

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit dalam taksonomi tumbuhan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Sub kingdom	: <i>Viridiplantae</i>
Divisi	: <i>Tracheophytina</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Ordo	: <i>Arecales</i>
Genus	: <i>Elaeis jaca</i>
Spesies	: <i>Elaeis guineensis jaca</i>

Tanaman kelapa sawit secara umum waktu tumbuh rata-rata 20-25 tahun. Buah kelapa sawit yang bermutu akan menghasilkan rata-rata 22 persen minyak kelapa sawit. Pada tiga tahun pertama disebut sebagai kelapa sawit muda dan pada usia tujuh sampai sepuluh tahun disebut sebagai periode matang, dimana pada periode tersebut mulai menghasilkan tandan buah segar (TBS). Tanaman sawit usia sebelas sampai dua puluh tahun sudah mulai mengalami penurunan produksi buah tandan buah segar (Sri Endang Rahayu, dkk, 2016).

Potensi produksi minyak kelapa sawit untuk setiap hektarnya adalah 5,28 ton per tahun yang dapat dari 24 ton tandan buah segar. Tingkat produksi yang mungkin dicapai dari suatu kebun kelapa sawit adalah merupakan hasil interaksi antara faktor potensi genetik varietas tanaman, lingkungan tempat tumbuhnya, dan pengelolaan dalam budidayanya. Produksi tinggi akan dicapai jika digunakan varietas sawit unggul dan ditanam di lokasi yang paling sesuai dengan menerapkan pengelolaan yang baik. Iklim dan karakteristik tanah/lahan adalah faktor lingkungan penting yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi untuk perusahaan kelapa sawit (Aska Media, 2010).

Crude Palm Oil (CPO) berasal dari buah segar kelapa sawit yang didapatkan dengan cara mengekstrak buah sawit tersebut. Produksi minyak sawit

dunia tidak saja digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, akan tetapi juga telah diolah lebih lanjut menjadi salah satu bahan bakar alternatif ramah lingkungan untuk automotif yang disebut biodiesel. Saat ini, Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) telah berhasil mengembangkan Palm biodiesel dari minyak sawit mentah (CPO). Selain itu, lembaga-lembaga penelitian maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga telah melakukan kegiatan serupa (olahan lanjut dari minyak kelapa sawit /CPO).

Semua komponen buah sawit dapat dimanfaatkan secara maksimal. Buah sawit memiliki daging dan biji sawit, dimana daging sawit dapat diolah menjadi CPO sedangkan buah sawit diolah menjadi *kernel palm oil* (KPO). Ekstraksi CPO rata-rata 20 persen sedangkan KPO 2,5 persen. Sementara itu cangkang biji sawit dapat dipergunakan sebagai bahan bakar ketel uap. Minyak sawit dipergunakan untuk bahan makanan dan industri melalui proses penyulingan, penjernihan dan penghilangan bau. Disamping itu CPO dapat diuraikan untuk produksi minyak sawit padat (RBD *Stearin*) dan untuk produksi minyak sawit cair (RBD *Olein*).

Minyak kelapa sawit banyak digunakan sebagai bahan baku makanan. Bahan makanan yang berbahan baku kelapa sawit antara lain: minyak goreng, margarin, lemak nabati untuk susu dan es krim, serta masih banyak lainnya. Sebagai bahan makanan, minyak kelapa sawit memiliki dua aspek kualitas. Aspek kualitas pertama berhubungan dengan kadar dan kualitas asam lemak bebas (FFA, *Free Fatty Acid*), serta kelembaban dan kadar kotor yang terkandung dalam minyak kelapa sawit tersebut. Aspek kualitas yang kedua berhubungan dengan aroma, rasa, kerjernihan serta kemurnian dari produk. Minyak kelapa sawit yang bermutu prima mengandung asam lemak (FFA) tidak lebih dari dua persen pada saat pengapalan untuk di ekspor atau di impor. Sedangkan untuk kualitas standar minyak kelapa sawit mengandung tidak lebih dari lima persen asam lemak bebas (Semangun *et all*, 2005 dalam Hagi, *at all*, 2012).

2.1.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu

dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan PDB. Meskipun perdagangan internasional telah terjadi selama ribuan tahun, dampaknya terhadap kepentingan ekonomi, sosial, dan politik baru dirasakan beberapa abad belakangan. Perdagangan internasional ikut turut serta dalam mendorong kemajuan dari berbagai sisi seperti kemajuan industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi, dan kehadiran perusahaan multinasional.

Perdagangan internasional memberikan keuntungan bagi masing-masing negara yang terlibat karena perdagangan. Maka dari itu, tiap negara akan mendorong spesialisasi produksi pada komoditi tertentu yang mengandung keuntungan komparatif sehingga negara yang bersangkutan dapat memusatkan segenap sumber dayanya pada sektor tertentu dan mengekspor sebagian outputnya untuk memperoleh keuntungan komoditi lain yang keunggulan komparatifnya tidak di kuasai (Salvatore, 2004)

Perdagangan internasional ini dilakukan melalui kegiatan ekspor impor. Ekspor adalah kegiatan menjual barang dan jasa dari dalam negeri ke luar negeri. Adapun impor adalah kegiatan membeli barang dan jasa dari luar negeri ke dalam negeri. Dengan melakukan perdagangan internasional melalui kegiatan ekspor impor, negara maju akan memperoleh bahan-bahan baku yang dibutuhkan industrinya sekaligus dapat menjual produknya ke negara-negara berkembang. Sementara itu, negara berkembang dapat mengekspor hasil-hasil produksi dalam negeri sehingga memperoleh devisa. Negara berkembang juga membutuhkan pinjaman dalam bentuk investasi dan modal yang dapat diperoleh dari negara-negara maju. Devisa dan pinjaman dalam bentuk investasi dan modal ini dapat digunakan negara berkembang untuk memajukan perekonomian dalam negerinya (Pangestu, 2011).

Ada beberapa faktor yang mendorong suatu negara melakukan kegiatan perdagangan internasional, Sadono Sukirno (2002) menyatakan faktor-faktor pendorong kegiatan perdagangan antar daerah atau antar negara tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan sumber daya yang dimiliki, baik kuantitas maupun kualitas dan jenisnya, sehingga produsen di suatu perekonomian (baik dalam lingkup daerah maupun negara) tidak mampu menghasilkan semua barang dan jasa yang dibutuhkan penduduk di suatu daerah atau negaranya. Oleh karena itu kegiatan perdagangan mutlak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa oleh konsumen yang tidak mampu dihasilkan oleh produsen di daerah atau negaranya.
2. Biasanya pasar yang ada di suatu daerah atau negara tidak mampu untuk menyerap seluruh barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen di daerah atau negara bersangkutan, sehingga harus dipasarkan di daerah atau negara lain guna memperluas pasar bagi produk tersebut. Berarti kegiatan perdagangan berperan pula sebagai sarana untuk memperluas pasar bagi produk yang dihasilkan oleh produsen di suatu daerah atau negara.
3. Melalui kegiatan perdagangan, maka pelaku ekonomi di suatu daerah atau negara dapat mengimpor teknologi dari daerah atau negara lain, sehingga penyebaran teknologi dapat pula dilakukan melalui kegiatan perdagangan.
4. Kegiatan perdagangan dapat pula menciptakan keuntungan, utamanya keuntungan yang diperoleh dari adanya spesialisasi produksi barang dan jasa tertentu yang paling menguntungkan bagi suatu daerah atau negara (konsep keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif)
5. Faktor perbedaan harga suatu produk di daerah atau negara tertentu dengan tingkat harga produk yang sama di daerah atau negara lain merupakan faktor yang menimbulk terjadinya perdagangan. Dimana kegiatan perdagangan tersebut didorong oleh keinginan pelaku ekonomi, baik produsen maupun pedagang, untuk memperoleh keuntungan yang bersumber dari adanya perbedaan harga tersebut.

Selanjutnya, menurut Sadono Sukirno (2002), manfaat perdagangan internasional antara lain adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri
Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil produksi di setiap negara. Faktor-faktor tersebut diantaranya : Kondisi geografi, iklim,

tingkat penguasaan iptek dan lain-lain. Dengan adanya perdagangan internasional, setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak diproduksi sendiri.

2. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi

Sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan oleh spesialisasi. Walaupun suatu negara dapat memproduksi suatu barang yang sama jenisnya dengan yang diproduksi oleh negara lain, tapi ada kalanya lebih baik apabila negara tersebut mengimpor barang tersebut dari luar negeri.

3. Memperluas pasar dan menambah keuntungan

Terkadang, para pengusaha tidak menjalankan mesin-mesinnya (alat produksinya) dengan maksimal karena mereka khawatir akan terjadi kelebihan produksi, yang mengakibatkan turunnya harga produk mereka. Dengan adanya perdagangan internasional, pengusaha dapat menjalankan mesin-mesinnya secara maksimal, dan menjual kelebihan produk tersebut keluar negeri.

4. Transfer teknologi modern

Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern.

Pada awalnya, teori perdagangan internasional dimulai dari lahirnya teori Merkantilisme yang menganggap pertumbuhan ekonomi suatu negara tumbuh akibat adanya pengeluaran dari negara lain. Teori Merkantilisme menekankan untuk menjaga akses ekspor yang lebih tinggi dari impor yaitu *positive trade balance* (Tambunan, 2005).

2.1.3 Teori Ekspor-Import

Menurut Amir (2004), ekspor adalah mengeluarkan barang-barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirim ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing. Tujuan kegiatan ekspor adalah meningkatkan laba perusahaan melalui perluasan pasar serta memperoleh harga jual yang lebih baik (optimalisasi laba), dengan membuka

pasar baru di luar negeri sebagai perluasan pasar domestik (membuka pasar ekspor). Deliarnov (1995), menambahkan bahwa ekspor merupakan kelebihan produksi dalam negeri yang kemudian kelebihan produksi tersebut dipasarkan di luar negeri.

Impor adalah memasukkan barang-barang dari luar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah ke dalam peredaran dalam masyarakat yang dibayar dengan mempergunakan valuta asing. Tujuan kegiatan impor adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang dengan cara mendatangkan barang yang belum tersedia di dalam negeri dari luar negeri.

2.1.4 Teori Daya Saing

Daya saing sebuah komoditas tergantung kepada kapasitas usaha untuk berinovasi dalam memproduksi dan pemasaran. Suatu komoditas memperoleh keunggulan komparatif dan kompetitif tergantung kepada komponen-komponen yang membuatnya unggul.

Konsepsi daya saing sampai saat ini masih terus berkembang. Pengertian pun sangat tergantung kepada siapa dan dari aspek mana cara memnadangnya. Menurut Martin, Wesgren, dan Van Duren (1991) daya saing adalah kemampuan untuk mempertahankan perolehan laba dan pangsa pasar dan kekuatan indikator daya saing adalah laba yang diperoleh dari pangsa pasar. Senada dengan itu, Simanjuntak (1992) mengatakan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu produsen untuk produksi suatu komoditas dengan mutu yang cukup baik dan ongkos produksi yang cukup rendah sehingga harga-harga yang terjadi di pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh laba yang mencukupi. Dengan demikian produsen dapat mempertahankan produksinya.

Menurut Porter (1994), daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing dengan cara menghasilkan produk dengan biaya yang rendah atau memberikan manfaat yang unik kepada pembeli. Selanjutnya untuk memiliki daya saing perlu strategis bersaing yaitu dengan cara bagaimana memahami perilaku biaya dan bagaimana menciptakan serta mempertahankan keunggulan biaya. Di samping itu perlu mengidentifikasi apa yang menciptakan nilai bagi pembeli melalui

diferensiasi dan bagaimana melaksanakan strategi diferensiasi yang berhasil. Melalui kegiatan tersebut produsen diharapkan mempunyai keberlabaan (*profitability*) dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, maka daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan atau kesanggupan komoditas pertanian untuk mempertahankan perolehan laba dan pangsa pasar suatu negara. Sehingga produsen mempunyai keberlabaan dalam memproduksi komoditas pertanian untuk dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya pada tiap-tiap negara.

Upaya peningkatan kemampuan daya saing tersebut diharapkan dapat memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Dalam upaya ini pemerintah berusaha meningkatkan produksi dan produktivitas serta pembatasan impor yang secara tidak langsung memberi kesempatan kepada petani untuk dapat bersaing dengan komoditas impor. Strategi kebijakan yang berdasar pada keunggulan potensi sumber daya merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi yang pada gilirannya dapat menciptakan keunggulan komparatif dan kompetitif. Oleh karena itu, daya saing pertanian bermanfaat untuk mengembangkan potensi wilayah dalam kaitannya dengan upaya pengurangan impor (Soetriono, 2017).

2.1.5 Konsep Daya Saing Berkelanjutan (*Sustainable Competitiveness*)

Daya saing adalah kapasitas suatu bangsa untuk menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan tetap menjaga atau meningkatkan pendapatannya. Disamping itu daya saing juga merupakan kemampuan suatu perusahaan, industri, atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerja yang relatif tinggi dan berkesinambungan. Perlakuan ini dilakukan atas dasar untuk menghadapi persaingan di pasar internasional (Sri Endang Rahayu, dkk, 2016).

Dalam konsep daya saing bisnis berkelanjutan terdapat tiga elemen yang saling mendukung yaitu keberlanjutan ekonomi (*profit*), keberlanjutan sosial (*people*) dan keberlanjutan lingkungan (*planet*). Saat ini pada umumnya perusahaan hanya berorientasi pada peningkatan output/profitabilitas semata. Daya saing pada masa yang akan datang harus didasarkan pada aspek yang lebih komprehensif dan terintegrasi. Produk Indonesia yang unggul secara biaya,

misalnya, tidak otomatis akan dapat menembus pasar internasional jika dalam proses produksinya tidak memperhatikan keselamatan lingkungan dan hak azasi pekerja yang merupakan persyaratan yang dituntut oleh konsumen negara maju. Oleh karena itu selain aspek keunggulan biaya yang biasanya dicerminkan oleh komponen profit, perusahaan harus memperhatikan dua aspek lainnya yaitu aspek *people* (baik karyawan maupun masyarakat sekitar lokasi usahanya dengan *Corporate Social Responsibility*, misalnya) dan aspek *planet* atau lingkungan. Dimana aspek lingkungan terkait dengan memastikan bahwa proses produksinya telah memenuhi persyaratan lingkungan yang dapat diterima masyarakat dunia (Daryanto *et all.* 2010).

Peningkatan kebutuhan minyak kelapa sawit telah menimbulkan kontroversi di masyarakat internasional. Di satu pihak, ekspor minyak kelapa sawit (CPO) dan industri kelapa sawit memberikan kesejahteraan bagi masyarakat dan negara; di lain pihak ia menimbulkan dampak sosial dan lingkungan yang tidak dapat diabaikan. Beberapa negara yang tergabung di Uni Eropa merancang peraturan dengan menganut konsep yang dirancang. Perlakuan tersebut tak lain bertujuan untuk membatasi dan secara efektif melarang sama sekali penggunaan biofuel berbasis kelapa sawit di UE melalui penggunaan konsep *Indirect Land Use Change* (ILUC). Saat ini minyak sawit merupakan minyak nabati yang paling banyak diproduksi di dunia dan minyak sawit menghasilkan lebih banyak minyak per hektarnya dibandingkan dengan komoditi minyak nabati lainnya. Disisi lain, produksi minyak sawit masih banyak diperdebatkan dengan merancang peraturan tersebut secara langsung difokuskan pada minyak kelapa sawit dan deforestasi hutan tropis serta dampak-dampak lingkungan dari kelapa sawit. Disamping perlakuan tersebut tidak ada upaya memasuki masalah lainnya terkait lingkungan yang berkaitan dengan pengolahan lahan untuk sumber minyak nabati lainnya, seperti dari *rapessed* yang merupakan produk dari UE.

Indonesia dan beberapa negara produsen kelapa sawit lainnya mengadakan pertemuan yang tergabung dalam *Ministerial Meeting Of Council Of Palm Oil Producing Countries* (CPOPC). Menggelar pertemuan di Jakarta, pada hari kamis (28/02/2019). Pertemuan ini di hadiri oleh tiga negara yang tergabung dalam

CPOPC yaitu Indonesia, Malaysia, dan Kolumbia. Dari menteri tiap negara yang hadir, pertemuan dipimpin oleh menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia yang akan membahas sejumlah isu terkini terkait minyak kelapa sawit (CPO) termasuk kebijakan perdagangan internasional dan akses pasar. Kemudian pelibatan dunia usaha dan petani kecil dan *The United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development Goals* (SDGS). Untuk menanggapi langkah-langkah diskriminatif yang muncul dari rancangan peraturan Komisi Eropa atau Uni Eropa (UE), yaitu *Delegated Regulations Supplementing Directive 2018/2001 of the UE Renewable Energy Directive II* (GAPKI,2019).

Pentingnya penerapan konsep daya saing berkelanjutan sudah tidak lagi hanya diperhatikan oleh negara-negara maju yang sebagian besar adalah negara Uni Eropa dan Amerika Serikat. Namun, mulai diterapkan oleh negara-negara berkembang dan negara maju di Asia, misalnya Indonesia. Di Indonesia pun berdiri pedoman mengenai industri kelapa sawit berkelanjutan yang disebut dengan *Indonesian Sustainable Palm Oil* (ISPO). ISPO menjadi dasar dalam mendorong usaha perkebunan kelapa sawit Indonesia. Usaha tersebut tak lain untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan, melindungi dan mempromosikan usaha perkebunan kelapa sawit Indonesia yang berkelanjutan sesuai dengan tuntutan pasar internasional. ISPO memiliki peraturan mengikat untuk semua pelaku industri kelapa sawit Indonesia yang masing-masing berada dibawah peraturan menteri pertanian Nomor 19/Permentan/OT.140/3/2011.

2.1.6 Konsep Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Teori Keunggulan Komparatif (*Theory of Comparative Advantage*) merupakan teori yang dikembangkan oleh David Ricardo pada tahun 1817. Teori keunggulan komparatif melihat keuntungan atau kerugian dari perdagangan internasional dalam perbandingan relatif. Dengan kata lain, teori keunggulan relatif merupakan dasar utama yang menjadi alasan negara-negara melakukan perdagangan internasional.

Teori ini menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki *comparative advantage*

terbesar dan mengimpor barang yang memiliki *comparative disadvantage*, yaitu suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos yang besar. Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut. Makin banyak tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi suatu barang, makin mahal barang tersebut (Nopirin, 1999).

Suatu negara akan memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dalam memproduksi suatu barang kalau biaya pengorbanannya dalam memproduksi barang tersebut (dalam satuan barang lain) lebih rendah daripada negara-negara lainnya. Perdagangan antara dua negara akan menguntungkan kedua belah pihak jika masing-masing negara memproduksi dan mengekspor produk yang keunggulannya di kuasai (Krugman dan Obstfeld diterjemahkan Basri, 2003).

David Ricardo (1817), berpendapat bahwa meskipun suatu negara mengalami kerugian mutlak (dalam artian tidak mempunyai keunggulan mutlak dalam memproduksi kedua jenis barang bila dibandingkan dengan negara lain), namun perdagangan internasional yang saling menguntungkan kedua belah pihak masih dapat dilakukan. Adanya upaya atas dasar perlakuan khusus, dimana asalkan negara tersebut melakukan spesialisasi produksi terhadap barang dan jasa yang memiliki biaya relatif terkecil dari negara lain. Dengan kata lain, setiap negara akan memperoleh keuntungan jika masing-masing melakukan spesialisasi pada produksi dan ekspor yang dapat diproduksinya pada biaya yang relatif lebih murah, dan mengimpor apa yang dapat diproduksinya pada biaya yang relatif lebih mahal. Hal ini menjelaskan bahwa mengapa suatu negara yang memiliki sumber daya sangat lengkap, negara tersebut memilih mengimpor atau mengekspor daripada memproduksi untuk digunakan sendiri.

Asumsi-asumsi David Ricardo (1817), antara lain:

1. Hanya ada 2 negara yang melakukan perdagangan internasional.
2. Hanya ada 2 barang (komoditi) yang diperdagangkan.
3. Masing-masing negara hanya mempunyai 1 faktor produksi (tenaga kerja)

4. Skala produksi bersifat “*constant return to scale*”, artinya harga relatif barang-barang tersebut adalah sama pada berbagai kondisi produksi.
5. Berlaku *labor theory of value* (teori nilai tenaga kerja) yang menyatakan bahwa nilai atau harga dari suatu barang (komoditi) dapat dihitung dari jumlah waktu (jam kerja) tenaga kerja yang dipakai dalam memproduksi barang tersebut.
6. Tidak memperhitungkan biaya pengangkutan dan lain-lain dalam pemasaran.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing produk adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Konsep RCA secara luas digunakan dalam praktek untuk menentukan sektor yang lemah dan kuat suatu negara. Indeks yang paling sering digunakan dalam hal ini disebut indeks Balassa (Balassa, 1965 dalam Anneke Rau, 2014). Langkah ini menangkap sejauh mana ekspor negara yang lebih dari produk dari berbagai negara pada rata-rata. Mengingat kelompok negara referensi indeks Balassa pada dasarnya membandingkan pangsa dimana : kategori produk ekspor negara itu ke pangsa kategori produk dalam kelompok referensi (misalnya ekspor dunia secara keseluruhan). Untuk menganalisis keunggulan komparatif dari komoditas tertentu di suatu negara dapat menggunakan RCA yang bertujuan untuk membandingkan pangsa pasar sektor tertentu negara atau produsen lainnya. Dasar pemikiran konsep ini adalah bahwa hasil dari kinerja ekspor ditentukan oleh daya saing relatif terhadap produk sejenis dari negara lain. Hal ini mengungkapkan adanya keunggulan komparatif suatu negara khususnya pada faktor ketersediaan bahan baku industri.

Menurut Wibowo dan Kusrianto (2010), tujuan penggunaan RCA adalah untuk mengukur keunggulan komparatif suatu produk di negara/wilayah tertentu dalam penelitian adalah produk kelapa sawit. Indeks ini menunjukkan perbandingan antar pasar ekspor suatu komoditas negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Dengan istilah lain, RCA dapat menjadi indikator keunggulan komparatif atau daya saing ekspor komoditas tertentu suatu negara terhadap dunia.

2.1.7 Konsep Keunggulan Kompetitif

ECI (*Export Competitiveness Index*) merupakan gambaran trend perkembangan daya saing suatu komoditas suatu negara. ECI menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk suatu komoditas tertentu pada periode tertentu dengan rasio pangsa ekspor komoditi tersebut pada periode sebelumnya. Suatu komoditas dikatakan menghadapi trend daya saing yang meningkat apabila nilai ECI komoditas tersebut lebih besar dari satu.

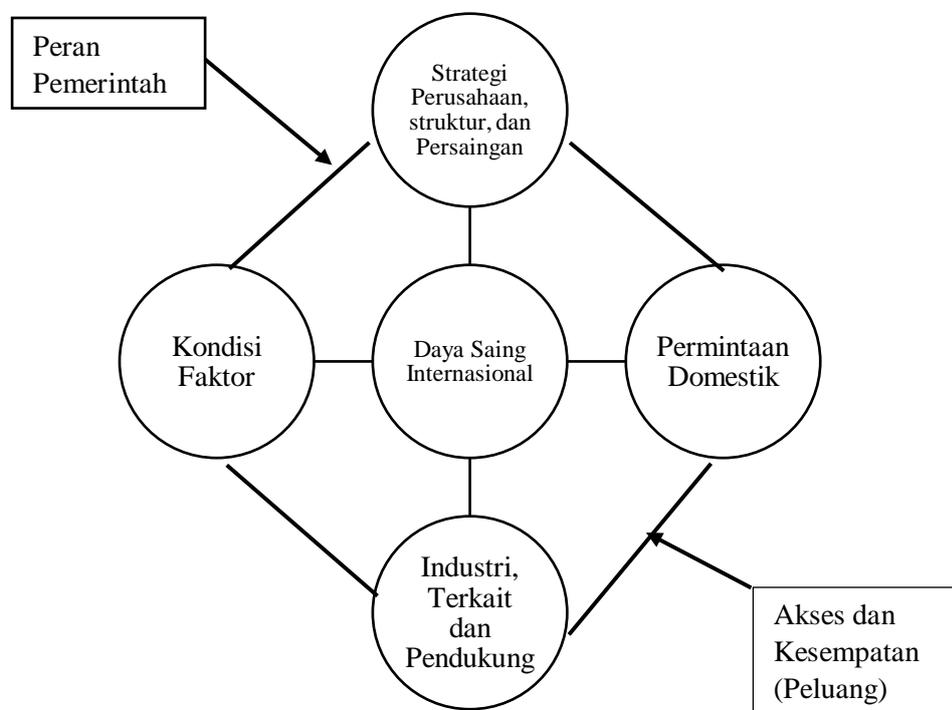
Anneke Rau, 2014 keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara atau suatu bangsa untuk dapat bersaing di pasar internasional. Menurut konsep yang dikembangkan pertama kali oleh Porter dalam persaingan global suatu bangsa atau negara yang memiliki *competitive advantage of nation* dapat bersaing di pasar internasional jika memiliki empat faktor utama yaitu kondisi faktor , kondisi permintaan, industri terkait dan industri pendukung yang kompetitif, serta kondisi struktur, persaingan dan strategi industri.

Menurut Porter (1998) bahwa keunggulan bersaing negara-negara mencakup tersedianya peranan sumber daya dan melihat lebih jauh pada keadaan negara yang mempengaruhi daya saing perusahaan-perusahaan internasional pada industri yang berbeda. Sebagian besar sumber daya yang penting seperti keahlian tenaga kerja yang tinggi, teknologi dan sistem manajemen yang canggih diciptakan melalui investasi oleh orang-orang dan perusahaan. Atribut yang merupakan faktor penentu keunggulan bersaing industri nasional yaitu kondisi faktor sumber daya, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, serta persaingan, struktur dan strategi perusahaan. Keempat atribut tersebut didukung oleh peranan kesempatan dan peranan pemerintah dalam meningkatkan keunggulan daya saing industri nasional dan secara bersama-sama membentuk suatu sistem yang dikenal dengan *the national diamond*.

Porter (1990), menyatakan bahwa beberapa negara berhasil dalam industri tertentu karena lingkungan asalnya bersifat paling berpandangan ke depan, dinamis dan menantang. Secara spesifik, ada empat variabel domestik penting yang secara individual dan sebagai suatu system menentukan daya saing suatu negara, yakni sebagai berikut:

1. Kondisi faktor (TK, modal, tanah, iklim, teknologi, kewirausahaan, faktor-faktor produksi lainnya, SDA, dan infrastruktur).
2. Kondisi permintaan dan tuntutan mutu di dalam negeri untuk hasil industri tertentu.
3. Eksistensi industri terkait dan industri pendukung yang kompetitif secara internasional.
4. Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan.

Gambar 4 Model Berlian Daya Saing Internasional



(Sumber : Berlian Porter, 1990)

D'Aveni (1992), menyatakan bahwa dengan *sustainable competitive advantage* (SCA), kondisi persaingan global yang sangat kompetitif memaksa setiap negara menemukan strategi yang mengaitkan lingkungan eksternal dan internal. Sehingga dapat mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Disamping itu disertai keberhasilan dalam mempertahankan atau meningkatkan *sustainable real income* secara efektif dan efisien. Dengan memperhatikan beberapa konsep daya saing tersebut, didapatkan

konsep diagram *three five* daya saing yang dapat diterapkan pada komoditas pertanian.

2.1.8 Teori Permintaan

Teori permintaan dari suatu barang atau komoditi timbul dikarenakan adanya keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli suatu barang tertentu. Pengertian dari permintaan (Lipsey, 1995) itu sendiri adalah jumlah suatu komoditi yang akan dibeli oleh rumah tangga. Hubungan antara harga dan jumlah yang diminta adalah negatif sehingga hukum permintaan menyebutkan bahwa semakin rendah harga suatu komoditi maka jumlah yang akan diminta semakin besar, begitu pula sebaliknya. Sementara itu, penentuan permintaan dari suatu pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor (Lipsey, 1995), yaitu:

1. Harga komoditi itu sendiri
2. Rata-rata Pendapatan rumah tangga
Kenaikan pendapatan rata-rata rumah tangga akan menyebabkan jumlah komoditi yang diminta lebih banyak pada setiap harga tertentu.
3. Harga-harga lainnya
Harga-harga lainnya yang dimaksud adalah harga barang substitusi dan harga barang komplementer. Naiknya harga pada barang substitusi suatu komoditi maka akan menyebabkan permintaan dari komoditi tersebut meningkat. Sedangkan naiknya harga barang komplementer suatu komoditi akan menyebabkan permintaan dari komoditi tersebut turun.
4. Selera
Selera memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan keputusan seseorang dalam membeli suatu barang.
5. Distribusi pendapatan
Perubahan dalam distribusi pendapatan akan menyebabkan semakin banyak komoditi yang akan dibeli bagi mereka yang memperoleh tambahan pendapatan, begitu pula sebaliknya.
6. Jumlah penduduk

Kenaikan jumlah penduduk akan menyebabkan lebih banyak komoditi yang akan di beli pada setiap tingkat harga.

2.1.9 Permintaan *Crude Palm Oil* (CPO)

Pada tahun 2015, ekspor CPO Indonesia ke negara-negara UE sebesar 4,233.13 juta ton menurut data dari GAPKI mencatat, ekspor CPO Indonesia ke UE cenderung *flat* (datar) pada tahun 2015 ke 2016, yakni dengan kenaikan 3,24 persen. Sedangkan pertumbuhan ekspor CPO Indonesia ke UE terlihat sangat signifikan pada tahun 2016 sebesar 4,370.57 juta ton ke 2017 sebesar 5,324.06 juta ton yakni sebesar 21.82 persen disbanding tahun sebelumnya. Secara empiris, fakta ini menunjukkan bahwa tekanan untuk memperlambat atau menghentikan ekspor CPO Indonesia di pasar global ternyata tidak mudah dilakukan (GAPKI, 2018).

Uni Eropa mulai menjadi pasar utama bagi ekspor CPO Indonesia sejak tahun 2008. Uni Eropa merupakan pasar strategis bagi produk hasil hutan dan CPO Indonesia. Produk Indonesia akan bisa merambah pasar Eropa asalkan memiliki standar produk, baik standar kualitas maupun standar proses produksi lingkungan. UE salah satu pasar alternatif utama dibandingkan dengan pasar-pasar yang lain. Selain itu, pada akses pasar yang lebih luas, Indonesia dan UE saling membutuhkan dalam kerjasama perdagangan dan investasi. Perekonomian Indonesia dan UE saling melengkapi satu sama lain. Dari sisi kemampuan produksi Indonesia dan penguasaan teknologi serta *capital* yang dimiliki UE. Hal tersebut bersinergi dalam membentuk *capital building* yang kuat antara Indonesia dan UE.

Beberapa kebijakan impor CPO UE antara lain pajak progresif, anti dumping, dan *Renewable Energy Directive* (RED). Kebijakan RED UE mendapat respon dengan diterapkannya *Indonesian Sustainable Palm Oil* (ISPO). Kedua kebijakan ini saling berinteraksi. Adanya ISPO membuktikan pada dunia internasional bahwa produksi CPO Indonesia sesuai dengan kaidah-kaidah perlindungan lingkungan (Widyaningtyas, 2016). Namun, seiring berjalannya

tahun ke tahun membuktikan bahwa adanya perubahan permintaan CPO Indonesia ke UE dilihat dari segi perkembangan CPO Indonesia yang di tahun 2019 terjadi pengeluaran kebijakan RED II dari Uni Eropa.

Kebijakan RED II yang dikeluarkan UE ini telah memicu polemik bagi pengusaha sawit di Indonesia. Pasalnya, kebijakan itu dapat berujung pada pembatasan ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa. Dimana, CPO yang seharusnya dapat menjadi suplai biodiesel akan terhambat lantaran dianggap tak memenuhi standar pasar di Uni Eropa. Sebab CPO dianggap menjadi sumber deforestasi dan alih fungsi lahan (ILUC). Namun untuk saat ini, pihak Gapki mengatakan keputusan yang membawa kasus RED II masih menunggu respon dari pihak pemerintah Indonesia atas keberlanjutannya (GAPKI, 2019).

2.1.10 Penelitian Terdahulu

Dian Widyaningtyas dan Tri Widodo (2016) melakukan penelitian mengenai analisis pangsa pasar dan daya saing CPO Indonesia di Uni Eropa. Variabel yang digunakan adalah harga CPO domestik dan harga CPO internasional. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa berupa *time series* secara tahunan dari tahun 2007 hingga tahun 2014. Peralatan analisis dalam penelitian ini adalah *Market Share Indeks* (MSI) dan sebagai pelengkap digunakan RCA. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperhatikan daya saing industri CPO Indonesia dan keefektifan pasar potensial untuk CPO Indonesia di UE. Hasil dari penggunaan analisis diatas yaitu perfomansi ekspor CPO Indonesia meningkat, dan Indonesia memiliki daya saing CPO karena peningkatan *volume* ekspor CPO.

Dian Ayu Purnamasari (2018) melakukan penelitian mengenai analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor minyak kelapa sawit (CPO) Indonesia. Variabel yang digunakan adalah nilai tukar (kurs), harga luar negeri dan produksi. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa *time series* secara tahunan dari tahun 1989 hingga tahun 2016. Model atau peralatan analisis dalam penelitian ini adalah RCA dan regresi dengan model *Error Correction Model* (ECM). Hasil estimasi menunjukkan bahwa dari tiga variabel yang digunakan, jika yang diuji adalah variabel nilai tukar kurs maka

ditemui adanya pengaruh terhadap ekspor CPO baik jangka panjang maupun jangka pendek, sedangkan $RCA > 1$ dan ECM memiliki pengaruh terhadap ekspor kelapa sawit dalam jangka panjang, sebaliknya dalam jangka pendek tidak berpengaruh.

Tyanma Maygirtasari, Edy Yulianto, dan Mukhammad Kholid Mawardi (2015) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *volume* ekspor *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia. Variabel yang digunakan adalah produksi domestik, harga CPO domestik, harga CPO internasional, nilai tukar rupiah, dan nilai tukar dolar. jenis penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistika regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21. Hasil Uji F menunjukkan bahwa produksi CPO domestik, harga CPO domestik, harga CPO internasional, dan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *volume* ekspor CPO Indonesia.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada sektor komoditas yang dianalisis yaitu sektor perkebunan. Penelitian ini menganalisis komoditas CPO Indonesia. Selain itu cakupan penelitian juga memiliki persamaan yaitu cakupan pasar internasional. Analisis yang digunakan analisis RCA untuk mengukur analisis komparatif pada daya saing suatu komoditas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada metode analisis dan data waktu yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode *mix methode* perpaduan antara pendekatan studi literatur dan studi kasus. dalam menganalisis keunggulan komparatif dengan menggunakan alat ukur RCA untuk mengetahui daya saing CPO Indonesia pasar UE menggunakan data dari tahun 2008-2018. Dan untuk menganalisis keunggulan kompetitif menggunakan analisis ECI, serta faktor yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di pasar UE dengan menggunakan sistem Berlian Porter.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan pemerintah, produksi domestik, harga CPO domestik, pengolahan CPO secara berkelanjutan misalnya ISPO dan RSPO, dan isu terhadap CPO Indonesia dari

UE. Sementara data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder *time series* dari tahun 2008-2018.

2.2 Pendekatan Masalah

Industri kelapa sawit Indonesia telah tumbuh secara signifikan dalam empat puluh tahun terakhir. Sejak tahun 2006 Indonesia telah menjadi produsen CPO terbesar di dunia. Bersama dengan Malaysia, Indonesia menguasai hampir 54 persen produksi CPO dunia. Konsumen terbesar dunia adalah India, Tiongkok dan Uni Eropa. Pada perkembangan mendatang, kebijakan biofuel dan bioenergi akan membuat industri minyak sawit akan terus tumbuh secara signifikan dikarenakan CPO sebagai bahan baku dari biofuel. Sebagai produsen utama pada industri minyak sawit dunia, maka sudah seharusnya industri minyak sawit Indonesia ditata agar dapat secara optimal dimanfaatkan berbasiskan sumber daya yang tersedia.

Sistem pemasaran ekspor perdagangan internasional, industri kelapa sawit Indonesia mendapatkan berbagai kendala. Yang menjadi kendala dalam perjalanan kegiatan ekspor industri kelapa sawit Indonesia seperti regulasi yang selalu berubah-ubah dari pemerintah, standar mutu dunia yang tinggi, hambatan masuk dari negara-negara pengimpor dan dewasa ini adalah adanya isu negatif (*negative campaign/black campaign*). Dimana adanya isu negatif yang diindikasikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *volume* ekspor CPO Indonesia ke berbagai negara tujuan ekspor.

Berdasarkan hal tersebut, maka maksud dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana daya saing CPO Indonesia di pasar UE dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di pasar UE. Sehingga dapat diketahui perkembangan permintaan ekspor CPO Indonesia ke dunia khususnya UE yang menjadi pasar utama dalam penelitian. Pada penelitian ini, maka dapat ditentukan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan pemerintah, produksi domestik, pengolahan dalam peningkatan standar mutu internasional, isu *black campaign/ negative campaign* yang juga dapat mempengaruhi permintaan CPO Indonesia di pasar Uni Eropa, dan lain sebagainya.

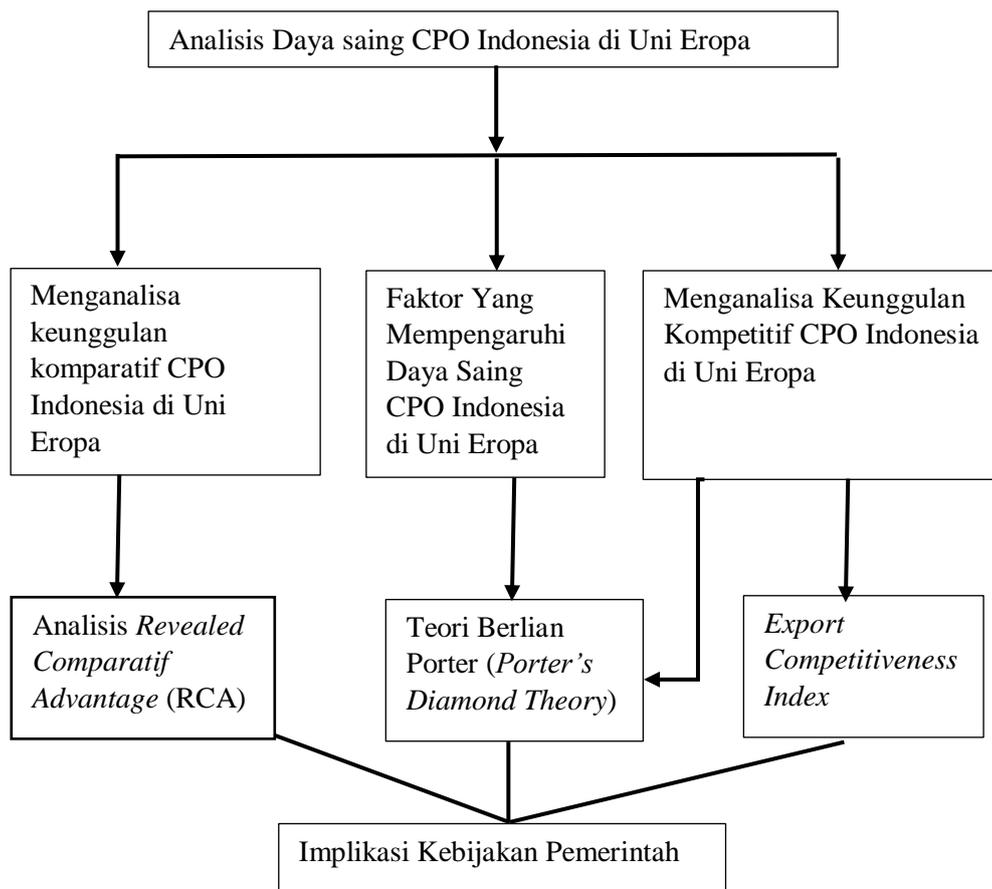
Metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing komoditas CPO Indonesia di pasar Uni Eropa adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Competitiveness Index* (ECI). Analisis RCA digunakan untuk mengukur kinerja ekspor suatu komoditas dari suatu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor suatu komoditas tersebut dalam ekspor total negara tersebut, dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia (Basri,2002). RCA digunakan untuk menjelaskan kekuatan daya saing secara komparatif komoditas ekspor Indonesia secara relatif terhadap produk sejenis dari negara lain.

Pendekatan lain yang digunakan selain RCA, secara kompetitif adalah ECI dan Berlian Porter (*Porter's Diamond Theory*). Analisis ECI digunakan untuk memberikan penjelasan komprehensif terhadap posisi daya saing CPO Indonesia di pasar UE. Indeks ECI menggambarkan kecenderungan daya saing komoditas yang dihadapi oleh suatu negara terhadap negara lain, dengan kata lain indeks ECI menunjukkan apakah suatu komoditas suatu negara memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan pesaingnya.

Dan Analisis Berlian Porter digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di pasar UE, dan juga untuk mengetahui tentang keunggulan bersaing dalam beberapa negara yang juga sebagai produsen CPO di dunia yaitu keunggulan kompetitif. Disamping itu, Berlian Porter juga dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh dari ekspor CPO Indonesia di pasar UE melalui beberapa variabel seperti kebijakan pemerintah melalui strategi dalam meningkatkan standar mutu Internasional yang terbaru untuk menembus permintaan negara-negara impor CPO Indonesia. Selanjutnya isu-isu yang menyerang CPO Indonesia dari UE melalui kebijakan dari pemerintah UE atas CPO Indonesia yang dapat mengubah angka fluktuatif ekspor CPO Indonesia ke UE. Sehingga antara pemerintah Indonesia dan pemegang peran industri kelapa sawit baik rakyat maupun swasta berupaya untuk terus mendukung pemerintah Indonesia agar tetap mempertahankan jalannya ekspor CPO Indonesia di pasar UE, atau beralih ke langkah selanjutnya, yaitu mencari pasar baru untuk tujuan ekspor CPO Indonesia.

Berdasarkan sistem Berlian Porter, empat komponen utama dan dua komponen pendukung menjadi alat yang akan digunakan mengukur industri sawit Indonesia memperoleh hasil apakah Indonesia berdayasaing secara kompetitif di pasar internasional. Komponen tersebut meliputi salah satunya kondisi faktor SDA, SDM, maupun kondisi permintaan domestik dan internasional sawit Indonesia yang mendukung keunggulan kompetitif terhadap dayasaing CPO Indonesia di pasar UE.

Lebih jelasnya pendekatan masalah operasional penulisan akan disajikan pada diagram alur pemikiran dari penelitian :



Gambar 5 Pendekatan Masalah Operasional