

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Cengkeh

Tanaman cengkeh merupakan jenis tanaman perkebunan. Tanaman cengkeh dapat tumbuh dengan baik di daerah beriklim tropis dengan ketinggian 600-1.100 di atas permukaan laut (mdpl) dan memiliki drainase yang baik. Tanaman cengkeh banyak dibudidayakan oleh masyarakat di Indonesia karena memiliki banyak manfaat.

Cengkeh juga merupakan salah satu jenis tanaman rempah-rempah yang bernilai tinggi. Banyaknya pemanfaatan tanaman cengkeh membuat permintaannya selalu meningkat. Selain itu, tanaman cengkeh tidak hanya dikenal sebagai rempah-rempah, tetapi juga banyak digunakan dalam pengobatan serta menjadi bahan baku pembuatan dan campuran kosmetika (Neni Suhaeni, 2016). Salah satunya di Indonesia cengkeh merupakan bahan baku pembuatan rokok yang sangat berarti bagi perekonomian Indonesia karena industri rokok merupakan penyumbang terbesar bagi keuangan negara.

Klasifikasi tanaman cengkeh menurut Mustafa (2020) adalah sebagai berikut:

Divisi : *Spermatophyta*
Subdivisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledonea*
Ordo : *Myrtales*
Familia : *Myrtaceae*
Genus : *Syzygium*
Spesies : *Syzygium aromaticum* (L.)

Tanaman cengkeh memiliki berbagai manfaat dan nilai ekonomi yang tinggi karena dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Selain menjadi bahan baku utama dalam industri rokok kretek, cengkeh juga dimanfaatkan dalam industri pangan sebagai bumbu masakan, dalam industri farmasi sebagai bahan antiseptik, serta dalam industri kosmetik melalui pemanfaatan minyak cengkeh untuk perawatan rambut. Di bidang kesehatan,

kandungan eugenol dalam cengkeh diketahui dapat membantu meredakan nyeri serta peradangan pada gigi dan gusi.

Banyaknya manfaat tersebut menjadikan cengkeh sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tingginya permintaan pasar terhadap cengkeh telah mendorong pengembangan perkebunan cengkeh Indonesia. Saat ini, tanaman cengkeh telah tersebar hamper di seluruh wilayah Indonesia. Bahkan, di beberapa daerah penghasil cengkeh, tanaman cengkeh tidak hanya ditanam di perkebunan, tetapi juga ditanam oleh masyarakat di sekitar pekarangan rumah sebagai sumber pendapatan tambahan walaupun hanya satu batang pohon.

2.1.2 Perdagangan Internasional

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (2007) menyatakan perdagangan internasional merupakan sarana untuk melakukan pertukaran barang dan jasa internasional, atau dapat diartikan sejumlah transaksi perdagangan atau jual beli di antara pembeli dan penjual satu negara dengan negara lain yang berbentuk ekspor dan impor pada suatu pasar demi mencapai keuntungan yang maksimal bagi kedua belah pihak. Perdagangan internasional telah tumbuh dan berkembang secara drastis yang disebabkan oleh adanya kerjasama yang dilakukan oleh berbagai negara untuk menghilangkan proteksi perdagangan dan adanya keinginan untuk mempromosikan perdagangan barang dan jasa secara bebas. Terjadinya transaksi perdagangan internasional yaitu ketika dua negara saling melakukan ekspor dan impor yang saling menguntungkan dimana kedua negara saling membutuhkan barang dan jasa yang terbatas di negaranya.

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (2007) menyatakan perdagangan internasional juga merupakan elemen penting yang berperan dalam proses globalisasi. Tidak ada negara yang dapat memenuhi kebutuhan negaranya sendiri, maka perdagangan internasional sangat dibutuhkan untuk membuka perdagangan dengan berbagai negara di dunia yang akan memberikan keuntungan dan membawa pertumbuhan ekonomi dalam negeri, baik secara langsung berupa pengaruh yang ditimbulkan terhadap alokasi sumber daya dan efesiensi dalam perekonomiannya, maupun secara tidak lansung berupa naiknya tingkat investasi. Adapun setiap bentuk hambatan dan proteksi merupakan sumber distorsi pada perdagangan internasional yang harus dihindari dan dihapuskan. Teori yang

berkaitan dengan konsep perdagangan internasional atau kegiatan ekspor dan impor antar negara secara historis dimulai dari teori keunggulan absolut dan dan keunggulan komparatif.

- A. Teori keunggulan absolut yang diperkenalkan oleh Adam Smith dalam Salvatore (1997) menyatakan bahwa perdagangan yang berdasar pada keunggulan absolut adalah jika sebuah negara lebih efisien daripada negara lain dalam memproduksi sebuah komoditas, tetapi kurang efisien jika dibandingkan dengan negara lain dalam memproduksi komoditas lainnya, maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan caranya sendiri dalam melakukan spesialisasi dan memproduksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut dan menukarnya dengan komoditas lain yang memiliki kerugian absolut.

Suatu negara akan mengekspor barang-barang tertentu karena negara tersebut bisa menghasilkan barangnya dengan biaya yang lebih rendah dari pada negara lain, karena memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi barang-barangnya. Selain itu, keunggulan absolut menurut Adam Smith merupakan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan suatu barang dan jasa per unit dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit dibanding kemampuan negara-negara lain. Melalui proses ini, sumber daya di kedua negara dapat digunakan dengan cara yang paling efisien dan output yang dihasilkan akan meningkat.

- B. Teori keunggulan komparatif oleh David Ricardo pada tahun 1817 dalam Salvatore (1997) menyatakan bahwa meskipun suatu negara kurang efisien atau memiliki kerugian absolut dengan negara lain dalam memproduksi dua komoditas, tetapi masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Negara tersebut harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditas yang memiliki kerugian absolut lebih kecil (ini adalah komoditas dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditas yang memiliki kerugian absolut lebih besar (komoditas ini memiliki kerugian komparatif). Kelebihan dari teori keunggulan komparatif yaitu bisa menjelaskan apa itu nilai tukar dan apa

keuntungan yang diperoleh karena adanya pertukaran, dimana kedua hal tersebut tidak dapat dijelaskan oleh teori keunggulan absolut.

- C. Teori merkantilisme oleh Thomas Mun menyatakan bahwa kemakmuran suatu negara dapat ditingkatkan melalui surplus perdagangan, yaitu kondisi ketika nilai ekspor lebih besar daripada nilai impor (Salvatore, 2020). Peningkatan ekspor dan pembatasan impor dapat meningkatkan cadangan devisa serta memperkuat perekonomian negara. Oleh karena itu, perdagangan internasional dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kekayaan dan kesejahteraan suatu negara melalui perdagangan.

Terdapat beberapa faktor yang mendorong negara di dunia untuk melakukan perdagangan luar negeri. Dari faktor-faktor tersebut yang terpenting menurut Sukirno (2004) adalah :

- (1) Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi atau dihasilkan di dalam negeri.
- (2) Mengimpor teknologi yang lebih modern dari negara lain.
- (3) Memperluas pasar produk dalam negeri.
- (4) Memperoleh manfaat dari spesialisasi.

2.1.3 Ekspor Impor

Dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia, bahwa ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean atau jasa dari wilayah Negara Republik Indonesia, sedangkan impor merupakan kegiatan memasukkan barang atau jasa ke daerah pabean. Daerah pabean merupakan wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan, ruang udara, serta tempat pada Zona Ekonomi Eksklusif dan landas kontinen. Pelaku yang melakukan ekspor disebut eksportir dan pelaku yang melakukan impor disebut importir. Kegiatan ekspor impor terjadi karena suatu negara tidak mandiri, tetapi suatu negara bisa saling membutuhkan dan saling mengisi dalam memenuhi kebutuhannya (Sutedi, Andrian 2014).

Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor oleh Darmansyah (1986) dalam Soekartawi (1993) adalah :

1) Harga internasional

Jumlah komoditas ekspor akan meningkat jika terjadi selisih harga yang meningkat antara pasar internasional dan pasar domestik. Fluktuasi harga dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

- a. Keadaan suatu perekonomian negara pengekspor, ketika pasar domestik mengalami inflasi, menyebabkan harga di pasar domestik meningkat, tetapi jika dilihat dari pasar internasional harga komoditas mengalami penurunan.
- b. Suatu harga di pasar internasional menjadi naik, dimana harga internasional merupakan keseimbangan antara penawaran ekspor dengan permintaan suatu komoditas di pasar dunia naik yang menyebabkan harga komoditas di pasar domestik menjadi stabil, sehingga perbedaan harga di pasar internasional dan pasar domestik semakin besar. Hal tersebut bisa membantu pengembangan ekspor suatu komoditas.

2) Nilai tukar uang (*Exchange rate*)

Pertumbuhan ekspor suatu negara dipengaruhi oleh nilai tukarnya, Dimana jika nilai tukar kuat mengakibatkan penurunan jumlah ekspor suatu negara. Hal tersebut terjadi karena barang dalam negeri lebih mahal dibandingkan barang asing, begitu pula sebaliknya.

Branson (1979) menyatakan kebijakan nilai tukar uang ditujukan untuk memperbaiki neraca pembayaran yang menyimpang melalui ekspor yang ditingkatkan. Hal tersebut berdampak pada kebijakan devaluasi, yaitu penurunan mata uang domestik terhadap mata uang internasional.

3) Kuota Ekspor-Import

Kuota Adalah jumlah batas minimum atau maksimum yang berlaku di suatu negara untuk menentukan jumlah barang yang diekspor atau diimpor. Kuota ekspor Adalah Batasan jumlah barang atau komoditas yang ditetapkan oleh negara, sedangkan kuota impor Adalah Batasan jumlah barang atau komoditas dalam suatu negara.

2.1.4 Daya Saing

Daya saing merupakan konsep yang digunakan dalam memproduksi barang atau produk yang lebih unggul dalam suatu wilayah atau negara dibanding wilayah atau negara lainnya untuk menilai suatu kemampuannya. David (2006)

menyatakan daya saing adalah segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibanding pesaingnya. Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu atau memiliki sesuatu dibanding perusahaan lainnya, hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif penting untuk keberhasilan jangka panjang sebuah perusahaan.

Dong Sung Cho dan Hwuy Chang Moon (2003) menyatakan bahwa secara tradisional, daya saing internasional suatu negara dijelaskan dengan teori perdagangan internasional yang dimulai dari Adam Smith. Daya saing komparatif yaitu kemampuan suatu wilayah dalam memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih murah dibandingkan pesaingnya.

Daya saing komparatif dikategorikan berdasarkan kelimpahan sumber daya atau biaya tenaga kerja yang murah. Sedangkan daya saing kompetitif yaitu berdasarkan inovasi, strategi pemasaran, dan teknologi.

2.1.5 Teori Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif adalah teori yang dikemukakan oleh David Ricardo pada tahun 1817. Dalam teori keunggulan komparatif, suatu negara mampu melakukan perdagangan meskipun salah satu negaranya belum memiliki keunggulan absolut atau memiliki kelemahan terhadap negara lain dalam memproduksi dua barang. Perdagangan masih akan menghasilkan keuntungan jika negara yang memiliki kerugian mengkhususkan produksinya pada barang-barang yang memiliki kerugian yang lebih kecil (I'id Badry, 2013).

Asumsi David Ricardo yang disederhanakan, yaitu:

- [1] Hanya terdapat dua negara dan dua barang.
- [2] Perdagangan bersifat bebas.
- [3] Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna didalam negara, namun tidak antara dua negara.
- [4] Biaya produksi konstan.
- [5] Tidak ada biaya transportasi.
- [6] Tidak ada perubahan teknologi.

Jika suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam suatu produk, maka negara tersebut dapat mempertahankan keadaannya di dalam pasar. Komoditas di sektor pertanian dapat bersaing di pasar internasional berkat

keunggulan yang dimiliki tersebut. Hal ini berdampak pada pendapatan negara menjadi meningkat serta terpenuhinya kebutuhan dalam negeri.

Tiga faktor yang mempengaruhi keunggulan komparatif dalam suatu negara sebagai berikut:

- [1] Terdapat fasilitas produksi dan jumlah produksi yang berbeda dari suatu negara ke negara lain.
- [2] Adanya fakta di cabang-cabang produksi tertentu. Jika skala produksi semakin besar maka masyarakat dapat berproduksi lebih efisien.
- [3] Ada perbedaan dalam kemajuan teknologi.

Faktor-faktor inilah yang jadi penentu pola perdagangan internasional, karena keunggulan komparatif itu sendiri dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

2.1.6 Teori Keunggulan Kompetitif

Porter (1990) dalam bukunya *Competitive Advantage of Nations* menyatakan teori keunggulan kompetitif adalah suatu negara yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan dalam negeri akan mendorong terbentuknya keunggulan kompetitif suatu negara. Menurut Porter (1990) daya saing suatu negara tidak terkait langsung dengan dua faktor produksi, yaitu sumber daya alam yang tinggi dan sumber daya manusia yang murah, sehingga suatu negara harus dimanfaatkan dalam daya saing perdagangan. Di dunia banyak negara yang memiliki tenaga kerja proporsional besar tetapi terbelakang dalam daya saing internasional. Begitu juga dengan tingkat upah yang relatif murah dibandingkan dengan negara lain, hal tersebut berkaitan dengan rendahnya motivasi untuk bekerja keras dan berprestasi (Hilmi dan Hamka, 2021).

Sarwono dan Willy (2014) teori keunggulan kompetitif memiliki empat atribut sebagai berikut:

- [1] Kondisi faktor, yang diartikan sebagai tenaga kerja terampil, serta infrastruktur.
- [2] Kondisi permintaan, sifat dari permintaan untuk barang atau jasa.
- [3] Industri terkait dan industri pendukung, keberadaan atau ketiadaan pemasok dari negara tersebut yang kompetitif.

[4] Strategi perusahaan, struktur dan persaingan, kondisi suatu negara dalam mengatur dan mempertahankan persaingan yang ada.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan analisis daya saing digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dicantumkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang telah meneliti tentang analisis daya saing.

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Tingkat Daya Saing Cengkeh Indonesia terhadap Negara Pesaing: Tanzania dan Madagaskar (Retnaningsih, Y Indah, P.N dan Laily, D.W)	Hasil RCA Cengkeh Indonesia memiliki daya saing yang positif karena hasil rata-rata RCA menunjukkan >1 (18,99).	Analisis <i>Revealed Comperative Advantage</i> (RCA)	a. Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).
2	Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Cengkeh (Zalyanti, S dan Imaningsih, I)	Indonesia memiliki daya saing ekspor kuat berdasarkan hasil RCA, ECI, dan ISP dengan rata-rata 1.54, 1.0004, dan 0,525.	Analisis <i>Revealed Comperative Advantage</i> (RCA)	a. Negara Pesaing yang diteliti b. Analisis Substruktural 1 dan Substruktural 2
3	Daya Saing Ekspor Pala Indonesia di Pasar Internasional. (Asrol dan Heriyanto)	Indonesia memiliki daya saing kuat karena memiliki nilai RCA >1 dan menjadi negara pengeksport pala arena nilai ISP 0,90 - 1,00.	Analisis <i>Revealed Comperative Advantage</i> (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).	a. Komoditas yang diteliti b. Analisis <i>Risk Control Self Assessment</i> (RSCA)

No	Nama dan judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Daya Saing Teh Di Pasar Internasional. (Ramadhani, F)	Nilai IDR berada pada kisaran 0,1% hingga 16% sehingga Indonesia relatif tidak bergantung pada produk impor. Nilai self Sufficiency Ratio (SSR) memiliki rata-rata 280,015% yang berarti produksi dalam negeri sepenuhnya mampu mencukupi kebutuhan pasar domestik.	Analisis <i>Revealed Comperative Advantage</i> (RCA) Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)	a. Komoditas yang diteliti b. Analisis <i>Risk Control Self Assessment</i> (RSCA)
5	Analisis Daya Saing Ekspor Manggis Indonesia Di Pasar Internasional (Ramadhani, D)	Ekspor manggis Indonesia di pasar internasional memiliki daya saing kuat dengan RCA sebesar 2,24 dan ISP 0,898.	Analisis <i>Revealed Comperative Advantage</i> (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).	a. Komoditas yang diteliti b. Analisis <i>Export Competitiveness Indexx</i> (ECI)

2.3 Pendekatan Masalah

Cengkeh merupakan salah satu komoditas perkebunan Indonesia yang telah diekspor ke berbagai negara. Ekspor cengkeh Indonesia mengalami peningkatan sejalan dengan peningkatan produksi yang berhasil dilakukan. Pada tahun 2018, Indonesia berhasil mencatatkan produksi cengkeh sebesar 123.399 ton dan mengekspor cengkeh ke dunia sebesar 20.249 ton pada tahun yang sama (Faostat, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia telah mengekspor cengkeh mencapai 16.4 persen dari total produksinya. Meskipun persentase ekspor cengkeh Indonesia ke dunia tidaklah besar, namun Indonesia telah menjadi salah satu eksportir terbesar cengkeh di pasar global. Pada tahun 2018, pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia di pasar global mencapai 28.29 persen atau setingkat lebih rendah dibandingkan dengan pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar yang mencapai 29.9 persen. Tingginya pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar

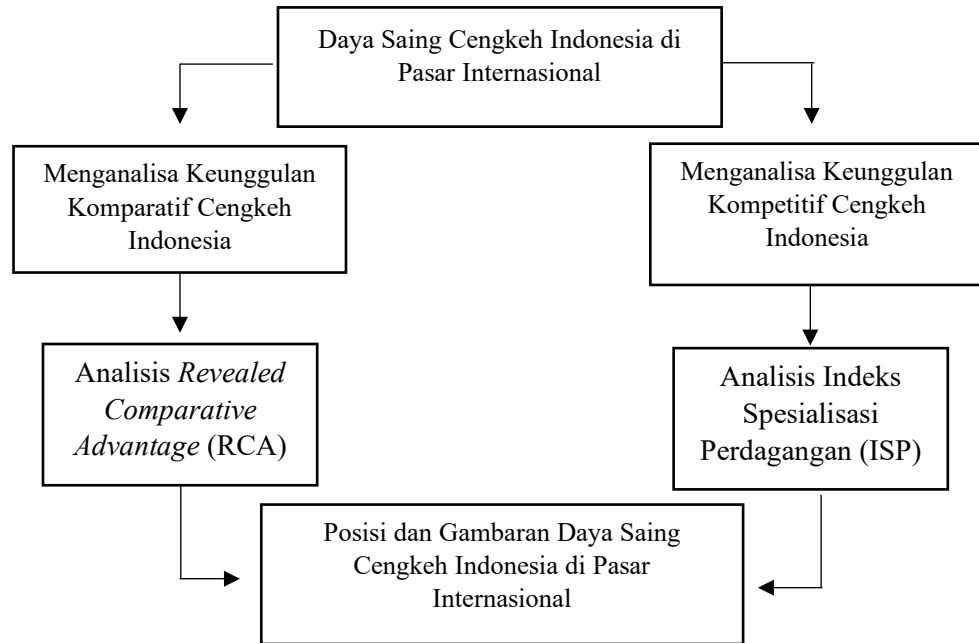
dikarenakan sebesar 89.86 persen dari produksi cengkeh Madagaskar diekspor ke pasar global dan sisanya dikonsumsi di dalam negeri. Indonesia dan Madagaskar pada tahun yang sama telah menguasai pangsa pasar global sebesar 58.19 persen (Faostat, 2020).

Keunggulan dari sisi produksi cengkeh yang dimiliki Indonesia seharusnya dapat dimanfaatkan untuk lebih meningkatkan volume ekspor cengkeh Indonesia di pasar global. Peningkatan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih terhadap perekonomian nasional. Tanpa harus mengurangi konsumsi cengkeh di dalam negeri, peningkatan ekspor dapat dilakukan dengan peningkatan produktivitas cengkeh nasional.

Keberhasilan dalam peragaan internasional dari suatu negara dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing merupakan konsep umum yang digunakan terhadap persaingan pasar dalam keberhasilan terhadap persaingan internasional. Indonesia memiliki daya saing khususnya dengan negara Madagaskar dan Tanzania sebagai negara penghasil cengkeh dunia baik dari segi komparatif maupun kompetitif. Hal ini dikarenakan untuk mempertahankan pasar cengkeh Indonesia untuk terus meningkatkan devisa negara dan juga pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia (Bustami & Hidayat, 2013).

Keunggulan komparatif dapat diukur dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengetahui kemampuan relatif suatu negara dalam memproduksi barang di hadapan mitra dagang. Sedangkan keunggulan kompetitif diukur dengan menggunakan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk menunjukkan suatu negara sebagai negara eksportir atau importir dalam perdagangan internasional yang terjadi.

Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tinggi karena merupakan produsen cengkeh terbesar di dunia, tetapi dalam daya saing cengkeh Indonesia di pasar internasional masih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun yang diakibatkan oleh beberapa faktor diantaranya perubahan produksi, harga internasional, nilai tukar, serta meningkatnya persaingan dengan negara eksportir lain. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya analisis untuk mengetahui tingkat daya saing cengkeh Indonesia di pasar internasional. Untuk lebih jelasnya akan diperlihatkan diagram alur pemikiran dari penelitian :



Gambar 1. Alur Pendekatan Masalah