

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dan globalisasi membuat suatu negara saling ketergantungan dan membutuhkan satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan dan memasarkan produk unggul negaranya, dalam hal ini negara-negara dunia melaksanakan pertukaran barang dan jasa dalam konteks perdagangan internasional. Pada umumnya negara-negara sedang berkembang mengandalkan kelancaran arus pendapatan devisa dan kegiatan ekonominya yang berasal dari ekspor. Dalam zaman modern seperti sekarang ini hampir semua negara mengikuti proses pembangunan yang menggantungkan diri pada ekspor sebagai penggerak pertumbuhan ekonominya (Dewi,2016).

Perdagangan internasional adalah bentuk perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Proses perdagangan internasional pada umumnya adalah tindakan yang dilakukan dengan menjual barang atau komoditas tertentu dari dalam negeri untuk dimasukkan ke negara lain.

Keberhasilan dalam perdagangan internasional suatu negara dapat dilihat dari daya saingnya, daya saing ini adalah suatu konsep umum yang digunakan dalam ekonomi yang merujuk kepada komitmen persaingan pasar terhadap keberhasilan suatu negara dalam persaingan internasional. Daya saing juga dapat didefinisikan sebagai bentuk pertumbuhan produktivitas secara berkelanjutan yang mampu

meningkatkan standart hidup suatu negara. Daya saing telah menjadi suatu kunci bagi perusahaan, wilayah, ataupun negara untuk bisa berhasil dalam partisipasinya dalam globalisasi dan per dagangan bebas dunia (Bustami dan Hidayat, 2013).

Indonesia adalah negara agraris yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian di bidang pertanian. Oleh karena itu, sektor pertanian memegang peranan penting dalam pembangunan negara. Pertanian sendiri dalam arti luas meliputi pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Salah satu komoditas unggulan ekspor Indonesia adalah kelapa sawit dan karet yang memiliki peran dalam pembangunan Indonesia khususnya pada subsektor perkebunan (Manalu, 2019).

Perkebunan adalah komoditi selain minyak dan gas alam yang memiliki potensi serta prospek yang cukup baik di pasar dunia. Karet bersamaan dengan kelapa sawit menjadi komoditas penyumbang devisa terbesar dari sektor perkebunan. Tanaman perkebunan mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Perusahaan berbagai komoditas tanaman ini telah mampu mendatangkan devisa bagi negara, membuka lapangan kerja, dan menjadi sumber pendapatan penduduk, serta berkontribusi dalam melestarikan lingkungan. Budidaya perkebunan sudah merupakan kegiatan usaha yang hasilnya untuk di ekspor atau bahan baku industri. Indonesia merupakan sebuah negara dengan perekonomian terbuka yang mengandalkan perdagangan luar negeri untuk menunjang perekonomiannya (Payaman ,1983).

Komoditi kelapa sawit dan karet merupakan komoditi unggulan produk perkebunan Indonesia termasuk Sumatera Utara yang mampu memberikan keuntungan kepada pengelolanya. Kelapa sawit merupakan komoditas yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia sebagai komoditas unggulan perannya cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Kelapa sawit di Indonesia diusahakan oleh tiga elemen yaitu perkebunan rakyat, perkebunan swasta, dan perkebunan negara. Luas lahan yang diusahakan dan produksi setiap tahunnya semakin mengalami peningkatan karena prospek bisnis kelapa sawit yang sangat menjanjikan. Komoditas kelapa sawit telah menjadi komoditas ekspor yang sangat penting bagi Indonesia dan bagi para petani dan pengusaha kelapa sawit dan telah menjadi komoditas yang penting bagi Sumatera Utara dari mulai pertama kali komoditas ini dibudidayakan sejak zaman penjajahan belanda (Saragih, dkk, 2013).

Potensi karet alam yang melimpah merupakan suatu sumber daya yang potensial untuk dikembangkan. Karet alam dapat diolah menjadi barang-barang untuk menunjang aktivitas masyarakat. Hasil olahan karet tersebut dapat digunakan baik secara langsung atau melalui proses industri lebih lanjut agar nilai tambah dari produk tersebut meningkat (Rakhmadina, 2011). Karet merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memegang peranan penting sebagai penghasil devisa negara karena merupakan salah satu komoditas ekspor non migas yang memberikan kontribusi yang signifikan (Gideon, 2017).

Sumatera utara merupakan salah satu provinsi yang besar dan memiliki potensi alam dengan wilayah pertanian yang luas. Dari wilayah pertanian tersebut

terdapat subsektor perkebunan untuk komoditi kelapa sawit dan karet yang mampu memberikan devisa, membuka lapangan kerja, dan menjadi sumber pendapatan penduduk Provinsi Sumatera Utara. Berikut total produksi Sumatera Utara dalam produk perkebunan komoditi kelapa sawit dan karet tahun 2008 – 2019 :

Tabel 1.1 Produksi Kelapa Sawit Sumatera Utara tahun 2008 – 2019

Produksi Kelapa Sawit Sumatera Utara (ribu ton) Tahun 2008 – 2019	
Tahun	Kelapa Sawit (ton)
2008	3.882,40
2009	3.862,40
2010	3.889,60
2011	4.010,70
2012	3.975,43
2013	4.549,20
2014	4.870,20
2015	5.193,10
2016	3.983,70
2017	4.852,00
2018	5.737,30
2019	6.163,80

Sumber: BPS (berbagai tahun penerbitan). Sumatera Utara Dalam Angka : Data diolah

Salah satu tanaman perkebunan bagi masyarakat Indonesia adalah kelapa sawit. Kelapa sawit adalah tumbuhan industri penting penghasil minyak masak, minyak industri, maupun bahan bakar (biodiesel). Kelapa sawit merupakan salah satu produk perkebunan yang memiliki nilai tinggi dan industrinya termasuk padat karya. Salah satu alternatif hasil produk olahan utama kelapa sawit adalah minyak

mentah kelapa sawit atau yang lebih dikenal dengan nama Crude Palm Oil (CPO). Industri perkebunan dan pengolahan sawit adalah industri kunci bagi perekonomian Indonesia, ekspor minyak kelapa sawit adalah penghasil devisa yang penting dan industri. Komoditas kelapa sawit dalam perkembangannya secara ekonomi dapat bersaing dengan komoditas perkebunan lain dan menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Dari tabel produksi kelapa sawit dapat dilihat bahwa produksi kelapa sawit di Provinsi Sumatera Utara memiliki jumlah yang banyak, dari jumlah produksi ini produk kelapa sawit sering digunakan untuk perdagangan luar negeri atau di ekspor ke pasar dunia.

Perkebunan Sumatera Utara tidak hanya eksis untuk produk kelapa sawit, terdapat produk karet yang masih eksis di Provinsi Sumatera Utara. Jumlah produksi karet di Sumatera Utara masih unggul dan hingga saat ini masih dilakukan kegiatan ekspor untuk produk karet tersebut. Untuk data produksi produk karet Sumatera Utara dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel 1.2 Produksi Karet Sumatera Utara tahun 2008 – 2019

Produksi karet Provinsi Sumatera Utara (ribu ton) Tahun 2008 – 2019	
Tahun	karet (ton)
2008	443,6
2009	382,1
2010	430,1
2011	481,4
2012	486,31
2013	448,97
2014	409,5
2015	409,8
2016	413,3
2017	460,9
2018	418,9
2019	403,5

Sumber : BPS (berbagai tahun penerbitan). Sumatera Utara Dalam Angka : Data diolah

Data Dinas Perkebunan Sumatera Utara per Mei 2019 menunjukkan luas lahan kelapa sawit terbagi menjadi perkebunan rakyat dan perusahaan dengan luas perkebunan rakyat mencapai 393.189,02 ha. Sementara lahan perusahaan terbagi dari perkebunan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Perkebunan Nusantara (PTPN) seluas 34.916,89 ha, untuk lahan Perkebunan Besar Swasta Nasional (PBSN) seluas 103.499,93 ha dan Perkebunan Besar Swasta Asing (PBSA) seluas 54.143,37 ha. Lahan karet perkebunan di Provinsi Sumatera Utara mencapai 585.749,21 ha. Sejumlah lokasi di Sumatera Utara yang memproduksi karet diantaranya Kabupaten Mandailing Natal, Langkat, Padang Lawas Utara, Tapanuli Tengah dan Tapanuli Selatan.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kinerja Produksi, Ekspor dan Daya Saing Ekspor Produk Perkebunan (Kelapa Sawit dan Sawit) Sumatera Utara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kinerja produksi produk perkebunan kelapa sawit dan karet Sumatera Utara dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019) ?
2. Bagaimana kinerja ekspor produk perkebunan kelapa sawit dan karet dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019)?
3. Bagaimana perkembangan daya saing ekspor produk perkebunan kelapa sawit dan karet Sumatera Utara dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu ingin menjawab permasalahan yang ada pada perumusan masalah diatas, yaitu;

1. Untuk mengetahui kinerja produksi kelapa sawit dan karet Sumatera Utara dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019).
2. Untuk mengetahui kinerja ekspor produk kelapa sawit dan karet dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019) dari sudut volume dan nilai ekspor.

3. Untuk mengetahui perkembangan daya saing ekspor produk perkebunan kelapa sawit dan karet Sumatera Utara dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019).

1.4 Manfaat Penelitian

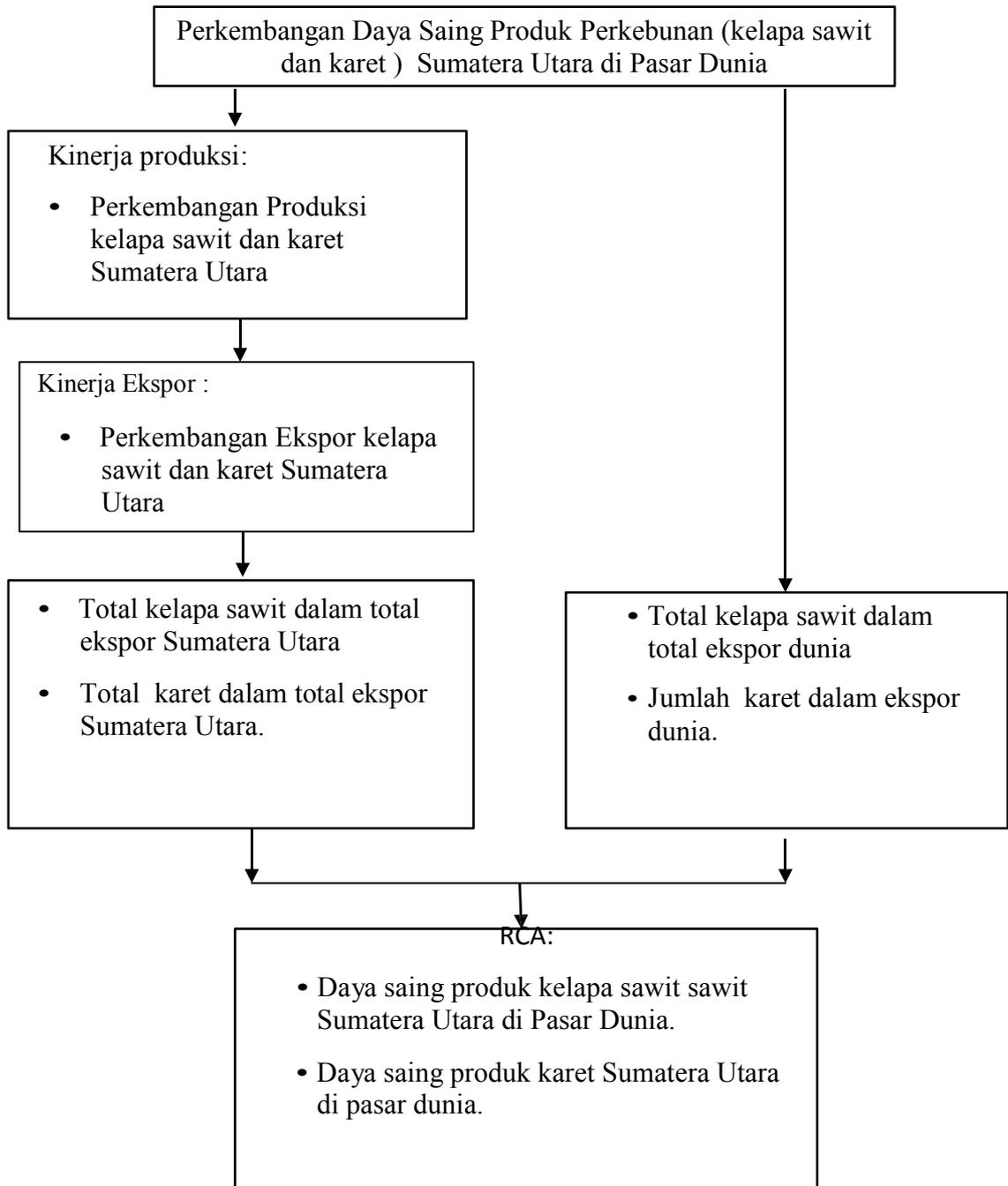
1. Sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Secara teoritis, sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan, baik untuk kepentingan akademis maupun bisnis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Keberhasilan dalam perdagangan internasional suatu negara dapat dilihat dari daya saingnya, daya saing ini merupakan suatu konsep umum yang digunakan di dalam ekonomi yang merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar terhadap keberhasilannya dalam persaingan internasional.

Komoditi kelapa sawit dan karet menjadi produk unggulan dalam subsector perkebunan di Provinsi Utara yang di ekspor ke negara lain. Kedua produk ini memiliki perkembangan dan perubahan baik dari volume dan nilai ekspor setiap tahunnya. Adanya peningkatan maupun penurunan ekspor di Sumatera Utara disebabkan adanya daya saing terhadap produk tersebut. Dengan adanya daya saing tersebut, pelaku ekspor akan mengetahui perkembangan

ekspor komoditi kelapa sawit dan karet serta kemampuan untuk berdaya saing di pasar internasional. Seperti pada bagan kerangka pemikiran berikut :



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran Analisis Kinerja Produksi, Ekspor dan Daya Saing Ekspor Untuk Produk Perkebunan (Kelapa Sawit dan Karet) Sumatera Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa-jasa. Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan (Sobri, 2000).

Teori dan kebijakan perdagangan internasional merupakan aspek mikro ilmu ekonomi internasional sebab berhubungan dengan masing-masing negara sebagai individu yang diperlakukan sebagai unit tunggal, serta berhubungan dengan harga relatif satu komoditas. Di lain pihak, karena neraca pembayaran berkaitan dengan total penerimaan dan pembayaran sementara kebijakan penyesuaian mempengaruhi tingkat pendapatan nasional dan indeks harga umum, maka kedua hal ini menggambarkan aspek makro ekonomi ilmu ekonomi internasional (Salvatore, 1997).

Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang munculnya perdagangan internasional antar negara, yaitu :

1. Teori Keunggulan Absolut

Filsafat ekonomi yang dikenal sebagai merkantilisme menyatakan bahwa cara yang terpenting bagi suatu negara untuk menjadi kaya dan berkuasa adalah mengekspor lebih banyak dari pada mengimpor. Selisihnya akan diselesaikan dengan pemasukan dari logam – logam mulia sebagian besar dari emas (Salvatore, 1997). Menurut Adam Smith, perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolute. Ketika satu negara lebih efisien daripada atau memiliki keunggulan absolut atas yang lain dalam produksi satu komoditas tetapi kurang efisien daripada atau memiliki kelemahan absolut terhadap negara lain dan memproduksi komoditas yang kedua, kedua negara dapat mendapatkan manfaat dengan masing-masing mengkhususkan diri dalam produksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut dan bertukar hasil dengan negara lain untuk komoditas yang memiliki kelemahan absolut. Dengan proses ini, sumber daya digunakan dengan cara yang paling efisien dan hasil dari kedua komoditas akan naik. Peningkatan dalam hasil komoditas keduanya merupakan ukuran keuntungan dari spesialisasi dalam produksi yang tersedia untuk dibagi antara kedua negara melalui perdagangan

2. Teori Keunggulan Komparatif

Dalam teori perdagangan internasional, keunggulan komparatif memegang peranan penting. Keunggulan komparatif akan menjadi penentu arah perdagangan, dimana komoditas akan bergerak dari negara dengan

keunggulan komparatif yang lebih tinggi ke negara dengan keunggulan komparatif yang lebih rendah.

Teori keunggulan komparatif didasarkan pada nilai tenaga kerja (theory of labor value) yang diperkenalkan oleh David Ricardo, yang menyatakan bahwa nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Jadi, suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional apabila melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dengan memproduksi relatif lebih efisien serta mengimpor barang dimana negara tersebut memiliki produksi yang relatif kurang efisien (Putra, 2013). Dengan kata lain, suatu negara akan tetap mendapatkan keuntungan dalam perdagangan jika berspesialisasi dan mengekspor barang yang memiliki keunggulan relatif, dimana keunggulan relatif yang mengindikasikan bahwa suatu negara lebih efisien secara relatif dalam memproduksi barang.

3. Teori Keunggulan Kompetitif

Menurut Michael E. Porter (1990) *The Competitive Advantage of Nation* adalah tentang tidak adanya korelasi langsung antara dua faktor produksi (sumber daya alam yang tinggi dan sumber daya manusia yang murah) yang dimiliki suatu negara untuk dimanfaatkan menjadi daya saing dalam perdagangan. Porter mengungkapkan bahwa ada empat atribut utama yang menentukan mengapa industri tertentu dalam suatu negara dapat mencapai sukses internasional, keempat atribut itu meliputi:

- 1) Kondisi faktor produksi

- 2) Kondisi permintaan dan tuntutan mutu dalam negeri
- 3) Eksistensi industri pendukung
- 4) Kondisi persaingan strategi dan struktur perusahaan dalam negeri

Negara yang sukses dalam skala internasional pada umumnya didukung oleh kondisi faktor produksi yang baik, permintaan dan tuntutan mutu dalam negeri yang tinggi, industri hulu atau hilir yang maju dan persaingan domestik yang ketat. Keunggulan kompetitif yang hanya didukung oleh 1/2 atribut saja biasanya tidak akan dapat bertahan, sebab keempat atribut saling berinteraksi positif dalam negara yang sukses. Di samping keempat atribut di atas, peran pemerintah juga merupakan variabel yang cukup signifikan.

4. Teori Heckscher – Ohlin

Heckscher – Ohlin (1995) dalam teorinya mengenai timbulnya perdagangan, menganggap bahwa negara dicirikan oleh bawaan faktor yang berbeda sedangkan fungsi produksi di semua negara adalah sama. Suatu negara akan cenderung untuk mengekspor komoditi yang secara relatif intensif dalam menggunakan faktor produksi yang relatif banyak dimiliki karena faktor produksi melimpah dan murah. Suatu negara juga akan mengimpor komoditi yang faktor produksinya relatif langka didapat dan biaya yang mahal .

Teori Heckscher Ohlin (H-O) mempunyai dua kondisi penting sebagai dasar dari munculnya perdagangan internasional, yaitu ketersediaan faktor produksi dan intensitas dalam pemakaian faktor produksi atau proporsi faktor

produksi. Oleh karena itu teori H-O sering juga disebut teori proporsi atau ketersediaan faktor produksi. Produk yang berbeda membutuhkan jumlah atau proporsi yang berbeda dari faktor – faktor produksi. Perbedaan tersebut disebabkan oleh teknologi yang menentukan cara mengkombinasikan faktor – faktor produksi yang berbeda untuk membuat suatu produk (Tambunan,2004:66)

5. Teori Porter Diamond Model

Teori Porter tentang daya saing nasional berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparative tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat. Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing / competitive advantage (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perusahaan memperoleh (CA) karena tekanan dan tantangan. Perusahaan menerima 16 manfaat dari adanya persaingan di pasar domestik, supplier domestik yang agresif, serta pasar lokal yang memiliki permintaan tinggi. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya memberi kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Perusahaan menjadi kompetitif melalui inovasi yang dapat meliputi peningkatan teknis proses produksi atau kualitas produk. Selanjutnya Porter mengajukan Diamond Model (DM) yang terdiri dari empat determinan (faktor – faktor yang menentukan) National Competitive Advantage (NCA).

Empat atribut ini adalah: factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, dan firm strategy, structure, and rivalry.

2.2 Konsep Ekspor

Ekspor adalah kegiatan yang menyangkut produksi barang dan jasa yang diproduksi di suatu batas negara tetapi untuk dikonsumsi oleh konsumen di luar batas negara tersebut. Kegiatan produksi barang dan jasa di negara produsen telah mendorong terbentuknya suatu proses pembentukan pendapatan masyarakat dari anggota-anggota masyarakat yang terlibat di dalamnya. Pengusaha yang memproduksi barang dan jasa yang kemudian menjualnya ke luar batas negaranya akan memperoleh devisa atau pembayaran di dalam bentuk mata uang atau valuta asing atas tagihan-tagihannya (Markusen, et al. 2002).

Suatu negara dapat mengekspor barang produksinya ke negara lain apabila barang tersebut diperlukan negara lain dan mereka tidak dapat memproduksi barang tersebut atau produksinya tidak dapat memenuhi keperluan dalam negeri. Faktor yang lebih penting lagi adalah kemampuan dari negara tersebut untuk mengeluarkan barang-barang yang dapat bersaing dalam pasaran luar negeri. Maksudnya, mutu dan harga barang yang diekspor tersebut haruslah paling sedikit sama baiknya dengan yang diperjualbelikan dalam pasaran luar negeri. Cita rasa masyarakat di luar negeri terhadap barang yang dapat diekspor ke luar negara sangat penting peranannya dalam menentukan ekspor sesuatu negara. Secara umum boleh dikatakan bahwa semakin banyak jenis

barang yang mempunyai keistimewaan yang sedemikian yang dihasilkan oleh suatu negara, semakin banyak ekspor yang dapat dilakukan (Sukirno, 2008).

Menurut Sadono Sukirno (2004), ekspor merupakan bagian dari perdagangan internasional. Ekspor dimungkinkan karena beberapa kondisi antara lain:

1. Adanya kelebihan dalam negeri, sehingga kelebihan tersebut dapat dijual keluar negeri melalui kebijaksanaan ekspor
2. Adanya permintaan luar negeri untuk suatu produk walaupun produk tersebut karena adanya kekurangan produk dalam negeri
3. Adanya keuntungan yang lebih besar dari penjualan keluar negeri dari pada penjualan di dalam negeri, karena harga dipasar dunia lebih menguntungkan
4. Adanya barter produk tertentu dengan produk lain yang diperuntukkan dan tidak dapat diproduksi dalam negeri
5. Adanya kebijaksanaan ekspor yang bersifat politik.

Menurut Mankiw (2012) mengungkapkan bahwa ekspor dapat dipengaruhi oleh beberapa factor, diantaranya kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang yang di ekspor, dalam hal ini adalah mutu dan harga barang, cita rasa penduduk luar negeri, nilai tukar, pendapatan masyarakat, biaya transportasi barang, dan kebijakan pemerintah terkait dengan perdagangan internasional.

Tujuan kegiatan ekspor adalah meningkatkan laba perusahaan melalui perluasan pasar serta memperoleh harga jual yang lebih baik (optimalisasi laba),

membuka pasar baru di luar negeri sebagai perluasan pasar domestik (membuka pasar ekspor). Sedangkan 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 (Amir, 2004).

2.2.1 Faktor -faktor yang Mempengaruhi Ekspor

Ekspor adalah salah satu komponen pengeluaran agregat. Oleh sebab itu ekspor dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nasional yang akan dicapai. Apabila ekspor bertambah, maka pengeluaran agregat bertambah tinggi dan selanjutnya akan menaikkan pendapatan nasional. Akan tetapi sebaliknya pendapatan nasional tidak dapat mempengaruhi ekspor. Ekspor belum tentu bertambah apabila pendapatan nasional bertambah, atau ekspor dapat mengalami perubahan walaupun pendapatan nasional tetap. Dengan demikian ekspor mempunyai bentuk yang sama dengan fungsi investasi dan fungsi pengeluaran pemerintah.

Daya saing di pasaran luar negeri, keadaan ekonomi di negara-negara lain, kebijakan proteksi di negara luar, pendapatan dan kurs valuta asing merupakan faktor utama yang akan menentukan kemampuan suatu negara mengekspor ke luar negeri. Ekspor yang akan dilakukan sesuatu negara bergantung kepada banyak faktor. Suatu negara dapat mengekspor barang-barang yang akan dihasilkannya ke negara-negara lain apabila barang-barang tersebut diperlukan

negara-negara lain dan mereka tidak dapat menghasilkan sendiri barang-barang tersebut.

2.2.2 Hubungan Luas Areal Lahan Dengan Ekspor

Luas areal lahan merupakan faktor eksternal dari ekspor. Tetapi luas lahan memiliki peranan penting dalam faktor produksi, karena tinggi rendahnya hasil produksi tergantung luas areal lahan perkebunan. Maka dari itu luas lahan harus diberi perhatian khusus terutama dalam pemberian izin pembukaan lahan baru yang produktif. Menurut (Zuhri, 2016) bahwa luas atau kecilnya suatu lahan pertanian yang dipergunakan dalam melakukan perkebunan secara tidak langsung berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan. Sesuai teori yang dikemukakan oleh (Iswandhie,2000 dalam Suresmiathi, dkk, (2015) bahwa semakin luas areal lahan yang digunakan dalam sektor perkebunan maka hasil produksi yang di hasilkan pula akan meningkat. Oleh karena itu jika produksi meningkat maka volume ekspor juga akan meningkat.

2.2.3 Hubungan Produksi Dengan Ekspor

Dalam kegiatan ekspor komoditas perkebunan faktor produksi merupakan faktor utama yang harus terpenuhi. Karena tinggi rendahnya faktor produksi yang menentukan pula tinggi rendahnya ekspor komoditas. Menurut (Zuhri,2016) produksi adalah proses pengolahan barang mentah menjadi barang jadi. Setiap negara atau perusahaan melakukan produksi barang yang berbeda dan negara memiliki produksi domestik tinggi maka Negara tersebut akan melakukan ekspor yang tinggi (Setiawina, 2013)

2.3 Konsep Daya Saing

Daya saing ekspor suatu komoditas adalah kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri yang kemudian memiliki kemampuan untuk mempertahankan pasar tersebut. Daya saing suatu komoditas dapat diukur atas perbandingan pangsa pasar (market share) komoditi tersebut pada kondisi pasar yang tetap (Amir, 2000 dalam Rifai dan Tarumun, 2005). Kemudian Martin et. al. (1991) dalam Rifai dan Tarumun (2005) mengemukakan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memberikan keuntungan secara terus-menerus dan kemampuan memperbaiki pangsa pasar (market share). Oleh sebab itu pengukuran daya saing dapat dilakukan dengan pendekatan keuntungan dan pangsa pasar. Pengukuran daya saing dapat juga dilihat dari rasio orientasi ekspor bersih yaitu perbedaan ekspor dan impor industri tertentu, yang diekspresikan sebagai persentase rata-rata produksi dan konsumsi domestik

Selanjutnya untuk memiliki daya saing perlu strategi 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 kemampulabaan (profitability) dalam menjalankan usaha (Soetriono, 2006)

Pengertian daya saing yang lebih luas dikemukakan oleh World Economic Forum (WEF) yang mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan

perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tinggi dan berkelanjutan. Definisi lain dikemukakan oleh Institut of Management Development (IMD) yang mendefinisikan daya saing nasional sebagai kemampuan suatu negara dalam 7 menciptakan nilai tambah dalam rangka menambah kekayaan nasional dengan cara mengelola aset dan proses, daya tarik dan agresivitas, globalitas, dan proksimitas, serta dengan mengintegrasikan hubungan - hubungan tersebut ke dalam suatu model ekonomi dan sosial (Bappenas, 2005: II8)

Daya saing yang disoroti dalam penelitian ini adalah daya saing dari komoditi-komoditi ekspor di pasaran internasional. Tingkat daya saing komoditi ekspor akan menentukan tingkat volume dan nilai ekspor suatu negara atau daerah. Terdapat sejumlah indikator atau metode yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing.

2.3.1 Revelead Comparative Advantage (RCA).

Revealed Comparative Advantage (RCA) pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965 dalam penelitian tentang pengaruh liberalisasi perdagangan luar negeri terhadap keunggulan komparatif hasil industri Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara yang tergabung dalam pasar bersama Eropa Universitas Sumatera Utara (MEE) serta pada tahun 1977 untuk negara yang sama ditambah Kanada dan Swedia (Basri dan Munandar, 2010).

Untuk mengetahui daya saing suatu produk di suatu produk di satu negara tujuan dan pada tahun tertentu, digunakan alat analisis RCA yang

diperkenalkan oleh Balassa tahun 1965, sehingga terkenal sebagai Balassa's RCA (standard RCA). RCA pada prinsipnya merupakan perbandingan pangsa ekspor suatu negara terhadap pangsa ekspor dunia dengan rumus seperti persamaan berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_{it}}{X_{nj} / X_{nt}} = \frac{X_{ij} / X_{it}}{X_{nj} / X_{nt}}$$

X_{ij} = ekspor komoditas j oleh negara i / Provinsi i

X_{it} = total ekspor negara I / Provinsi i.

X_{nj} = ekspor dunia untuk komoditas j.

X_{nt} = total ekspor dunia.

Apabila nilai RCA yang diperoleh lebih besar dari 1 maka negara eksportir memiliki keunggulan komparatif (daya saing) untuk komoditas dimaksud, dinegara tujuan dan pada tahun yang diamati.

2.4 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti melakukan review penelitian terdahulu, berikut review yang peneliti kumpulkan:

Penelitian yang dilakukan oleh Hagi, dkk (2012) dengan judul penelitian “analisis daya saing ekspor minyak sawit Indonesia dan Malaysia di pasar internasional”. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Constant Market Share (CMS) dan Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Dinamika tingkat daya saing Indonesia dan Malaysia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam ekspor dan pangsa

pasar minyak sawit di dunia terutama di benua Asia dan Eropa, 2) Efek pertumbuhan standar ekspor minyak sawit Indonesia dan Malaysia bernilai positif kecuali dalam beberapa tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa pada periode tersebut pertumbuhan ekspor minyak sawit Indonesia dan Malaysia lebih banyak memanfaatkan pertumbuhan ekspor minyak sawit dunia, 3) Minyak sawit Indonesia lebih berdaya saing dibandingkan minyak sawit Malaysia di Benua Asia, sedangkan minyak sawit Malaysia lebih berdaya saing dibandingkan minyak sawit Indonesia di benua Eropa, 4) Penampilan ekspor minyak sawit Indonesia cenderung lebih rendah dibandingkan Malaysia. Indeks RCA minyak sawit Indonesia dibawah Malaysia, akan tetapi penampilan ekspor minyak sawit Indonesia sangat kompetitif dengan minyak sawit Malaysia, dan 5) Nilai rata-rata indeks spesialisasi perdagangan (rasio net export dan total trade) minyak sawit Indonesia dan Malaysia juga menunjukkan nilai yang positif yang artinya Indonesia dan Malaysia adalah negara eksportir minyak sawit.

Dewi dan Silvia (2016) dengan judul penelitian “analisis daya saing karet (*hevea brasiliensis*) Sumatera Utara di pasar ekspor” Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing kompetitif dan komparatif karet hasil produksi Sumatera Utara di pasar ekspor serta menganalisis indeks spesialisasi perdagangan Sumatera Utara.. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan. Hasil dari penelitian adalah Karet hasil produksi Sumatera Utara memiliki daya saing yang kuat secara komparatif, namun lemah secara kompetitif di pasar ekspor. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai

RCA yang lebih besar dari 1. Sedangkan untuk metode EPD memperlihatkan bahwa karet hasil produksi Sumatera Utara di pasar ekspor berada di posisi retreat yang mengindikasikan bahwa karet hasil produksi Sumatera Utara berdaya saing atau memiliki keunggulan kompetitif yang lemah di pasar ekspor dan Indeks spesialisasi perdagangan Sumatera Utara untuk komoditi karet adalah sebagai eksportir. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai ISP yang menunjukkan nilai positif.

Anton (2015) dengan judul penelitian “analisis daya saing ekspor komoditi unggulan non migas di Provinsi Sumatera Selatan” Penelitian ini menggunakan pendekatan Revealed Comparative Advantage (RCA) untuk mengungkap tingkat keunggulan komparatif serta daya saing beberapa produk pertanian tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, di dapatkan kesimpulan yaitu komoditas unggulan non migas Sumatera Selatan di pasar ekspor global selama 5 tahun melalui perhitungan RCA terhadap tujuh komoditi unggulan ekspor non migas Sumatera Selatan didapat bahwa hanya komoditi karet dan batubara yang dapat dikategorikan sebagai komoditi yang memiliki daya saing yang cukup tinggi. Rata-rata nilai RCA komoditi karet dan batubara selama tahun 2005-2013 adalah 17,20 dan 1,31. Angka tersebut di atas nilai 1 yang berarti komoditi karet dan batubara Sumatera Selatan memiliki daya saing yang sangat baik. Sementara komoditi unggulan non migas lainnya seperti udang, teh dan kopi memiliki nilai rata-rata RCA berturut-turut yaitu 0,96, 0,95, dan 0,99. Angka ini sangat mendekati nilai 1 yang artinya komoditi-komoditi tersebut memang belum tergolong memiliki daya saing yang baik, tetapi komoditi-

komoditi tersebut sangat baik untuk terus dikembangkan agar ke depan dapat meningkat kemampuan daya saingnya. Tiga komoditi lain yaitu CPO dan kayu/produk kayu, memiliki nilai rata-rata RCA berturut-turut 0,77 dan 0,69. Berdasarkan angka tersebut, maka disimpulkan bahwa 2 komoditi tersebut masuk dalam kategori komoditi yang kurang memiliki daya saing.

Penelitian yang dilakukan oleh Tupamahu (2014) dengan judul penelitian “analisis daya saing ekspor cengkeh Indonesia di kawasan Asean dan dunia” dengan kesimpulan (1) Analisis menunjukkan ekspor cengkeh Indonesia terus meningkat pada tahun 2005 – 2018. Tahun 2015 ini diramalkan sebesar 10606,86 ton, tahun 2016 sebesar 10943,20 ton, tahun 2017 sebesar 11279,54 ton , dan tahun 2018 sebesar 11615,88 ton dengan rata - rata pertumbuhan sebesar 3,08% per tahun. (2). Daya saing Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang rendah ditingkat dunia dengan nilai indeks RCSA sebesar 0,22 serta memiliki keunggulan kompetitif dengan ISP sebesar 0,46 artinya cengkeh dalam tahap perluasan ekspor. Malaysia memiliki keunggulan komparatif yang rendah di pasar dunia dimana nilai indeks RSCA sebesar 0,25. Keunggulan kompetitif Malaysia juga rendah dimana ISP sebesar -0,45 menunjukkan perkembangan komoditi cengkeh Malaysia pada tahap substitusi impor. Sedangkan Singapura memiliki keunggulan komparatif yang tinggi dibandingkan Indonesia dan Malaysia, dimana indeks rata-rata RCA sebesar 0,96. Namun Singapura memiliki keunggulan kompetitif yang rendah ditunjukkan nilai ISP sebesar -0,09, menunjukkan bahwa Singapura sebagai pengimpor komoditi cengkeh.

Penelitian oleh Ely ,dkk (2019) dengan judul “ analisis pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode RCA, EPD, *X-Model*, dan *Gravity*. Hasil dari penelitian ini adalah dengan mempertimbangkan analisis RCA dan EPD disimpulkan bahwa komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga adalah PDB per kapita, harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif negara tujuan. Variabel PDB per kapita memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor, sedangkan variabel harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif memiliki hubungan yang negatif terhadap ekspor sehingga apabila pemerintah dan eksportir akan melakukan pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar lain, sebaiknya pemerintah dan eksportir mempertimbangkan faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga tersebut, yaitu pasar dengan PDB per kapita yang tinggi atau cenderung meningkat, serta jarak ekonomi dan tarif yang rendah atau cenderung menurun.

Maulanaa dan Kartiasih (2014) “analisis ekspor kakao olahan Indonesia ke sembilan negara tujuan tahun 2000–2014” . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor kakao olahan Indonesia ke sembilan negara tujuan dan faktor-faktor penentu volume ekspor kakao olahan Indonesia. . Dua metode analisis yang digunakan yaitu Revealed Comparative Advantage (RCA) dan regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kakao olahan Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di Spanyol, sementara di Singapura

memiliki keunggulan komparatif yang terendah. Hasil regresi data panel menunjukkan bahwa PDB, populasi, RCA, dan kebijakan bea keluar signifikan secara statistik dan berpengaruh positif terhadap volume ekspor kakao, sedangkan harga kakao olahan memiliki pengaruh yang negatif.

Yoga (2014) “analisis daya saing ekspor karet alam (natural rubber) Indonesiadi pasar internasional”. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini dilaksanakan adalah menganalisis perkembangan ekspor komoditas karet alam Indonesia dan menganalisis daya saing karet alam Indonesia di pasar internasional. Analisis yang digunakan untuk mengetahui daya saing karet alam Indonesia adalah analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Constant Market Share (CMS). Hasil dari penelitian ini yaitu Perkembangan ekspor komoditas karet alam Indonesia cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Hal serupa terjadi juga pada dua negara eksportir karet alam pesaingnya, yaitu Thailand dan Malaysia. Peningkatan ini terjadi selain karena meningkatnya permintaan dunia terhadap komoditas karet alam sebagai dampak dari perkembangan industri, juga didorong oleh peningkatan produksi karet alam domestic. Dan Indeks RCA menunjukkan bahwa secara umum ketiga negara eksportir karet alam, yaitu Thailand, Indonesia, dan Malaysia masing-masing memiliki keunggulan komparatif terhadap karet alam dalam perdagangannya di pasar internasional.

Rexsi (2017) “analisis ekspor kopi Indonesia”. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia. Data dalam penelitian ini adalah data runtun waktu, yang diperoleh

dari berbagai instansi pemerintah. Metode Error Correction Model (ECM) digunakan untuk menganalisis pengaruh harga kopi, PDB dan nilai tukar terhadap volume ekspor kopi Indonesia. Harga kopi, PDB dan nilai tukar memiliki hubungan jangka pendek dan keseimbangan jangka panjang terhadap volume ekspor kopi. Berdasarkan estimasi jangka panjang variabel harga kopi, PDB dan nilai tukar tidak terlalu mempengaruhi volume ekspor kopi, sedangkan dalam jangka pendek ketiga variabel tersebut sangat mempengaruhi volume ekspor kopi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengambil objek daya saing ekspor Sumatera Utara dalam produk perkebunan. Adapun komoditi perkebunan tersebut adalah produk Kelapa Sawit dan Karet.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang tersedia dalam bentuk cetak maupun elektronik yang disediakan oleh lembaga penyedia data statistik dalam 15 tahun terakhir (2005 – 2019).

3.2.1 Data

Data yang digunakan yaitu data primer produksi kelapa sawit dan karet yang diperoleh dari BPS-Sumatera Utara setiap tahun. Data ekspor diperoleh dari “Statistik Ekonomi Daerah Sumatera Utara”, yang diterbitkan oleh Bank Indonesia Cabang Sumatera Utara setiap bulan. Bank Indonesia menggunakan SITC (standard of international trade code) dalam pengelompokan komoditi ekspor dimana produk kelapa sawit dimasukkan dalam SITC 42 (minyak dan lemak nabati) dan produk karet masuk dalam kategori SITC 23 (karet mentah, sintesis dan pugaran).

Data statistik ekspor dunia diperoleh dari UN-Comtrade (lembaga penyedia data statistik perdagangan dibawah naungan PBB). Lembaga ini

menggunakan HS (harmonized system) dalam pengelompokan komoditi ekspor. Dalam kategori HS, produk ekspor kelapa sawit diberi kode HS 15 dan produk karet HS 40.

3.2.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Metode yang dipilih dalam analisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel data yang tersedia.

1. Untuk mengetahui masalah 1 dan 2 digunakan metode deskriptif yaitu menganalisis kinerja produksi dan ekspor produk perkebunan (kelapa sawit dan karet) dalam 15 tahun (2005-2019) dari sudut volume dan nilai ekspor dengan bantuan analisa grafis menggunakan analisis Trend. Dalam mencari perkembangan produksi digunakan data 13 tahun terakhir karena data yang tersedia untuk produksi kelapa sawit dan karet yaitu mulai tahun 2007 – 2019.
2. Untuk mengetahui masalah 3 digunakan metode Revelead Comparative Advantage (RCA) disempurnakan dengan Revealed Symmetric Comparative Advantage(RSCA) dengan bantuan Microsoft Excel 2007 yaitu untuk mengetahui perkembangan daya saing ekspor produk perkebunan (kelapa sawit dan karet) Sumatera Utara dengan menganalisis keunggulan komparatif ekspor produk perkebunan (Kelapa Sawit dan Karet) di Sumatera Utara. Metode Revelead Comparative Advantage (RCA) pada prinsipnya merupakan perbandingan pangsa ekspor suatu negara terhadap pangsa ekspor dunia dengan rumus seperti pada persamaan berikut (Tampubolon, 2020).

$$\text{RCA} = (\text{Xij}/\text{Xit})/(\text{Xnj}/\text{Xnt}) = (\text{Xij}/\text{Xnj}) / (\text{Xit}/\text{Xnt})$$

Keterangan :

Xij = ekspor komoditas j oleh Sumatera Utara

Xit = total ekspor Sumatera Utara

Xnj = ekspor dunia untuk komoditas j

Xnt = total ekspor dunia

Dalam konteks ini keterangan rumus RCA negara diubah menjadii Sumatera Utara karena pada penelitian ini peneliti menganalisis ekspor produk kelapa sawit dan karet Sumatera Utara.

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai $\text{RCA} > 1$ maka negara eksportir memiliki keunggulan komparatif (dayasaing) untuk komoditas dimaksud, dinegara tujuan dan pada tahun yang diamati.
- Jika nilai $\text{RCA} < 1$ maka negara eksportir tidak memiliki keunggulan komparatif (dayasaing) di suatu negara tersebut.

RCA memiliki kelemahan karena nilai RCA asymmetric, artinya nilai dari RCA tidak memiliki batas karena berkisar dari 0 sampai tidak terhingga ($0 \leq \text{RCA} \leq \infty$). Laursen (2000) memodifikasi RCA menjadi revealed symmetric comparative advantage (RSCA) sehingga nilai dari dari RCA memiliki batasan dan lebih mudah dipahami, karena nilai dari RSCA berkisar antara -1 sampai 1 ($-1 \leq \text{RSCA} \leq 1$). Secara sistematis RSCA dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{RSCA} = (\text{RCA}-1)/(\text{RCA}+1)$$

Apabila nilai RSCA kurang dari 0, maka produk tidak memiliki comparative advantage dan apabila nilai RSCA lebih dari 0, maka produk tersebut memiliki comparative advantage. Perhitungan ini menggunakan data tahunan yang akan lebih mudah dalam mengetahui perkembangan jenis komoditas yang mengalami peningkatan ataupun penurunan daya saingnya.

3.3 Defenisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari salah penafsiran dalam memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka diberikan Batasan sebagai berikut :

1. Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, subsector atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar.
2. Hasil perkebunan adalah semua produk tanaman perkebunan dan pengolahannya yang terdiri atas produk utama, produk olahan untuk memperpanjang daya simpan, produk sampingan, dan produk ikutan.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data statistic periode 2005 – 2019 yang dinyatakan dalam volume dan nilai.
4. Produk perkebunan yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah Kelapa Sawit dan Karet.
5. Metode yang digunakan dalam menghitung daya saing ekspor adalah RCA (Revealed Comparative Advantage) dan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA).