagangan, berdasarkan konsep perhitungan RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*) dan TBI (*Trade Balance Index*) (Widodo, 2009). Hasil analisis produk nantinya dibagi menjadi empat grup yaitu:

1. Grup A: Memiliki keunggulan komparatif dan spesialisasi ekspor jika $RSCA > 0$ dan $TBI > 0$.
2. Grup B: Memiliki keunggulan komparatif tetapi tidak memiliki spesialisasi ekspor jika $RSCA > 0$ dan $TBI < 0$.
3. Grup C: Memiliki spesialisasi ekspor tapi tidak memiliki keunggulan komparatif Jika $RSCA < 0$ dan $TBI > 0$.
4. Grup D: Tidak memiliki keunggulan komparatif maupun spesialisasi ekspor jika $RSCA < 0$ dan $TBI < 0$.

2.1.6 Konsep Keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*) adalah strategi bisnis yang digunakan untuk melakukan bisnis dengan merebut peluang yang tidak dapat ditiru oleh pesaing untuk memaksimalkan laba (keuntungan) (Pakaya, 2011). Menurut Zuhail (2013), daya saing berdasarkan keunggulan kompetitif adalah daya saing yang tidak terlihat. Keunggulan bersaing berupa kreativitas, produktivitas dan kemampuan berinovasi, meliputi inovasi teknologi, teknik pemasaran, inovasi *positioning* produk di antara pesaing, dan inovasi kualitas pelayanan. Suatu perusahaan, industri, dan negara jika ingin mendapatkan keunggulan dalam persaingan internasional, mereka harus menggabungkan fisik (keunggulan komparatif) dan non fisik (keunggulan kompetitif).

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan suatu negara, Industri atau perusahaan untuk memiliki kinerja yang jauh lebih tinggi dan unggul dibandingkan kompetitor dalam komoditas sejenis melalui karakteristik dan sumber daya yang dikelola secara optimal. Karakteristik didapat seperti kompetensi khusus, misalnya mempunyai kualitas unggul, mempunyai saluran distribusi yang lancar, penyerahan produk yang lebih cepat dan merek produk yang terkenal. Konsep tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Michael E. Porter pada tahun 1985 menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif merupakan inti dari kinerja bisnis dalam lingkungan yang semakin kompetitif, dan bagaimana perusahaan mengadopsi sebagai strategi untuk maju (Putra, 2018).

Teori keunggulan kompetitif Michael E. Porter menyatakan bahwa negara-negara yang tidak hanya memiliki kekayaan alam, pengetahuan tetapi juga sumber daya manusia dan sosial yang kuat memiliki keunggulan. Keunggulan tersebut akan mampu bersaing tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Menunjukkan juga bahwa negara-negara yang beroperasi di pasar internasional dikatakan lebih inovatif, memungkinkan mereka memperoleh keunggulan kompetitif dan berdampak positif pada ekonomi dan citra negara (Putra, 2018).

Menurut Michael Porter (1990), pada dasarnya ada empat faktor yang mempengaruhi daya saing suatu negara, yaitu:

1. Strategi, Struktur, dan Tingkat Persaingan. Strategi struktur dan tingkat persaingan adalah bagaimana unit-unit bisnis negara dibentuk, diatur, dan dikelola, serta bagaimana persaingan di suatu negara tersebut.
2. Sumber daya suatu negara adalah ketersediaan sumber daya di suatu negara yang meliputi sumber daya manusia, bahan baku, pengetahuan, modal, dan infrastruktur. Ketersediaan ini menentukan perkembangan industri di suatu negara. Ketika salah satu dari faktor-faktor ini kekurangan pasokan, investasi dalam negara menjadi investasi yang mahal.
3. Permintaan domestik adalah permintaan di dalam negeri untuk produk atau layanan industri di suatu negara. Permintaan produk industri, khususnya permintaan dalam negeri merupakan aspek yang mempengaruhi arah pembangunan sebagai titik tolak keunggulan daya saing industri (keunggulan kompetitif). Inovasi dan perkembangan teknologi dapat terinspirasi dari kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Keberadaan Terkait dan Pendukung. Adanya industri sebagai pemasok atau industri pendukung yang mampu bersaing secara internasional. Faktor ini menggambarkan hubungan dan dukungan antar industri, dimana jika suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, maka industri-industri pendukungnya juga akan memiliki keunggulan kompetitif.

ECI (*export competitive index*) merupakan salah satu alat analisis digunakan untuk menganalisa keunggulan kompetitif. Konsep tersebut pertama kali dikembangkan oleh Amir pada tahun 2000. Indeks ECI menggambarkan perkembangan daya saing komoditas suatu negara dibandingkan dengan negara lain. Secara umum, indeks ECI menunjukkan apakah komoditas suatu negara dapat mempunyai kemampuan bersaing dengan pesaingnya negara lain (Lindung & Jamil, 2018).

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menentukan inspirasi baru untuk penelitian, disamping itu penelitian terdahulu membantu penelitian sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, karena hal itu dicantumkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul & Nama Penelitian	Penelitian Terdahulu		
		Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Daya Saing Ekspor Minyak Kelapa (<i>Crude Coconut Oil</i>) Indonesia Di Pasar Internasional (Pangestu et al., 2022)	1. Analisis <i>products mapping</i> , ekspor CCO Indonesia ada pada grup A berarti memiliki keunggulan komparatif dan merupakan negara dengan spesialisasi ekspor CCO. 2. Daya saing ekspor CCO Indonesia menunjukkan tren daya saing positif. Nilai rata-rata pertumbuhan RCA sebesar 3,5% dan nilai rata-rata pertumbuhan ECI sebesar 4,4 persen dari tahun 2009 hingga 2018.	- Menganalisa daya saing menggunakan RCA, ECI dan Product Mapping.	- Komoditas yang diteliti Minyak kelapa (<i>Crude Coconut Oil</i>).
2.	Analisis kinerja dan daya saing perdagangan biji kakao dan produk kakao olahan Indonesia di pasar internasional (Hasibuan et al., 2012)	Kinerja perdagangan produk kakao Indonesia tahun 2001-2010 menunjukkan kakao Indonesia terus meningkat. Serta memiliki keunggulan komparatif sebagai eksportir biji dan kakao olahan di pasar internasional. Sementara itu, menunjukkan sedikit perbedaan analisis EPD semua produk kakao memiliki daya saing, sedangkan analisis CMSA menunjukkan produk-produk kakao yang memiliki daya saing adalah produk-produk kakao olahan.	- Alat analisa RCA. - menganalisa daya saing perdagangan internasional, keunggulan komparatif dan kompetitif.	- Data panel yang diteliti yaitu 2001-2010. - Menganalisa seluruh produk olahan kakao. - Alat analisis ISP, EPD, dan CMSA.

No	Judul & Nama Penelitian	Penelitian Terdahulu		
		Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Daya saing kakao Indonesia di pasar internasional (Tresliyana et al., 2015)	Pada perdagangan di pasar internasional kakao Indonesia tahun 2003-2012, memiliki keunggulan komparatif baik pada biji kakao, kakao pasta, kakao <i>butter</i> maupun kakao powder.	- Alat analisis RCA. - Negara yang diteliti yaitu Belanda, Malaysia, Prancis, Pantai Gading, Indonesia.	- Data panel yang diteliti yaitu 2003-2012. - Menganalisa seluruh produk olahan kakao. - Tidak menganalisa keunggulan kompetitif.
4.	Peningkatan daya saing ekspor produk olahan kakao Indonesia di pasar internasional Indonesia (Andini et al., 2016)	Analisis (RCA) selama tahun 2009 hingga tahun 2014, produk olahan kakao Indonesia seperti biji kakao, pasta coklat, lemak coklat, bubuk coklat, jika dihitung secara keseluruhan memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional dengan nilai rata-rata 3,18.	- Alat analisis RCA.	-Data panel yang diteliti 2009-2014 -Tidak menganalisa keunggulan kompetitif -Menganalisa seluruh produk olahan kakao.

Kebaruan dari penelitian ini yaitu fokus pada produk lemak kakao serta dianalisis dengan kombinasi metode RCA dan *Product mapping* dalam menganalisa keunggulan komparatif, sementara itu ECI digunakan untuk menganalisa keunggulan kompetitif.

2.2 Pendekatan Masalah

Perkembangan kakao khususnya lemak kakao memang tidak terlepas dari perannya sebagai salah satu komoditas perkebunan yang berpotensi untuk ekspor. Lemak kakao merupakan turunan produk setengah jadi dari pengolahan biji kakao. Berdasarkan data *Trade Maps* tahun 2001 dan 2020, lemak kakao telah menggeser biji kakao yang semula menempati urutan pertama sebagai produk ekspor tertinggi di Indonesia pada produk kakao. Lemak kakao pada tahun 2020 mempunyai volume ekspor sebesar 144,489 ribu ton dengan pertumbuhan naik sebesar 335% dari tahun 2001. Pertumbuhan kenaikan volume ekspor lemak kakao menandakan bahwa terjadinya peningkatan daya saing produk olahan salah satunya melalui lemak kakao. Kebijakan bea keluar biji kakao yang dikeluarkan oleh pemerintah ternyata memberikan dampak positif salah satu agar bisa menumbuhkan industri pengolahan dalam negeri.

Kakao olahan biasanya dibutuhkan oleh industri makanan dan minuman, kakao olahan yang dibutuhkan oleh industri akhir adalah kakao olahan setengah jadi seperti lemak kakao, bubuk kakao, dan tepung kakao. Lemak kakao itu sendiri diperoleh dari biji kakao yang difermentasi atau tidak difermentasi, berbentuk mentega berwarna kuning pucat dengan rasa dan aroma kakao. Lemak kakao memiliki umur simpan 2-5 tahun dan titik leleh sekitar 34-38°C. Karakteristik lemak ditentukan oleh komponen komposisi lemaknya, komponen komposisi lemak relatif tidak bergantung pada pengolahannya, tetapi tingkat kematangan biji dipanen, klon, tempat tanaman tumbuh, dan saat panen. Mutu yang akan dihasilkan dari lemak kakao tergantung pada mutu tanaman kakao serta biji yang dihasilkan (Langkong, 2012).

Tresliyana et al., (2015) menyatakan bahwa ekspor kakao dapat didorong dari sisi permintaan yakni konsumsi kakao tertinggi tahun 2011/2012 berada di Eropa dan Amerika yaitu sebesar 61%. Konsumsi di kawasan tersebut memproyeksikan meningkat sebesar 2,2% setiap tahunnya dan akan terus menjadi konsumen kakao terbesar di dunia. Konsumsi kakao meningkat, maka ekspor kakao Indonesia juga akan meningkat karena negara pengimpor kakao akan meningkatkan impor untuk melayani permintaan konsumen.

Menurut Ustria (2017), suatu negara yang memiliki daya saing paling tinggi dalam kegiatan perdagangan internasional adalah sebagai negara pemenangnya karena negara tersebut dapat memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perdagangan bebas ini. Negara-negara yang kurang atau gagal melakukan daya saing dalam perdagangan bebas akan cenderung hanya menjadi pasar negara lain. Konsep daya saing itu sendiri merupakan hal yang penting untuk menunjukkan perekonomian suatu negara. Lemak kakao merupakan salah satu produk olahan setengah jadi yang memiliki kemampuan ekspor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa daya saing ekspor lemak kakao (HS 1804) Indonesia di pasar internasional. Keunggulan komparatif lemak kakao Indonesia diukur menggunakan analisis kombinasi RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan *product mapping*. Serta keunggulan kompetitif diukur menggunakan ECI (*Export Competitiveness Index*). Kondisi keunggulan komparatif dan kompetitif akan memberikan gambaran yang jelas mengenai daya saing ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional.

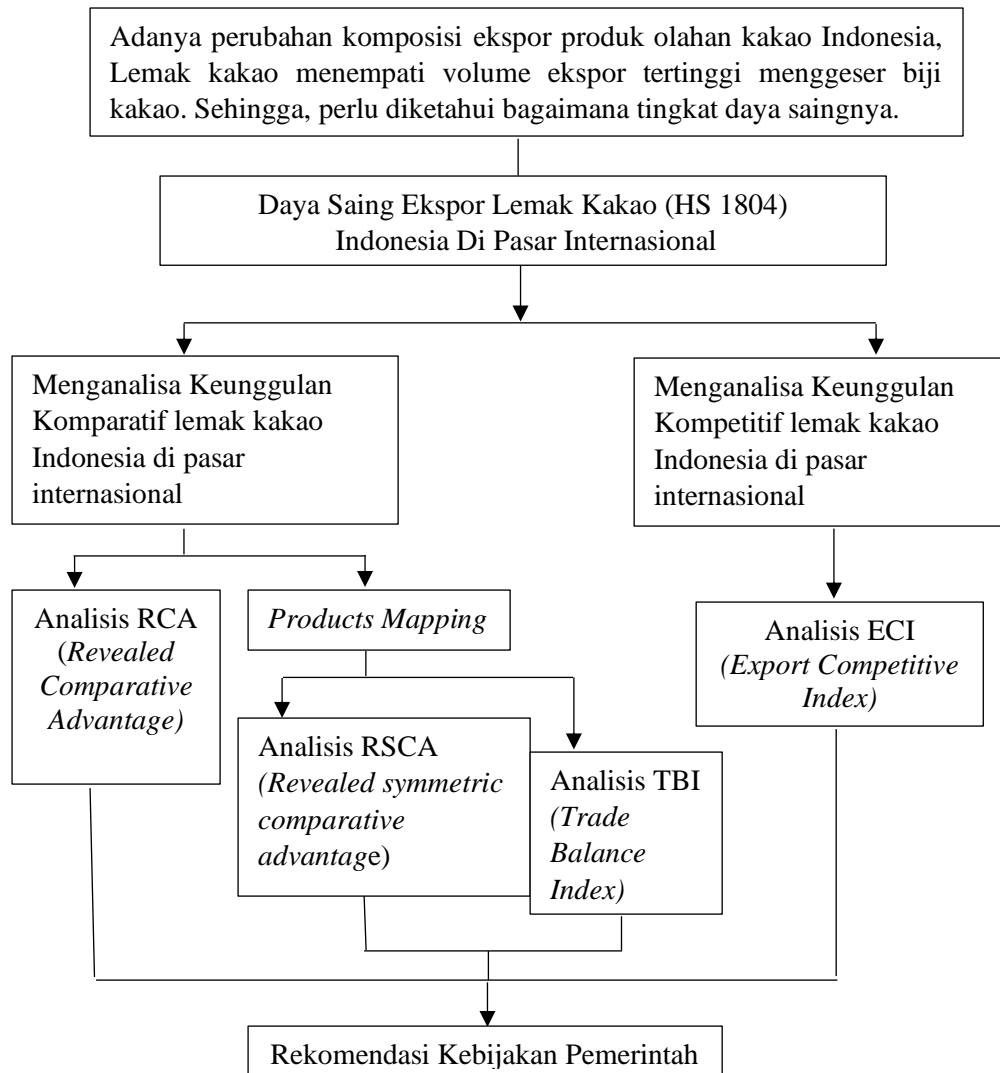
RCA (*Revealed Comparative Advantage*) digunakan untuk melihat posisi lemak kakao Indonesia dengan negara pengekspor lemak kakao lainnya di pasar dunia. Konsep dasar dari metode RCA ialah untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara di pasar internasional yang direfleksikan dari nilai eksportnya. Analisis ini di dalamnya menggunakan perbandingan dari empat negara pengekspor lemak kakao terbesar di dunia yaitu Belanda, Malaysia, Prancis, dan Pantai Gading. Hasil RCA akan membandingkan keunggulan komparatifnya dari masing-masing negara. Data yang dibutuhkan dalam metode RCA merupakan nilai ekspor komoditas lemak kakao dari empat negara pembanding dan dunia serta total ekspor dari lima negara pembanding dan dunia.

Product mapping juga digunakan untuk mengkategorikan ekspor lemak kakao menjadi dua sisi. Sisi pertama adalah terkait apakah suatu negara memiliki posisi keunggulan komparatif atau tidak dan sisi kedua terkait dengan apakah suatu negara menjadi negara pengekspor atau pengimpor, di dalamnya menggunakan dua alat analisis yaitu RSCA dan TBI. RSCA adalah model pengembangan dari RCA maka untuk mencari nilai RSCA perlu mencari nilai RCA terlebih dahulu.

Kelemahan RCA yaitu nilai RCA tidak memiliki batasan karena berkisaran dari 0 sampai tak terhingga sehingga. Pengembangan RSCA menyempurnakan untuk membatasi kisaran antara -1 sampai 1 maka hasil RSCA akan lebih mudah dipahami. TBI itu sendiri untuk menentukan apakah negara memiliki spesialisasi dalam ekspor (net-exporter) atau impor (net-importer) untuk kelompok komoditas tertentu.

ECI (*Export Competitive Index*) merupakan analisis untuk mengukur keunggulan kompetitif suatu negara dipasar internasional. ECI digunakan untuk menunjukkan kemampuan ekspor lemak kakao apakah memiliki tren daya saing meningkat atau sebaliknya, dalam analisis ini menggunakan perbandingan dari lima negara yang telah disebutkan sebelumnya. ECI ini menunjukkan kemampuan komoditas tertentu pada suatu negara untuk bersaing dengan negara lainnya yang merupakan pesaingnya di pasar internasional. Nilai ECI lebih dari 1 maka memiliki keunggulan kompetitif atau memiliki arah trend naik serta sebaliknya. Hasil dari analisis ECI akan membandingkan keunggulan komparatifnya dari masing-masing negara pembanding.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi tentang daya saing lemak kakao terhadap pasar dunia. Daya saing ekspor lemak kakao Indonesia setelah diketahui cenderung memiliki keunggulan komparatif-kompetitif atau sebaliknya, diharapkan dapat melakukan berbagai upaya untuk pengembangan lemak kakao. Pemerintah maupun stakeholder terkait dapat terus merumuskan dan menerapkan kebijakan korektif untuk meningkatkan ekspor olahan kakao agar dapat meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari skema pendekatan masalah penelitian dijelaskan pada gambar 2.



Gambar 2. Skema Pendekatan Masalah