

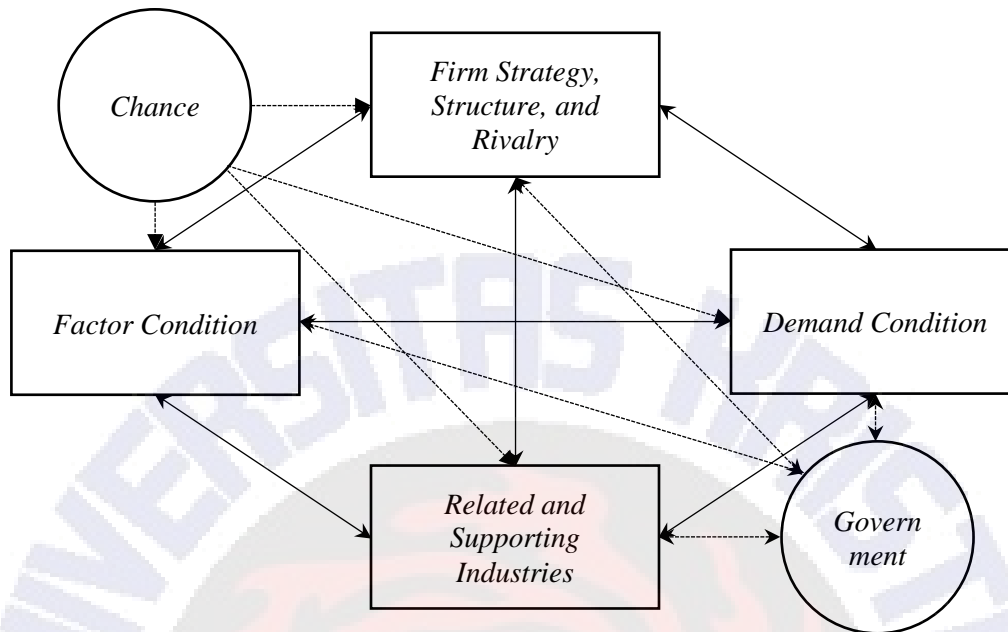
## 2. REVIEW LITERATUR

Ditjen Bea dan Cukai (2019) mendefinisikan ekspor sebagai aktivitas mengeluarkan barang dari pabean berdasarkan undang - undang yang berlaku. Sedangkan ekspor menurut Ditjen Pembangunan Ekspor Nasional (2019) adalah sebuah aktifitas untuk mengeluarkan sebuah barang dari daerah pabean Indonesia ke daerah pabean negara tujuan. Mankiw *et al.* (2014) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ekonomika Makro* juga mendeskripsikan ekspor sebagai semua jenis barang dan jasa yang dibuat di dalam negeri yang kemudian dijual ke luar negeri. Dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa ekspor merupakan kegiatan menjual barang dan jasa ke luar negeri melalui pabean berdasarkan peraturan resmi yang berlaku.

Menurut Sabaruddin (2016), pasar tradisional didefinisikan sebagai negara-negara yang selama 40 tahun secara terus menerus masuk kategori 15 besar tujuan ekspor Indonesia. Sedangkan untuk kriteria pasar non-tradisional terbagi menjadi dua yaitu: a) negara ekspor yang sudah berkembang yaitu negara – negara yang selama 10 – 39 tahun masuk sebagai 15 besar negara tujuan ekspor Indonesia; b) negara yang belum digarap yaitu negara-negara yang sama sekali tidak masuk dalam kategori di atas.

Konsep mengenai daya saing telah dikemukakan oleh beberapa ahli salah satunya oleh Michael Eugene Porter. Konsep ini didasari atas ketidakpuasan Porter terhadap teori perdagangan internasional yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Adam Smith dan David Ricardo (Smit, 2010). Hasil teorinya mengidentifikasi 4 (empat) determinan yang mempengaruhi keunggulan kompetitif sebuah negara (Porter, 1998), yaitu *factor condition*, *demand condition*, *related and supporting industries* dan *firm strategy, structure and rivalry*. *Factor condition* merupakan kedudukan sebuah negara dalam memiliki faktor produksi seperti tenaga kerja dan infrastruktur. Hal ini berkaitan dengan dengan kebutuhan berkompetisi dalam industri tertentu. *Demand condition* merupakan kondisi dari permintaan barang dan jasa pada sebuah negara. *Related and supporting industries* adalah ketersediaan sebuah negara atau industri yang menjadi distributor dan industri terkait lainnya yang mempunyai daya saing internasional dan *firm strategy, structure, and rivalry* adalah kondisi dalam sebuah negara yang mengatur tentang bagaimana perusahaan diciptakan, diatur dan dikelola, serta kondisi persaingan domestik.

**Gambar 1. Porter's Diamond Model**



Sumber: Porter (1998)

Selain itu terdapat juga dua faktor pendukung dalam teori Porter, yaitu *government* sebagai pemegang kekuasaan tertinggi memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung yang berasal dari kebijakan yang dikeluarkan dan *chance*, yaitu pengaruh daya saing kesempatan berkaitan dengan kondisi yang sifatnya di luar jangkauan pemerintah dan perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai daya saing mengungkapkan bahwa terdapat beberapa komoditas ekspor Indonesia yang mempunyai daya saing di luar negeri baik di wilayah ASEAN, ASEAN-Cina, Uni Eropa, maupun Afrika, yaitu komoditas seperti bahan makanan; ikan, udang-udangan, hewan lunak, invertebrata perairan; karet; minyak dan lemak hewan atau tumbuhan; serat *staple* buatan manusia; kertas dan kertas karton; dan kakao menjadi komoditas yang mempunyai daya saing di luar negeri (Saptanto, 2011; Nihayah, 2012; Ridhwan *et al.*, 2015; BPPKP, 2015; Amalina *et al.*, 2018). Hal berbeda dialami produk ekspor Indonesia ke Cina. Komoditas-komoditas yang di ekspor ke Cina belum memiliki daya saing walaupun produk-produk perekat dan karet keras berpotensi memiliki daya saing di pasar Cina. Dari beberapa komoditas di atas terlihat kalau Indonesia hanya bisa mengekspor produk mentah yang seharusnya bisa diolah dan menghasilkan produk turunan yang mempunyai nilai tambah lebih. Selain itu, terdapat pula masalah dalam daya saing ekspor Indonesia yang melemah akibat pengaruh tenaga kerja, tidak

tenangnya kondisi dari bisnis di Indonesia, sulitnya birokrasi mengenai kebijakan dan institusi dalam negeri, biaya produksi dan logistik yang mahal serta *market access* yang lesu.

Secara spesifik, penelitian yang dilakukan untuk melihat daya saing komoditas produk ikan yang dilakukan oleh Mufa'ah dan Hayati (2016) serta Saptanto (2011) menemukan bahwa ikan, udang-udangan, hewan lunak, invertebrata perairan; mutiara dari alam yang belum diolah; mutiara budidaya yang belum diolah; rumput laut dan alga lainnya; dan udang memiliki daya saing di luar negeri. Untuk komoditas udang sendiri memiliki daya saing yang cukup tinggi dan mengalami peningkatan kinerja yang ditandai dengan naiknya indeks daya saing jika dibandingkan dari tahun-tahun terbaru saat melakukan penelitian dengan tahun-tahun sebelumnya. Variabel – variabel yang mempengaruhi daya saing udang secara signifikan adalah pekerja, tanah, program tata kelola, jumlah produksi udang, modal, diversifikasi produk, lingkungan, sumber daya manusia, bahan dasar, benih, permintaan, harga, pesaing, standar dan kualitas.

Penelitian untuk komoditas karet yang dilakukan oleh Radityo *et al.* (2014), Rochmat *et al.* (2017) dan Sirait *et al.* (2017) menunjukkan hasil bahwa komoditas karet Indonesia mempunyai nilai yang tinggi baik secara nasional maupun internasional. Beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing dari komoditas karet yaitu harga ekspor, produksi, harga minyak mentah dan PDRB. Penelitian dengan fokus regional oleh Trianto (2015) menunjukkan bahwa komoditas batubara provinsi Sumatera Selatan dan komoditas karet di provinsi Kalimantan Selatan memiliki daya saing yang tinggi di Indonesia (Safriansyah, 2010). Sedangkan di Jawa Tengah, industri pemintalan, industri tekstil, dan industri kayu mempunyai daya saing yang tinggi (Wahyuningsih, 2015). Penelitian serupa juga dilakukan oleh Armawan dan Kesumajaya (2013) untuk komoditas kayu olahan dan Taswin *et al.* (2018) untuk komoditas sepeda motor. Komoditas kayu olahan memiliki daya saing jika dibandingkan dengan negara pesaingnya yaitu Thailand dan Malaysia. Sedangkan daya saing komoditas sepeda motor masih kalah jika dibandingkan dengan Thailand di pasar dunia. Hal ini dikarenakan produktifitas Indonesia masih kalah dengan Thailand dan pasar Indonesia yang masih terpusat pada pasar dalam negeri (Kemenperin, 2019b).