

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Cengkeh (*Syzygium aromaticum* L.)

a. Klasifikasi cengkeh

Menurut Suwanto, dkk. (2014), klasifikasi ilmiah cengkeh adalah sebagai berikut:

Divisi : Spermatophyta
Subdivisi : Angiospermae
Kelas : Dicotyledonae
Bangsa : Myrtales
Famili : Myrtaceae
Marga : *Syzygium*
Spesies : *Syzygium aromaticum* L.

b. Nama lokal

Cengkeh dikenal dengan berbagai macam istilah di beberapa daerah seperti bunga rawan (Sulawesi), bungeu lawing (Sumatra) dan cengkeh (Jawa). Istilah lain dari cengkeh diantaranya sinke, cangke, cengke, gomode, sake, singke, sangke dan hungo lawa (Nuraini, 2014).

c. Morfologi

Cengkeh (*Syzygium aromaticum* L.) merupakan tanaman pohon dengan batang besar berkayu keras yang tingginya dapat mencapai 20-30 meter. Tanaman ini mampu bertahan hidup hingga lebih dari 100 tahun dan tumbuh dengan baik di daerah tropis dengan ketinggian 600-1000 meter diatas permukaan laut (mdpl) (Danarti dan Najiyati, 2003). Tanaman cengkeh memiliki empat jenis akar yaitu akar tunggang, akar lateral, akar serabut dan akar rambut. Daun tanaman cengkeh berupa daun tunggal yang kaku dan bertangkai tebal dengan Panjang daun sekitar 2-3 cm (Nuraini, 2014). Tanaman cengkeh berbunga pada umur 4,5-8,5 tahun, tergantung keadaan lingkungannya. Bunga cengkeh merupakan bunga tunggal berukuran kecil dengan Panjang 1-2 cm dan tersusun dalam satu tandan yang keluar pada ujung-ujung ranting. Setiap tadan terdiri dari 2-3 cabang malai yang bisa bercabang lagi. Jumlah bunga per malai bisa mencapai 15 kuntum. Bunga

cengkeh muda bewarna hijau, kemudian berubah menjadi kuning pucat kehijauan dan berubah menjadi kemerahan apabila sudah tua. Bunga cengkeh kering akan bewarna coklat kehitaman dan berasa pedas karena mengandung minyak atsiri (Thomas, 2007).

d. **Manfaat**

Tanaman cengkeh telah banyak dimanfaatkan oleh industri rokok kretek, makanan, minuman, dan obat-obatan. Tanaman cengkeh dijadikan sebagai obat tradisional karena memiliki khasiat untuk mengobati sakit gigi, rematik, rasa mules Ketika haid, pegal linu, maasuk angin, sebagai ramuan peghangat badan dan penghilang rasa mual (Nuraini, 2014).

Beberapa varietas-varietas unggul dari tanaman cengkeh diantaranya terdiri dari Cengkeh Siputih, Cengkeh Sikotok dan Cengkeh Zanzibar. Cengkeh Zanzibar merupakan jenis cengkeh terbaik. Meningkatnya hasil produksi cengkeh dari tahun ke tahun membuat Indonesia mengalami kelebihan produksi. Produksi dalam negeri berlebihan dan penyerapan dalam negeri terhitung aktif, sehingga sisa cengkeh yang tidak diserap pabrik rokok berhasil di ekspor dengan nilai lebih sehingga menghasilkan devisa yang dapat memberi keuntungan bagi negara Indonesia sendiri.

2.1.2 Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh setiap negara (Dominick Salvatore, 1997). Tidak ada satupun negara di dunia ini yang dapat bertahan dalam kondisi tanpa adanya hubungan perdagangan ekonomi dengan negara lain. Hal ini terjadi dikarenakan setiap negara tidak dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhannya secara mandiri.

Perdagangan Internasional dapat terjadi karena dua faktor. Faktor pertama antara lain negara-negara yang terlibat dalam aktivitas perdagangan mempunyai sumber daya yang berbeda satu sama lain, dan faktor yang kedua adalah negara-negara yang terlibat aktivitas perdagangan sama-sama aktif memproduksi barang tertentu dengan jumlah yang besar dan kualitas yang baik (Fasial Basri dan Haris Munandar, 2010).

Nazzarudin Malik (2017) dalam bukunya yang berjudul Ekonomi Internasional menyebutkan bahwa perdagangan internasional memiliki manfaat yang bisa didapatkan oleh setiap negara yang melakukan kerja sama dalam perdagangan internasional. Adapun manfaatnya antara lain ialah :

1. Terbentuknya Hubungan Persahabatan antar Negara
Perdagangan antar negara memiliki manfaat membangun relasi persahabatan dengan negara-negara lainnya. Jika hubungan antar negara berjalan dengan baik, maka besar kemungkinan kerja sama keduanya akan berkembang kepada sektor lain dan tidak terbatas dalam perdagangan. Kerja sama yang dapat dilakukan dapat merambah pada bidang lainnya seperti budaya, Pendidikan, politik, teknologi maupun militer.
2. Menciptakan Efisiensi dan Spesialisasi
Perdagangan internasional yang berlangsung dijalankan akan membuat suatu negara memiliki spesialisasi dalam satu sektor ekonomi, sehingga negara maupun penduduknya akan dapat memiliki keahlian khusus yang berbeda dengan negara lain dalam menghasilkan produk barang dan jasa.
3. Meningkatkan Kemakmuran Negara
Indikator makmurnya suatu negara dapat dilihat dari aktivitas pelaku ekonomi yang dimulai dari produsen, konsumen, dan pemerintah. Adanya aktivitas perdagangan internasional tentunya memberikan manfaat kemakmuran bagi para pelaku ekonomi tersebut. Produsen mengalami kemakmuran jika dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan produk barang dan jasa ke berbagai negara dengan sedikit hambatan tarif dan non-tarif. Konsumen akan mengalami kemakmuran bila telah mampu meningkatkan *utility* dengan meningkatkan konsumsi tanpa adanya kesulitan memperoleh barang dan jasa yang tidak diproduksi di dalam negaranya. Pemerintah juga dapat mengalami kemakmuran dari aktivitas perdagangan internasional karena sumber pemasukan devisa negara akan meningkat apabila kegiatan ekspor semakin tinggi.
4. Berkurangnya Pengangguran
Perdagangan internasional mempengaruhi akan peningkatan permintaan produksi barang ataupun jasa disuatu negara, karena hal ini kebutuhan akan

tenaga kerja menjadi meningkat diberbagai sektor maka pengangguran akan semakin berkurang.

5. Transfer Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK)

Perdagangan internasional menjadi alat mobilisasi IPTEK, terutama dari negara maju ke negara berkembang. Perdagangan internasional memungkinkan suatu negara untuk mengeksport barang yang berbasis kecanggihan teknologi seperti alat-alat dan mesin terbaharukan pada negara yang membutuhkan, dengan begitu mobilisasi teknologi pada negara pengimpor tersebut akan semakin cepat.

6. Menstabilkan Harga

Terjadinya aktivitas perdagangan internasional secara tidak langsung dapat mengendalikan harga di pasar domestik suatu negara. Kelangkaan barang yang terjadi disuatu negara dapat diatasi dengan kegiatan impor untuk menambah stok di pasar domestik. Sebaliknya, jika suatu negara memiliki stok berlebih yang menyebabkan harga menjadi lebih murah maka negara dapat melakukan kegiatan ekspor untuk mengurangi barang.

Perdagangan internasional yang dilakukan bukan hanya saja mendatangkan manfaat bagi negara yang terlibat, tetapi juga dengan adanya kerja sama aktivitas ekonomi ini juga dapat membawa dampak negatif. Menurut Nazzarudin Malik (2017) terdapat empat dampak negatif dari perdagangan internasional, dampak-dampak tersebut ialah sebagai berikut :

1. Produk dalam Negeri Semakin Menurun

Aktivitas perdagangan internasional yang dilakukan akan menimbulkan persaingan antar-negara, jika industri suatu negara memiliki kualitas produk barang yang rendah dan harga yang relatif mahal dibandingkan dengan negara lainnya maka negara tersebut akan mengalami penurunan jumlah permintaan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan konsumen cenderung mencari barang dengan kualitas yang bagus dan harga yang lebih terjangkau.

2. Ketergantungan terhadap Negara-negara Maju

Negara berkembang dan miskin memiliki ketergantungan yang cukup tinggi terhadap negara maju dalam faktor produksi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi jika dilihat dari sisi produksi barang. Jika dilihat dari sisi

konsumsi barang, pengembangan barang elektronik serta otomotif sampai saat ini makin dikuasai oleh negara-negara maju, akibatnya negara miskin dan berkembang masih menjadi mayoritas konsumen saja.

3. Industri Kecil Kesulitan untuk Bersaing

Hambatan bagi industri-industri kecil sering kali terjadi dikarenakan keterbatasan modal. Kegiatan perdagangan internasional berpotensi semakin membatasi ruang gerak industri kecil karena industri-industri kecil harus mampu bersaing dengan industri nasional maupun multinasional yang lebih memiliki modal lebih besar.

4. Persaingan Tidak Sehat

Pemerintah melakukan kebijakan guna dapat memenangkan persaingan di dunia pasar internasional dengan membuat sejumlah kebijakan seperti dumping dan praktik tarif impor yang tidak tepat. Strategi itu merusak esensi perdagangan internasional yang seharusnya didasarkan pada prinsip persaingan usaha yang sehat.

Perdagangan Internasional merupakan salah satu indikator untuk mengetahui maju atau tidaknya pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Kegiatan utama dalam hal ini ada dua, yaitu kegiatan impor dan ekspor. Impor merupakan membeli barang dari luar negeri sesuai dengan aturan pemerintah yang dibayarkan dengan menggunakan valuta asing. Dengan ketentuan barang harus melewati daerah pabean dari suatu negara dahulu agar barang-barang impor tersebut dianggap resmi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada (Rahmawati, 2016). Ekspor adalah mengeluarkan barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing (Amir M.S., 2003).

Kegiatan ekspor dan impor inilah yang dapat meningkatkan kemajuan ekonomi suatu negara. Keuntungan yang didapatkan dari sektor impor yaitu negara dapat memenuhi kebutuhan rakyatnya yang tidak dapat dipenuhi secara mandiri. Sedangkan keuntungan dari sektor ekspor yaitu dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mendatangkan devisa untuk negara, karena itulah perdagangan internasional menjadi salah satu hal penting bagi kemajuan suatu negara. Keberhasilan perdagangan internasional dapat ditinjau dari daya saingnya. Menurut

Bustami, B.R. dan Hidayat, P (2013) mengatakan bahwa daya saing merupakan konsep umum yang digunakan pada komitmen persaingan pasar terhadap keberhasilan suatu negara dalam persaingan internasional.

2.1.3 Konsep Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan, kekuatan, dan kesanggupan suatu negara atau bangsa dalam bersaing (Atmaja, 1994). Produk bersaing di pasar luar negeri atau kemampuan untuk bertahan baik di pasar dalam negeri dan bersaing dengan produk dari luar negeri. Kotabe dan Helsen (2010) juga menyatakan bahwa konsep daya saing mengacu pada produktivitas. Keberhasilan perdagangan internasional suatu negara dapat ditinjau dari daya saingnya. Daya saing mengacu pada sumber daya manusia, alam dan sumber daya modal. Daya saing merupakan konsep umum yang digunakan pada komitmen persaingan pasar terhadap keberhasilan suatu negara dalam persaingan internasional (Bustami, B.R. dan Hidayat, P., 2013).

Daya saing dapat juga dikatakan sebagai kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan dalam pasar tersebut, dalam artian jika produk memiliki daya saing maka produk tersebutlah yang banyak diminati oleh banyak konsumen (Tatakomara, 2004 dalam Yurike, 2017). Daya saing suatu komoditi dapat diukur melalui dua pendekatan yaitu tingkat keuntungan yang dihasilkan dan efisiensi usahatani. Tingkat keuntungan yang dihasilkan dapat dilihat dari dua sisi yaitu keuntungan privat dan keuntungan sosial, sedangkan pada daya saing dapat dilihat dari dua indikator yaitu keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif (Nurayati, 2015).

A. Teori Keunggulan Absolut

Teori keunggulan mutlak atau teori keunggulan absolut merupakan teori yang dikemukakan oleh Adam Smith yang menjelaskan tentang keunggulan suatu negara terhadap negara lain secara mutlak dalam hal produksi. Menurut Adam Smith dalam teori keunggulan mutlak, bahwa sesuatu akan mampu unggul dari negara lain secara mutlak dalam produksi barang jika mampu menghasilkan barang dengan biaya produksi yang lebih murah. Keunggulan mutlak juga dapat diperoleh suatu negara jika mampu menukar barang dari negara lain yang jika produksi di dalam negeri hanya memberi laba yang sedikit dan memerlukan biaya yang mahal.

Selain itu, suatu negara dapat dikatakan mutlak jika negara tersebut memproduksi barang atau jasa yang tidak dapat diproduksi oleh negara lain.

Asumsi dasar pokok dari teori keunggulan mutlak antara lain :

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

B. Teori Keunggulan Komparatif

Teori ini dikemukakan oleh David Ricardo dalam bukunya *The Principles of Political Economy and Taxation* tahun 1817. Teori ini merupakan perkembangan dari teori keunggulan absolut, dalam teori keunggulan komparatif negara dapat tetap melakukan perdagangan walaupun salah satu negara tidak memiliki keunggulan absolut terhadap negara lain dalam memproduksi dua barang. Perdagangan akan tetap dapat menguntungkan apabila negara yang mengalami kerugian absolut melakukan spesialisasi produk yang memiliki kerugian absolut lebih kecil, dari komoditas inilah negara tersebut akan mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Di pihak lain, negara tersebut sebaliknya mengimpor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih besar. Dari komoditi inilah negara tersebut akan mengalami kerugian komparatif (*comparative disadvantage*). Hal ini dikenal sebagai Hukum Keunggulan Komparatif (*Law of Comparative Advantage*)).

Secara umum David Ricardo mendasarkan teorinya pada sejumlah asumsi yang telah disederhanakan:

1. Hanya terdapat dua negara dan dua barang
2. Perdagangan bersifat bebas.
3. Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak dengan dua negara.
4. Biaya produksi konstan.
5. Tidak adanya perubahan teknologi.

Balassa (1965) menemukan suatu pengukuran terhadap keunggulan komparatif suatu negara secara empiris dengan melakukan perhitungan matematis terhadap data-data nilai ekspor suatu negara dibandingkan dengan nilai ekspor dunia. Perhitungan Balassa ini disebut juga *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Analisis daya saing cengkeh akan ditinjau dari keunggulan komparatifnya dengan indikator *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Variabel yang diukur dalam RCA ini ialah kinerja ekspor suatu komoditi terhadap total ekspor suatu wilayah yang kemudian dibandingkan dengan pangsa pasar nilai produk dalam perdagangan internasional. RCA mendefinisikan jika pangsa ekspor suatu komoditi terhadap total ekspor komoditi dari suatu negara lebih besar dibandingkan pangsa ekspor komoditi di dalam total ekspor komoditi dunia, maka negara tersebut dikatakan memiliki keunggulan komparatif. Bila nilai indeks RCA (*Revealed Advantage Comparative*) dari suatu negara untuk satu komoditi lebih besar dari nol ($RCA > 1$) berarti negara bersangkutan mempunyai keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia dalam komoditi tersebut. Sebaliknya jika nilai indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dari suatu negara untuk satu komoditi lebih kecil atau sama dengan nol ($RCA < 1$) berarti keunggulan komparatif untuk komoditi tersebut rendah atau dibawah rata-rata dunia. Perbandingan antara nilai RCA tahun saat ini dengan nilai RCA tahun sebelumnya disebut dengan indeks RCA.

C. Teori Keunggulan Kompetitif

Porter (1985) menyatakan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumberdaya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya dalam pasar yang sama. Dalam lingkungan saat ini yang kompetitif, tujuan dari setiap organisasi adalah untuk mengalahkan pesaingnya dan memenangkan pelanggan baru (Hana, 2013). Keunggulan suatu negara sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan-perusahaan dalam negara tersebut untuk dapat berkompetisi dalam menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar. Suatu negara memperoleh keunggulan kompetitif jika perusahaan kompetitif.

Safitri dan Kartiasih (2019) menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam menghadapi persaingan global ialah dengan kemampuan kompetitif yang dimiliki oleh suatu negara. Jika suatu negara memiliki keunggulan dalam faktor biaya ataupun mutu faktor yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk, maka negara tersebut akan menjadi tempat produksi dan kegiatan ekspor terhadap negara lain. Keunggulan kompetitif suatu negara dipengaruhi oleh empat faktor spesifik dan dua faktor eksternal. Untuk mengukur keunggulan kompetitif suatu negara terdiri dari empat hal yang dikaji sering disebut dengan “*the national diamond*”, yaitu (1) Kondisi faktor (*factor condition*), (2) Kondisi permintaan (*demand condition*), (3) Industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*), dan (4) Persaingan, struktur, dan strategi perusahaan (*firm strategy, structure, and rivalry*). Porter juga menambahkan faktor lain sebagai faktor pendorong yaitu peran pemerintah dan kesempatan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Kondisi Faktor (*Factor Condition*)
Mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber daya alam, modal hingga infrastruktur.
2. Kondisi Permintaan (*Factor Demand*)
Kondisi ini mengacu pada tersedianya pasar domestik yang siap berperan penting dalam menghasilkan daya saing. Pasar seperti ini ditandai dengan kemampuan untuk menjual produk-produk superior, hal ini didorong karena adanya permintaan barang dan jasa berkualitas serta adanya kedekatan hubungan antara perusahaan dan pelanggan.
3. Industri Pendukung dan Terkait (*Related supporting industries*)
Kondisi ini mengacu pada tersedianya serangkaian dan adanya keterkaitan antara industri pendukung perusahaan, hubungan dan dukungan ini bersifat positif yang berujung pada peningkatan daya saing perusahaan.
4. Persaingan, struktur dan strategi perusahaan (*Firm strategy, structure, and rivalry*)
Ketiga hal tersebut sangat berpengaruh bagi perusahaan untuk menentukan daya daing yang tercakup dalam industri tersebut. Hal-hal tersebut sangat berpengaruh bagi perusahaan dalam pengelolaan dan pengembangan dalam persaingan baik domestik maupun internasional. Perusahaan yang mampu

bersaing dalam industri nasional akan mampu memenangkan persaingan internasional.

Terdapat dua faktor eksternal dalam teori Porter diantaranya yaitu:

1. Peran Pemerintah

Pemerintah dengan kewenangannya memiliki peran untuk memberikan fasilitas, katalis dan tantangan bagi industri. Pemerintah mendorong industri agar mencapai level daya saing tertentu. Hal-hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kebijakan insentif berupa perpajakan, subsidi, Pendidikan, dan lain sebagainya.

2. Peran Kesempatan

Peran kesempatan terletak diluar tangan pemerintah maupun perusahaan namun dapat mempengaruhi tingkat daya saing. Hal yang dianggap sebagai kesempatan terdiri dari beberapa hal seperti adanya temuan baru, depresi mata uang atau kondisi politik yang menguntungkan bagi peningkatan daya saing.

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan suatu negara dalam memproduksi dan menjual produk dalam pasar internasional yang bukan hanya dipengaruhi kelimpahan faktor produksi yang menjadi dasar keunggulan tapi juga dipengaruhi oleh infrastruktur, kelembagaan, transportasi, sumber daya manusia, dukungan politik, sumber daya alam, dan lain-lain (Syamsurijal, 2014). *Export Competitiveness Index* (ECI) menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditi tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia komoditi tersebut pada periode sebelumnya (t-1). Pengukuran indeks daya saing ekspor ini untuk mengestimasi keberhasilan atau kegagalan dalam suatu industri dalam rangka peningkatan pertumbuhan menghadapi peningkatan pertumbuhan pasar (Mahmood, 2000).

Nilai ECI menunjukkan tren daya saing dihadapi suatu negara terhadap negara lain untuk suatu komoditas tertentu, dengan kata lain nilai ini menunjukkan apakah suatu produk yang dimaksud memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya. Apabila nilai $ECI > 1$, berarti komoditi tersebut menghadapi trend daya saing meningkat. Sebaliknya, jika nilai

$ECI < 1$, maka komoditi tersebut mengalami pangsa pasar atau daya saing yang melemah. Indeks ini juga dapat dilihat sebagai rasio pertumbuhan suatu negara untuk komoditas terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut pada pasar global. Dapat disimpulkan bahwa untuk dapat bersaing dan bertahan pada pasar global, maka suatu produk hendaknya memiliki nilai indeks kompetitif yang lebih besar dari satu.

D. Posisi Daya Saing

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) atau *Trade Specialization Index* merupakan perbandingan antara selisih nilai ekspor dan nilai impor suatu negara dibandingkan dengan jumlah ekspor dan nilai impor negara tersebut, dengan kata lain ISP merupakan perbandingan antara selisih nilai bersih perdagangan dengan nilai total perdagangan suatu negara (Tambunan, 2004). Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) juga digunakan untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan suatu komoditi. ISP ini dapat menggambarkan apakah untuk suatu komoditi, posisi suatu negara cenderung menjadi negara eksportir atau importir komoditi pertanian tersebut

Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Tambunan, 2004):

- a. Jika ISP bernilai positif (di atas 0 sampai dengan 1), maka komoditas suatu negara mempunyai daya saing yang kuat dan cenderung sebagai negara pengeksportir dari suatu komoditas.
- b. Jika ISP bernilai negatif (di bawah 0 sampai dengan -1), maka komoditas suatu negara mempunyai daya saing yang lemah cenderung sebagai pengimpor dari komoditasnya.

Hasil dari nilai ISP yang telah diketahui maka dapat diketahui posisi daya saing suatu komoditas pada suatu negara. Adapun lima tahap posisi daya saing berdasarkan teori siklus produksi sebagai berikut (Tambunan, 2004):

1. Tahap Pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) disuatu negara A mengeksportir produk-produk baru dan industri pendatang belakang (*latecomer*) di negara B impor

produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks ISP dari industri *latecomer* ini adalah -1,00 sampai -0,50.

2. Tahap Subsitusi Impor

Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditas tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor dari pada mengekspor. Nilai indeks ISP naik antara -0,51 sampai 0,00.

3. Tahap Pertumbuhan

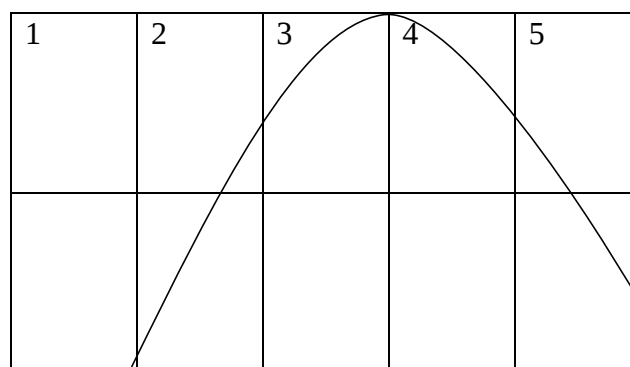
Pada tahap ini industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditas tersebut lebih besar daripada permintaan. Nilai indeks ISP naik antara 0,01 sampai 0,80.

4. Tahap Kematangan

Pada tahap ini produk tersebut sudah masuk pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Nilai indeks ISP berada pada kisaran 0,81 sampai 1,00.

5. Tahap Kembali Mengimpor

Nilai indeks ISP kembali menurun antara 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A, dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri.



Gambar 1. Kurva ISP

1. Tahap Pengenalan
2. Tahap Subsitusi Impor
3. Tahap Pertumbuhan
4. Tahap Kematangan
5. Tahap kembali mengimpor

E. Kekuatan Pangsa Pasar

Acceleration Ratio merupakan metode yang digunakan untuk melihat perbandingan antara percepatan pertumbuhan ekspor suatu negara terhadap percepatan pertumbuhan impor dunia. *Acceleration Ratio* (AR) menunjukkan apakah suatu negara dapat merebut pasar dalam negeri (dalam arti dapat mengalahkan negara-negara pesaingnya) atau posisinya semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik. Suatu negara memiliki kekuatan pangsa pasar atau dapat merebut pangsa pasar apabila memiliki nilai $AR > 1$ dan sebaliknya apabila suatu negara memiliki $AR < 1$ maka suatu negara tidak memiliki kekuatan dalam mempertahankan pangsa pasarnya sehingga dapat menyebabkan kehilangan pangsa pasar (Haryanto, 2009).

Adapun mekanisme penggunaan metode *Acceleration Ratio* ialah sebagai berikut (Haryanto, 2009):

- a. Menentukan barang ekspor yang mempunyai kecenderungan (*trend*) dunia yang positif (+) dan Menyusun urutan *trend* tersebut dari yang terbesar hingga yang terkecil.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan *Acceleration Ratio* dibuat peringkat mulai dari komoditi yang memiliki AR terbesar.

Nilai *Acceleration Ratio* (AR) antara lain:

$AR > 1$	= Memiliki Daya Saing
$AR < -1$	= Daya Saing penetrasi pasar lemah
$AR > +1$	= Daya Saing penetrasi pasar kuat
$AR > 10$	= Perlu dianalisa faktor apa yang menyebabkan AR dominan

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini terdapat beberapa topik penelitian yang relevan dengan penelitian ini, Adapun data nya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Yonette Maya Tupamahu (2015) : <i>“Analisis Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia di Kawasan ASEAN dan Dunia”</i>	Menggunakan metode analisis Trend Linier, RSCA dan ISP.	Analisis menunjukkan bahwa trend volume ekspor cengkeh Indonesia terus meningkat pada tahun 2015-2018 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,08persen per tahun. Daya saing Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang rendah ditingkat dunia dengan nilai RSCA sebesar 0,22 serta keunggulan kompetitif dengan ISP sebesar 0,46 artinya cengkeh Indonesia dalam tahap perluasan ekspor.
2.	Ivan Alexander (2019) : <i>“Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar Global Tahun 2002-2017”</i>	Menggunakan metode analisis RCA, AR, ECI, dan Peramalan model ARIMA	Kondisi ekspor biji kopi Indonesia mempunyai daya saing yang kuat, komoditas biji kopi Indonesia mampu merebut pangsa pasar dari tahun 2002-2017. Dengan menggunakan metode analisis RCA, AR, ECI Indonesia mempunyai biaya produksi biji kopi yang rendah dibandingkan Brazil dan Vietnam.
3	Chryst Richet Hutahaeen (2020) : <i>“Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Uni Eropa”</i>	Menggunakan metode analisis RCA, ECI, Teori Berlian Porter	Indonesia merupakan produsen CPO terbesar di dunia, diikuti Malaysia. Terlihat pada hasil CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas indeks RCA selama periode 2008-2018 tetapi pada nilai ECI pada periode tersebut mengalami kelemahan.

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
4.	I.B. Mulya Iswara (2017) : <i>“Analisis Daya Saing Ekspor Tembakau Indoensia ke Pasar Jepang Periode 2005-2014”</i>	Menggunakan analisis ISP, RCA, Trend Linear, Regresi sederhana dengan variable Dummy	Hasil RCA ekspor daya saing tembakau Indonesia pada periode 2005-2014 ke pasar Jepang lemah hasil analisis menunjukkan nilai <1. Sedangkan pada perhitungan ISP menghasilkan nilai rata-rata ISP sebesar 0,91. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan ekspor tembakau Indonesia ke pasar Jepang berada pada tahap kematangan dimana negara indoensia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan jumlah ekspornya.
5.	Anggita Tresliyana (2015) : <i>“Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasioal”</i>	Menggunakan metode analisis RCA dan Korelasi Rank Spearman (rs)	Pada perdagangan internasional, kakao Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada semua produk kakao.
6.	Fadhlan Zuhdi dan Khoiru Rizqy Rambe (2021) : <i>“Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia di Pasar Global”</i>	Menggunakan metode analisis RCA dan ECI	Bentuk pasar cengkeh Indonesia adalah pasar oligopoly dengan lebih 40persen pangsa pasar global dikuasai oleh Indonesia dan Madagaskar. Daya saing Indonesia dan Madagaskar mengalami peningkatan. Nilai indeks menyatakan masing-masing negara eksportir mengalami kecenderungan meningkat.

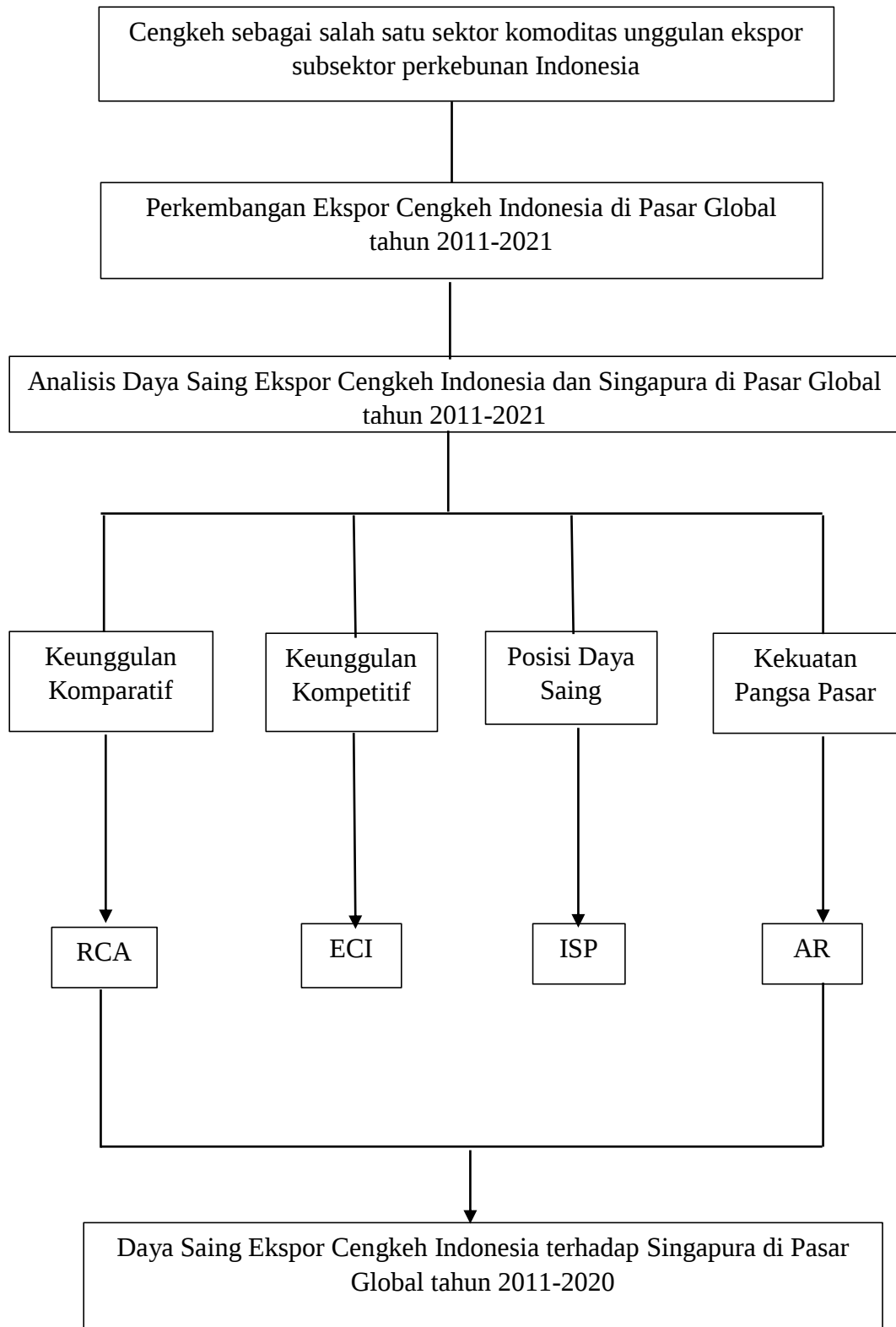
2.3 Pendekatan Masalah

Cengkeh merupakan salah satu komoditas ekspor dari subsektor perkebunan Indonesia. Komoditas cengkeh menjadi salah satu penghasil devisa bagi negara Indonesia, sebagai bahan baku industri, dan sebagai penyedia lapangan kerja. Melimpahnya produksi tanaman khususnya pada tanaman cengkeh membuat negara Indonesia melakukan kegiatan ekspor. Ekspor merupakan salah satu kegiatan yang menguntungkan karena dapat memberikan pemasukan negara. Tercatat menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2021), bahwa luas areal dan

produksi cengkeh di Indonesia setiap tahun nya mengalami peningkatan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh data yang berasal dari UN Comtrade yang menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi peringkat pertama dalam mengekspor cengkeh ke pasar global tahun 2020, kemudian yang dilanjudi oleh negara Asia lainnya yaitu Singapura yang menduduki peringkat ketiga dalam kegiatan ekspor cengkeh ke pasar global. Negara Singapura tentunya menjadi pesaing berat bagi Indonesia dalam mengeskpor cengkeh dari wilayah ASEAN.

Globalisasi perdagangan menuntut Indonesia mampu meningkatkan kompetensi produk agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan kedudukan di pasar global karena dengan seperti itu maka semakin besar peluang untuk dapat menguasai pasar sehingga pendapatan negara melalui ekspor menjadi ke taraf yang optimal, berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan ekspor cengkeh Indonesia terhadap singapura di Pasar Global dan menganalisis daya saing komparatif, kompetitif, posisi daya saing dan kekuatan pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia terhadap singapura di Pasar Global.

Adapun indikator yang digunakan untuk menganalisis daya saing ekspor cengkeh Indonesia adalah dengan menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif dari ekspor cengkeh Indonesia di Pasar Global. Nilai RCA diperoleh dari perbandingan nilai total ekspor cengkeh Indonesia dengan nilai total ekspor cengkeh di pasar global. Untuk menganalisis keunggulan kompetitif ekspor cengkeh Indonesia di Pasar Global maka digunakan alat analisis *Export Competitiveness Index* (ECI). Untuk menganalisis Posisi daya saing ekspor cengkeh Indonesia di Pasar Global maka digunakan alat analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan untuk menganalisis kekuatan Pangsa pasar cengkeh Indonesia di Pasar Global maka digunakan alat analisis *Acceleration Ratio* (AR). Sehingga dari hasil analisis tersebut maka akan didapati hasil perhitungan daya saing cengkeh Indonesia terhadap Singapura tahun 2011 sampai dengan tahun 2020 di pasar global. Secara sistematik skema alur pendektan masalah digambarkan sebagai berikut pada gambar 2.



Gambar 2. Skema Alur Pendekatan Masalah