

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Mengenal Jambu Mete

Jambu mete (*Anacardium occidentale*) merupakan tanaman perkebunan dari suku *Anacardiaceae*. Tanaman ini bukan merupakan tanaman asli dari Indonesia, melainkan dari Brazil dan berkembang di Indonesia. Di daerah asalnya, tanaman ini tumbuh liar secara alamiah di lembah sungai Amazon di Brasil bagian Timur Laut. Dari Negara asalnya ini, tanaman jambu mete menyebar ke seluruh penjuru dunia, terutama di Negara-negara yang memiliki iklim sub-tropis dan iklim tropis termasuk Indonesia.

Di Indonesia, tanaman jambu mete memiliki nama atau sebutan yang berbeda-beda tiap-tiap daerah. Misalnya, jambu mete/jambu mede (Jawa), jambu monyet (Madura), jambu dwipa/jambu jipang/jambu monyet (Bali), jambu dipa (Banjarmasin), jambu dare masong (Ujung Pandang), buah jaki (Ternate, Menado), buah monyet (Timor), jambu erang/jambu monyet (Minangkabau), dan boa fransi (Maluku).

Dalam tatanan atau sistematika (taksonomi) tanaman, jambu mete diklasifikasikan sebagai berikut:

Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Anggiaspermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Sapindales
Famili	: Anacardiaceae
Genus	: <i>Anacardium</i>
Spesies	: <i>Anacardium occidentale L.</i>

Jambu mete merupakan tanaman perkebunan yang cukup berpotensi dikembangkan di Indonesia dikarenakan tanaman Jambu mete dapat ditanam di lahan sehingga persaingan lahan dengan komoditas lain menjadi lebih kecil. Di Indonesia tanaman Jambu mete sudah dikenal cukup lama dan kini telah tumbuh secara alam 7egati di seluruh pelosok nusantara. Beberapa jenis tanaman ini ditanam di berbagai daerah sebagai tanaman penghijauan yang menghasilkan

kacang mete, selai, anggur, minyak CNSL (*cashew nut shell liquid*) untuk bahan pelumas mesin, bahan isolasi, pernis, cat, bahan insektisida, dan lain-lain (Nunung dkk, 1994).

Tanaman Jambu mete dapat tumbuh mencapai ketinggian 10-12 meter. Pada dasarnya Jambu mete dapat tumbuh dengan baik bila lingkungan hidupnya menjamin pertumbuhan dan perkembangannya dengan baik. Lingkungan tersebut sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tanah, iklim, tinggi-rendah letak geografis, pengairan dan faktor biotik yang menyangkut gangguan hama, penyakit dan tumbuhan pengganggu atau gulma. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain dan sering disebut dengan faktor ekologi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan para ahli di lingkungan Departemen Pertanian dan data yang dipaparkan USDA *Foreign Agriculture Service* diketahui bahwa seluruh tanaman Jambu mete dapat dimanfaatkan antara lain adalah:

- a. Buah semu Jambu mete mengandung 88 persen air, 0,2 persen protein, 0,1 persen lemak, dan 11,5 persen karbohidrat serta Vitamin C dengan rasa yang agak asam dapat dimakan sebagai rujak atau dibuat menjadi *juice*, selai, difermentasi sehingga menghasilkan “minuman beralkohol”. Daging buah batunya atau biasa dikenal dengan biji mete juga dimakan karena mengandung 5 persen air, 20 persen protein, 45 persen lemak (minyak), 26 persen karbohidrat, dan 1,5 persen mineral. Melalui proses pemerasan, daging buah mete juga menghasilkan minyak nabati yang tidak mengandung asam lemak jenuh.
- b. Daun Jambu mete muda banyak mengandung gizi dan vitamin C dapat dimanfaatkan sebagai campuran lalap sedangkan daun yang sudah tua dapat dimanfaatkan sebagai obat penyakit kulit.
- c. Kulit batang dimanfaatkan antara lain sebagai obat diare dan obat kumur bagi penderita sariawan, obat penyamak kulit, bahan batik, bahan tinta, bahan pewarna, bahan perekat dan obat anti ngengat.

Sentra produksi Jambu mete di Indonesia berada di 10 provinsi berdasarkan luas panen dan produksinya yaitu Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tenggara,

Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Selatan, Jawa Timur dan Jawa Tengah dapat dilihat pada Tabel 3 (Litbang Pertanian, 2016).

Tabel 3. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Jambu Mete

Provinsi	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/ha)
Nusa Tenggara Timur	165.111	39.295	237,9
Sulawesi Tenggara	119.145	28.657	240,5
Nusa Tenggara Barat	53.182	11.320	212,9
Sulawesi Selatan	50.205	13.336	265,6
Jawa Timur	48.285	14.562	301,6
Jawa Tengah	25.003	10.762	403,4
Sulawesi Tengah	14.391	2.214	153,8
DI Indonesia	11.104	400	36,0
Bali	9.271	4.377	472,1
Maluku Utara	6.005	2.562	426,6

Sumber: Penelitian dan Pengembangan Pertanian Tahun 2016

2.1.2 Perdagangan Bebas

Perdagangan bebas adalah suatu sistem di mana barang, arus modal, dan tenaga kerja bertukar secara bebas antara negara-negara, tanpa hambatan yang bisa menghambat proses perdagangan (Sri Dianti, 2018). Perdagangan bebas lebih mengacu kepada kebijakan pemerintah yang tidak mengganggu arus perdagangan dan menghilangkan hambatan perdagangan baik itu yang bersifat hambatan tarif (*tariff barrier*) maupun non-tarif (*non-tariff barrier*). Kegiatan perdagangan bebas pada dasarnya diawali dengan kegiatan perdagangan internasional. Perdagangan internasional mempunyai pengertian kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua negara (Caterin M. Simamora, 2017). Perdagangan internasional sering dibatasi oleh berbagai pajak negara, biaya tambahan yang diterapkan pada barang ekspor impor, dan juga regulasi non tarif pada barang impor. Secara teori, semua hambatan-hambatan inilah yang ditolak oleh perdagangan bebas (Musliadi, 2011).

Caterin M. Simamora (2017) menyatakan bahwa perdagangan bebas menjadi sarana bagi produsen dalam memasarkan produknya, memaksimalkan penjualannya serta meningkatkan keuntungan sehingga produk yang dijual harus masuk ke negara tujuan ekspor tanpa hambatan. Perjanjian internasional menjadi salah satu pilihan bagi negara-negara yang akan melakukan perdagangan

internasional. Saat ini Indonesia sudah terikat dalam banyak perundingan perdagangan bebas dan menjadi subjek di dalamnya. Adapun beberapa perjanjian perdagangan bebas yang diikuti oleh Indonesia diantaranya adalah *Asean Free Trade Area* (AFTA), *Indonesia Jepang, Asean China Free Trade Agreement* (ACFTA), *Asean Australia New Zealand Free Trade Area* (AANZFTA) dan *World Trade Organization* (WTO).

Adanya perdagangan bebas, tidak ada lagi hambatan yang dibuat oleh suatu negara dalam melakukan transaksi perdagangan dengan negara lainnya. Negara-negara dunia yang terlibat langsung dalam perdagangan bebas memiliki hak untuk menjual barang dan jasa terhadap negara lain tanpa harus dibebani oleh batasan-batasan pajak dan bea masuk (Caterin M. Simamora, 2017). Selain itu, perdagangan bebas bisa berdampak positif ataupun negative terhadap globalisasi di Indonesia. Dampak positif dari perdagangan bebas, yaitu dapat meningkatkan kualitas dari produk dalam negeri, memberikan peluang bagi investor dan dapat membangun Indonesia menjadi negara produksi, dapat meningkatkan devisa negara yang dihasilkan dari bea masuk dan biaya ekspor impor pertumbuhan teknologi yang pesat dan menyejahterakan masyarakat. Adapun dampak negatif dari perdagangan bebas yaitu Indonesia akan ketergantungan dengan negara lain, adanya persaingan antara produk dalam negeri dengan produk luar negeri, serta apabila kalah persaingan menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang menurun (Kiki Fitria, 2018).

2.1.3 Daya Saing

Daya saing dapat diartikan sebagai kapasitas satu perusahaan, subsektor, atau negara untuk menunjukkan kemampuan perusahaan, subsektor, atau negara tersebut untuk menjual dan memasok barang atau jasa di pasar tertentu dibandingkan dengan kemampuan perusahaan, subsektor atau negara lain di pasar yang sama. Istilah ini juga digunakan untuk menggambarkan sifat pasar yang kompetitif sempurna dengan melihat struktur penopangnya. Istilah ini juga dapat menggambarkan karakter suatu kawasan geografis yang di dalamnya terjadi

konsentrasi berbagai sumber daya seperti modal, tenaga kerja, teknologi maupun bakat (Ahmad Damyati 2006)

Definisi daya saing itu sendiri cukup beragam. Namun definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan, subsektor atau negara untuk menawarkan barang dan jasa yang memenuhi standar kualitas pasar domestik dan pasar dunia pada harga yang bersaing dan memberikan pendapatan yang memadai pada sumber daya yang digunakan untuk memproduksinya. Daya saing mengindikasikan kemampuan dan kinerja suatu perusahaan, sub-sektor, wilayah atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa di pasar secara lebih baik dibanding kemampuan perusahaan, subsektor negara lain di pasar yang sama. Barang dan jasa yang berdaya saing mampu bertahan terhadap serangan produk-produk saingannya karena mempunyai nilai yang lebih atraktif bagi pembelinya (Prajogo U. Hadi dan Julia F. Sinuraya, 2014)

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) menyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara atau antara daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena daya saing industri merupakan fenomena di tingkat mikro perusahaan, maka kebijakan pembangunan industri nasional semestinya didahului dengan mengkaji sektor industri secara utuh sebagai dasar pengukurannya.

World Economic Forum (WEF) mengemukakan pengertian daya saing yang lebih luas, yang mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tinggi dan berkelanjutan. Sedangkan *Institut of Management Development* (IMD) mendefinisikan daya saing nasional sebagai kemampuan suatu negara dalam menciptakan nilai tambah dalam rangka menambah kekayaan nasional dengan cara mengelola aset dan proses, daya tarik dan agresivitas, globalitas, proksimitas, serta dengan mengintegrasikan hubungan-hubungan tersebut ke dalam suatu model ekonomi dan sosial. *European Commission* mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan untuk memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar internasional,

diiringi dengan kemampuan mempertahankan pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, lebih umumnya adalah kemampuan (*regions*) untuk menciptakan pendapatan dan kesempatan kerja yang relatif tinggi sementara terekspos pada daya saing eksternal (Perpustakaan Bappenas, 2015).

Daya saing dapat dinilai dengan berbagai macam pendekatan dan indikator yang pada prinsipnya menunjukkan kemampuan yang lebih unggul secara kuantitas ataupun kualitas pada skala nasional antar daerah ataupun pada skala internasional antar negara. Daya saing daerah didefinisikan sebagai kemampuan daerah dalam mencapai pertumbuhan ekonomi untuk menciptakan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan, sehingga mampu untuk bersaing di tingkat domestik dan internasional. Dengan demikian, daya saing merupakan akumulasi dari berbagai faktor yang dimulai dari penyusunan kebijakan, sampai dengan implementasi berupa kelembagaan dan tata kelola dan berupa pembangunan infrastruktur. Muara dari implementasi kebijakan-kebijakan tersebut adalah tercapainya produktivitas suatu negara/daerah sehingga akan meningkatkan kesejahteraan rakyat pada skala perekonomian nasional/daerah. Semakin kompetitif daya saing sebuah sistem perekonomian, maka pembangunan akan tumbuh lebih cepat (Perpustakaan Bappenas, 2015)

Prayogo dan Julia (2014) mengemukakan bahwa daya saing dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

- a. Keunggulan absolut adalah kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang/jasa yang lebih besar jumlahnya dibanding pesaingnya dengan menggunakan sumber daya yang sama jumlahnya.
- b. Keunggulan komparatif adalah kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang/jasa dengan biaya marjinal (*marginal cost*) dan biaya kesempatan (*opportunity cost*) yang lebih rendah dibanding pesaingnya dan menciptakan pendapatan yang lebih besar dibanding pesaingnya berdasarkan harga yang tidak terdistorsi.
- c. Keunggulan kompetitif hampir sama dengan keunggulan komparatif tetapi berdasarkan harga yang berlaku di pasaran yang sering terdistorsi.

Tambunan (2001) menyatakan bahwa batasan daya saing pada dasarnya ditentukan oleh dua faktor. Faktor yang pertama adalah keunggulan kompetitif yang dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/diciptakan. Kedua adalah faktor keunggulan komparatif yang dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah.

Daya saing suatu komoditas pertanian dapat diukur dengan berbagai metode, yaitu *Domestic Resource cost Ratio* (DRCR), *Private Cost Ratio* (PCR), *Ekspor Market Share* (EMS), *Trade Specialization Index* (TSI), *Trade Acceleration Ratio* (TAR), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA). Masing-masing metode tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan, Metode DRCR dan PCR masing-masing dapat mengukur keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif secara baik, tetapi membutuhkan data penampang lintang tentang biaya dan penerimaan usaha detil yang hanya tersedia untuk komoditas tertentu dan pada tahun tertentu sehingga jarang digunakan untuk mengetahui perubahan antar waktu. Metode EMS, TSI, TAR, dan RCA dapat mengukur keunggulan komparatif dengan menggunakan deret waktu dan datanya cukup tersedia sehingga dapat digunakan untuk melihat perubahan antar waktu. Namun keempat metode ini hanya untuk komoditas ekspor, sedangkan Indonesia dan negara-negara lain di dunia ini tidak ada yang menjadi eksportir murni, tetapi merangkap sebagai *negative*, dan memproduksi komoditas substitusi impor. Sehingga untuk mengukur keunggulan komparatif dengan mempertimbangkan sisi ekspor beserta impor sekaligus, dapat menggunakan metode RCTA. (Prajogo U. Hadi dan Julia F. Sinuraya, 2014).

Konsep daya saing merupakan aspek penting dalam perdagangan suatu produk sebagai salah satu strategi untuk memasuki pasar ekspor, karena pada hakikatnya persaingan mencerminkan kesanggupan untuk memasuki pasar ekspor, karena pada hakikatnya persaingan mencerminkan kesanggupan untuk memenangkan pangsa pasar. Konsep daya saing umum dipahami adalah kemampuan suatu komoditas untuk bersaing yang mencerminkan kesanggupan untuk memenangkan pasar. Suatu komoditas dapat bersaing di pasar Internasional apabila komoditas tersebut mempunyai keunggulan komparatif dan keunggulan

kompetitif, dalam artian komoditas tersebut menguntungkan untuk diproduksi ataupun diusahakan (Kedi Suradisastra, dkk. 2014).

2.1.4 Teori Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara karena memiliki keunggulan lebih besar pada suatu barang dibandingkan barang lain, sedangkan negara lain memiliki kelemahan yang lebih kecil pada barang lainnya. Menurut teori ini, apabila suatu negara mempunyai keunggulan komparatif, perdagangan masih bisa terjadi dan menguntungkan antara dua negara meskipun hanya satu negara yang mempunyai keunggulan mutlak pada kedua jenis barang. Namun, negara atau perusahaan sebaiknya memfokuskan pada produksi komoditas yang mempunyai keunggulan komparatif dibanding negara lain. Dalam artian dengan spesialisasi pada beberapa produk berarti tidak memproduksi barang yang lain. Sehingga perdagangan antar negara menjadi sangat esensial (David Ricardo (1917) dalam Rianto Nurtjahjo (2016)).

Untuk mengukur keunggulan komparatif komoditas tertentu di suatu wilayah, dapat menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) sekaligus menganalisis daya saing ekspor suatu komoditas. Metode RCA pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965. Konsep dasar metode ini yaitu keunggulan komparatif yang dimiliki suatu wilayah ditunjukkan oleh perdagangan antar wilayah, sehingga keunggulan komparatif suatu negara direfleksikan dalam eksportnya. Oleh karena itu, Balassa menggunakan *relative export share* dalam perumusannya. Alasan utama menggunakan pangsa ekspor relatif adalah mengingat bahwa data impor cenderung lebih bias karena pemerintah sering memberlakukan berbagai peraturan untuk menekan impor, sehingga dari data ekspor yang lebih bersih dari berbagai distorsi maka keunggulan komparatif suatu komoditas dari waktu ke waktu dapat terlihat dengan jelas (Dahlia Naully, 2015)

Revealed Comparative Advantage (RCA) menggambarkan tingkat daya saing dan spesialisasi perdagangan akan sebuah negara. Tidak hanya itu, nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dari masing-masing negara ini dapat

dijadikan sebagai perbandingan daya saing antar negara pengekspor. Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan rasio pangsa produk k pada ekspor suatu negara i ke negara atau kawasan j dengan pangsa produk tersebut pada ekspor dunia ke negara atau kawasan tersebut.

Edward dan Schoer (2001) menyatakan bahwa Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan kondisi daya saing suatu produk yang statis. Dengan kata lain indeks tersebut tidak menunjukkan bahwa daya saing yang terjadi di pasar tujuan ekspor dari waktu ke waktu. Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dipengaruhi oleh besarnya nilai pangsa ekspor produk k di negara pengekspor dan pangsa produk k dalam perdagangan dunia. Jika analisis fokus hanya pada bagian besarnya nilai RCA tapi tidak fokus pada bagian yang mempengaruhinya maka akan ada informasi yang hilang dalam analisis tersebut.

Indeks lain yang umumnya digunakan dalam melihat daya saing atau keunggulan komparatif dari suatu produk ekspor di suatu negara adalah *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA). Perbedaan *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) dengan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yaitu bahwa RCA hanya melihat kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara dibandingkan dengan negara lain atau dunia, sedangkan RCTA selain melihat perkembangan ekspor juga melihat perkembangan impor untuk produk yang sama. Dalam kata lain, RCTA melihat kinerja ekspor secara relatif dibandingkan dengan impornya. Landasan pemikiran indeks ini adalah bahwa nilai ekspor suatu negara bisa saja besar, tetapi impornya (terhadap produk yang sama) juga besar atau bahkan lebih besar. Dalam hal ini negara itu tidak hanya ekspor, tetapi juga impor terhadap produk yang sama. Ini yang dimaksud dengan perdagangan antar negara dalam suatu industri atau sektor yang sama (Tambunan, 2001).

2.1.5 Teori Keunggulan Kompetitif

Abdullah (2002) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) merupakan alat untuk mengukur daya saing suatu aktivitas berdasarkan kepada kondisi perekonomian yang benar-benar terjadi. Adanya

konsep keunggulan kompetitif didasarkan kepada asumsi bahwa perekonomian yang tidak mengalami kondisi tidak efisien sama sekali sulit ditemukan di dunia nyata dan keunggulan kompetitif suatu aktivitas ekonomi dilihat dari sudut pandang individu yang berkepentingan langsung.

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah keunggulan suatu produk terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan harga lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Penggunaan teori ini harus bisa mempertimbangkan aspek-aspek apa saja yang akan ditawarkan dengan nilai rendah namun mendapatkan manfaat lebih besar. Misalnya menawarkan biaya pendaftaran yang murah namun program yang dilaksanakan tetap bagus bahkan mungkin sama dengan program yang biayanya mahal (Gary Amstrong dan Kotler, 2012)

Sampurno (2010) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan, *Indonesia*, *skill*, kapasitas dan lainnya yang memungkinkan perusahaan untuk bersaing secara efektif di dalam industri. Seluruh potensi yang dimiliki perusahaan untuk bersaing dan mendukung perusahaan mencapai keunggulan biaya dan diferensiasi.

Poter (2008) menjelaskan keunggulan bersaing terdiri atas:

- a. Biaya rendah (*Low Cost*) yaitu strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa.
- b. Diferensiasi yaitu kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik dan memiliki nilai lebih dalam bentuk kualitas, sifat-sifat khusus atau ciri khas dan pelayanan lainnya.
- c. Fokus yaitu strategi yang berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran tertentu.

Hadianto (2010) menyatakan bahwa analisis *Export competitiveness Indonesia* (ECI) digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif komoditas. Alat ini menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor komoditas suatu negara di pasar global dengan periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor komoditas suatu negara pada periode sebelumnya (t-1). Kecenderungan daya saing komoditas dari suatu negara terhadap negara lain bisa ditentukan oleh indeks *Export*

Competitiveness Indonesia (ECI). Dengan kata lain, indeks *Export Competitiveness Indonesia* (ECI) menunjukkan apakah suatu komoditas dari suatu negara memiliki kemampuan bersaing dengan negara lain yang merupakan pesaingnya.

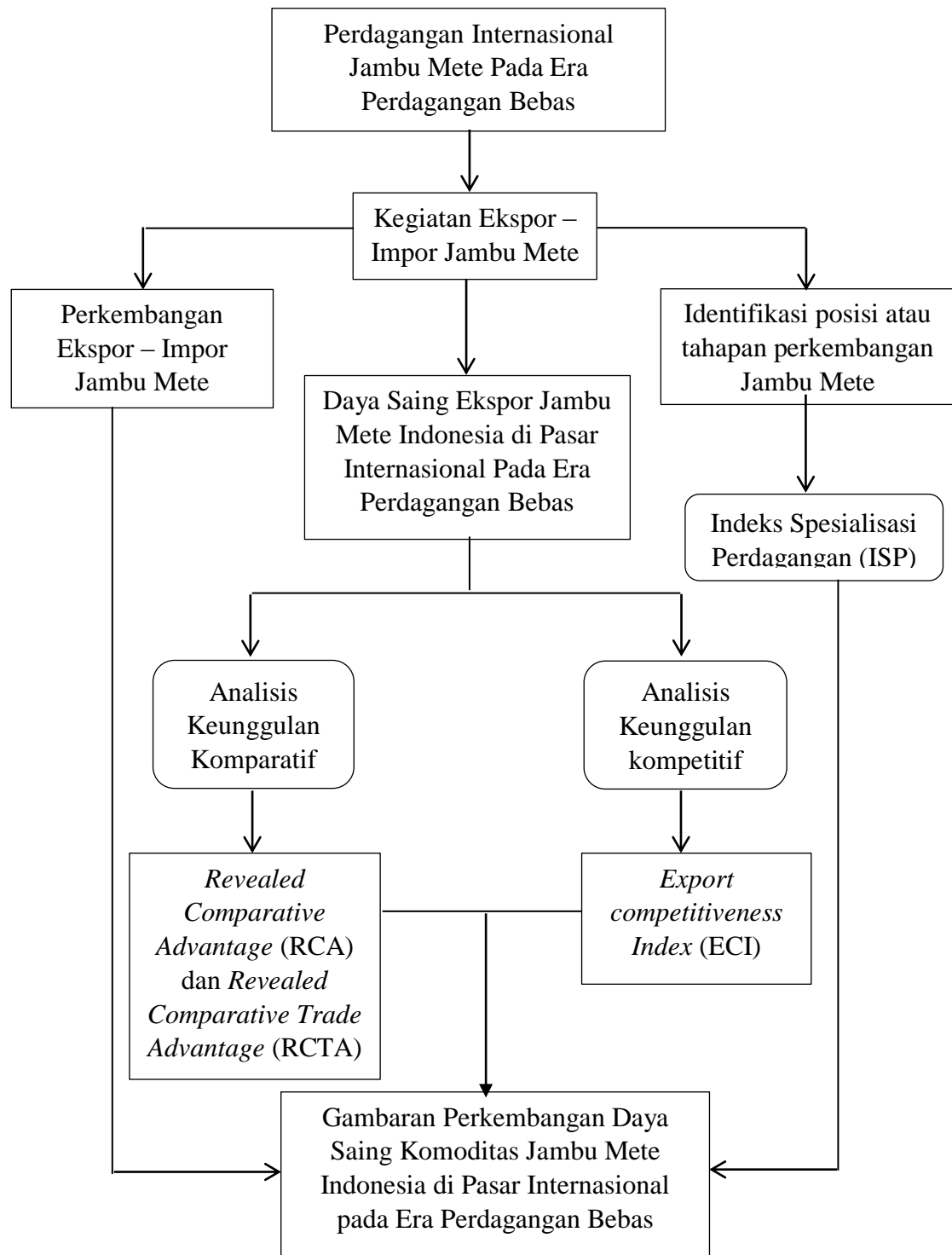
2.2 Pendekatan Masalah

Jambu mete (*cashew nut*) merupakan salah satu komoditas pertanian yang cukup penting dalam menyumbang devisa negara. Pada tahun 2008 Indonesia mengekspor jambu mete sebanyak 66.990 ton atau setara dengan US\$ 77.755.000 serta mengimpor sebanyak 1.082 ton atau setara dengan US\$ 1.743.000. Berdasarkan data FAOSTAT 2008-2018, pada tahun 2008 Indonesia berada pada posisi ke-6 sebagai produsen mete gelondong terbesar di dunia. Namun pada tahun 2018 Indonesia mengalami penurunan peringkat 17egativ pada posisi ke-9 sebagai produsen mete gelondongan di dunia dengan volume ekspor mencapai 56,8 ribu ton atau setara dengan US\$ 138,1 Juta (Kemendag, 2018).

Jambu mete awalnya hanya dijadikan sebagai tanaman konservasi lahan kritis karena sifatnya yang tahan kering. Namun karena produktivitasnya yang semakin meningkat serta harga yang menjanjikan membuat para petani berinisiatif untuk mengembangkan tanaman jambu mete karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Peningkatan produktivitas jambu mete yang pesat, sempat membuat Indonesia berada di peringkat ke-3 sebagai produsen mete terbesar di dunia. Seiring berjalannya waktu, kini Indonesia berada pada posisi ke-9 sebagai produsen terbesar di dunia. Peringkat tersebut menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penyebab penurunan tersebut diantaranya adalah menurunnya produktivitas dari jambu mete karena usia yang mulai tidak produktif. Penyebab lainnya, ada pada faktor cuaca dan iklim memburuk akibat pemanasan global serta petani itu sendiri yang rata-rata tidak melakukan budidaya yang baik, seperti pemeliharaan rutin maupun pemupukan.

Bustami dan Hidayat (2013) menyatakan bahwa keberhasilan dalam perdagangan internasional suatu negara dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing ini merupakan suatu konsep umum yang digunakan didalam ekonomi, yang

merujuk pada komitmen persaingan pasar terhadap keberhasilan dalam persaingan internasional. Daya saing telah menjadi kunci bagi perusahaan, negara maupun wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia. Tambunan (2001) menyatakan bahwa batasan daya saing pada dasarnya ditentukan oleh dua faktor. Faktor yang pertama adalah keunggulan kompetitif yang dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/diciptakan. Kedua adalah faktor keunggulan komparatif yang dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah.



Gambar 1. Diagram Pendekatan Masalah