

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Nanas

Nanas (*Ananas comosus* L.) merupakan frutikultura yang tumbuh subur di daerah beriklim tropis dan subtropis. Buah ini menempati posisi ketiga terbanyak dari sisi produksi buah tropis di seluruh dunia tepat di bawah pisang dan jeruk. Nanas banyak diminati karena rasanya yang lezat dan kaya akan serat dan nutrisi seperti vitamin, kalsium, mineral, kalium (de Ancos *et al.*, 2017). Nanas juga banyak mengandung anti oksidan dan rendah kolesterol sehingga baik untuk dikonsumsi. Klasifikasi nanas digolongkan antara lain sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*

Divisi : *Tracheophyta*

Kelas : *Magnoliopsida*

Ordo : *Poales*

Famili : *Bromeliaceae*

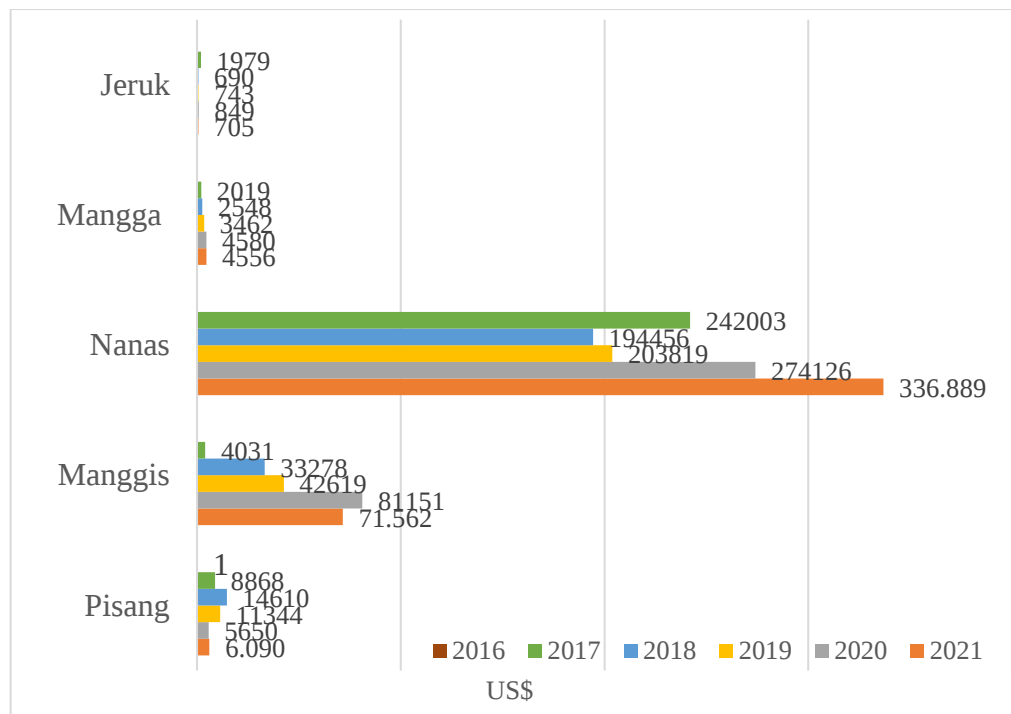
Genus : *Ananas Mill*

Spesies : *Ananas comosus* L.

(Joy & Anjana, 2016).

Indonesia sebagai negara tropis diuntungkan karena nanas dapat ditanam hampir di seluruh wilayah nusantara dengan adanya dukungan iklim yang sesuai (Kementerian Pertanian, 2016). Nanas Indonesia tidak hanya dimanfaatkan dalam mencukupi kebutuhan dalam negeri saja, namun juga dipasarkan ke pasar

internasional. Nanas banyak diminati oleh negara-negara dengan iklim non-tropis sehingga tak dapat dipungkiri perdagangan nanas dalam jumlah besar ke negara-negara Eropa dan Amerika menjadi hal yang sangat umum. Data terbaru melaporkan bahwa nilai ekspor nanas tercatat paling unggul dibandingkan buah-buahan lain (Kementerian Pertanian, 2022). Nilai ekspor buah-buahan utama Indonesia disajikan pada Ilustrasi 1.

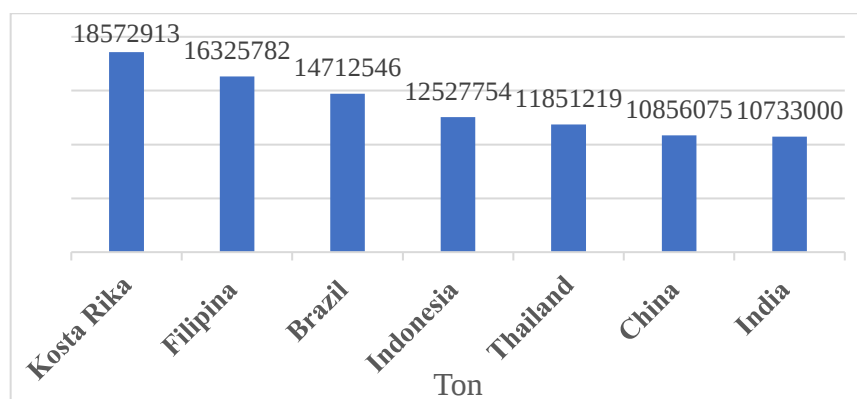


Ilustrasi 1. Buah Bernilai Ekspor Tertinggi di Indonesia tahun 2016-2021
Sumber: Kementerian Pertanian, 2022 (Diolah)

Ekspor nanas di pasar internasional digolongkan menjadi 5 jenis yaitu nanas segar atau kering (HS 080430), nanas olahan atau awetan (HS 200820), jus nanas (HS 200940), jus nanas *brix*<20 tanpa fermentasi (HS 200941), dan jus nanas *brix*>20 tanpa fermentasi (HS 200949). Indonesia tercatat melakukan ekspor hanya pada empat jenis kode nanas saja yaitu HS 080430, HS 200820, HS 200941, dan

HS 200949 (UN Comtrade, 2023). Berdasarkan data dalam negeri, ekspor nanas Indonesia digolongkan menjadi dua jenis menjadi nanas segar dan nanas hasil olahan. Nanas olahan dan nanas segar tersebut mencakup seluruh empat jenis kode ekspor nanas yang merupakan kontributor utama ekspor frutikultura tahun 2016-2021 (Kementerian Pertanian, 2022).

Nanas dapat dilihat dari sisi produksi global selain ditinjau dari sisi internal suatu negara. Produksi nanas yang besar berhasil menempatkan Indonesia pada posisi ke-empat dari negara produsen utama nanas dunia periode 2012-2022 (FAOSTAT, 2023). Posisi Indonesia berhasil mengungguli Thailand, China, dan India, serta berada di bawah Kosta Rika, Filipina, dan Brazil sebagai negara tiga teratas. Peringkat negara-negara ini cukup sengit karena persaingan ketat di antara negara produsen nanas dunia. Indonesia juga dipandang merupakan negara kontributor penghasil nanas terbesar di kawasan Asia Tenggara yang menyumbang 23% produksi nanas di kumpulan negara ASEAN tersebut (Alfian & Elinur, 2022). Posisi Indonesia sebagai salah satu negara produsen nanas terbesar dunia tersebut ditunjukkan oleh Ilustrasi 2.



Ilustrasi 2. Negara Produsen Utama Nanas Dunia Periode 2016-2022
Sumber: FAOSTAT, 2023

Ekspor nanas Indonesia disalurkan ke berbagai negara tujuan ekspor. Negara-negara yang menjadi tujuan utama ekspor nanas Indonesia secara keseluruhan antara lain Amerika Serikat, Belanda, Spanyol, Jerman, dan Jepang (UN Comtrade, 2023). Posisi Indonesia cukup diuntungkan karena dapat mengekspor komoditas nanas ke negara-negara maju yaitu Amerika dan beberapa negara Uni Eropa. Pencapaian ekspor nanas Indonesia ini juga memberikan tantangan untuk dapat bersaing dengan negara-negara produsen lain dalam memperebutkan pasar di negara tujuan. Persaingan makin sulit dengan negara tujuan nanas Indonesia yaitu Amerika Serikat dan Uni Eropa yang merupakan negara dengan jumlah dan nilai impor nanas terbesar di dunia (UN Comtrade, 2023).

2.2. Ekspor

Ekspor merupakan kegiatan yang tidak dapat terlepas dari suatu negara karena memiliki pengaruh pada perekonomian negara. Ekspor dalam perdagangan internasional dilakukan untuk memenuhi kebutuhan negara baik bagi negara importir maupun eksportir (Sari, 2019). Negara melakukan ekspor apabila terjadi kelebihan pada produksi komoditas tertentu di pasar domestik. Ekspor suatu negara pada suatu barang dipengaruhi oleh keunggulan komparatifnya dan mengimpor barang yang tidak berkeunggulan komparatif karena biaya justru lebih besar jika dihasilkan sendiri (Suharjon *et al.*, 2017).

Aktivitas ekspor melibatkan adanya hubungan dan pembayaran antarkedua negara yang berbeda. Perbedaan alat pembayaran kedua negara mengakibatkan pelaksanaan aktivitas ekspor menjadi lebih kompleks sehingga diperlukan alat

pembayaran internasional berupa devisa. Ekspor dapat memberikan devisa bagi negara untuk membiayai pembangunan sektor ekonomi dan impor barang-barang dari luar, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan membuka lapangan kerja (Satriana *et al.*, 2016). Ekspor merupakan aktivitas perdagangan internasional di samping impor yang kemudian memunculkan devisa, nilai ekspor, dan nilai impor. Tingginya nilai ekspor dibanding dengan nilai impor akan membuat negara mengalami surplus neraca perdagangan, sebaliknya jika nilai impor lebih besar daripada nilai ekspor maka negara mengalami defisit (Sari, 2019).

2.3. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional terjadi karena adanya kekurangan dan kelebihan dalam menghasilkan suatu barang karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki suatu negara. Kelebihan dan kekurangan tersebut menimbulkan adanya ketergantungan pada negara lain karena produksi dalam negeri tidak mampu mencukupi kebutuhan dan permintaan akan konsumsi suatu barang (Zainal *et al.*, 2021). Aktivitas perdagangan internasional juga dilakukan untuk mencapai keuntungan dari spesialisasi. Negara akan lebih efisien memproduksi barang (skala ekonomis) apabila fokus pada produksi tertentu karena adanya dukungan yang memadai daripada memproduksi jenis barang yang banyak (Salvatore, 2012). Negara-negara dapat saling membantu memenuhi kebutuhan antarsatu sama lain dengan aktivitas ekspor dan impor.

Perdagangan internasional berangkat dari teori keunggulan mutlak yang berasal dari tokoh ekonomi klasik, Adam Smith, yang mengemukakan bahwa

perdagangan internasional timbul karena negara-negara memiliki keunggulan mutlaknya masing-masing. Adam Smith dengan teorinya meyakini bahwa negara berkeunggulan mutlak terjadi apabila produksi akan suatu barangnya dengan lebih efisien (banyak) dibandingkan negara lain karena dukungan sumber daya alamiahnya (Tambunan, 2000). Negara yang memiliki keunggulan mutlak pada barang A akan melakukan ekspor ke negara yang lemah pada produksi barang A. Negara yang tidak memiliki keunggulan mutlak pada barang B akan mengimpor barang B dari negara yang memiliki keunggulan mutlak pada barang B (Sari, 2019).

David Ricardo kemudian muncul dengan teori baru dalam bukunya *The Principles of Political Economy and Taxation* tahun 1817 dengan keunggulan komparatif yang dianggap sebagai penyempurna keunggulan mutlak. David Ricardo berpendapat bahwa negara dapat melakukan spesialisasi produk tertentu dengan memanfaatkan faktor produksi yang dimiliki secara intensif meskipun tidak memiliki keunggulan secara mutlak (Rinaldy *et al.*, 2018). Negara yang unggul secara komparatif adalah negara yang dapat menghasilkan barang dengan biaya produksi lebih rendah (efisien) daripada negara lain yang menghasilkan produk serupa. Teori keunggulan komparatif berpegang pada asumsi antara lain perdagangan dua negara dan dua komoditas, perdagangan bebas, faktor produksi tidak *mobile* antarnegara satu dengan yang lain, biaya produksi tetap (skala produksi dianggap tetap), biaya transportasi, tidak ada perubahan teknis, dan *labor theory of value* (Salvatore, 2012).

Teori keunggulan kompetitif kemudian muncul dari seorang tokoh bernama Porter yang tercetus pada tahun 1990. Keunggulan kompetitif diperoleh jika negara

memiliki kinerja lebih tinggi daripada negara lain dalam persaingan pasar. Porter mengemukakan bahwa pemerintah memiliki peran penting dalam perdagangan internasional, di samping peran sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki (Ibrahim & Halkam, 2021). Teori ini meyakini bahwa keunggulan suatu negara tidak hanya ditentukan oleh kelebihan alamiah namun juga didasarkan pada empat atribut lain yang dikenal dengan nama *The Porter's Diamond* atau Berlian Porter. Model Berlian Porter terdiri dari empat faktor yang terdiri dari keadaan faktor produksi, keadaan permintaan, industri pendukung dan industri yang terkait, struktur, persaingan, dan strategi perusahaan (Porter, 1990).

2.4. Analisis Daya Saing

Kebijakan pasar bebas menyebabkan peluang untuk dapat terlibat di pasar global menjadi lebih besar. Pasar yang terbuka lebar bagi siapa saja justru menyebabkan persaingan produk lokal juga semakin ketat melawan produk negara lain di pasar Internasional (Rachmaningtyas *et al.*, 2021). Kebijakan ini menyebabkan pasar Indonesia bebas dimasuki produk dan komoditas dari luar negeri sehingga menjadi ancaman bagi produk-produk lokal untuk bersaing di negaranya sendiri. Persaingan perdagangan internasional ini juga menjadikan produk lokal semakin sulit menembus pasar karena adanya peningkatan jumlah produsen dan pengeksportir yang sama-sama memperebutkan pasar dalam negeri (Baso & Anindita, 2018).

Daya saing produk tertentu di perdagangan internasional terkait dengan bagaimana posisi suatu negara dipandang dari kancah perdagangan global. Daya

saing komparatif komoditas suatu negara sudah cukup dinilai dengan kinerja ekspornya karena akan terlalu sulit untuk memotret efisiensi faktor produksi tiap negara (Balassa, 1965; Rosatto, 2018). Analisis yang dapat digunakan untuk mencerminkan daya saing komparatif komoditas suatu negara dilakukan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA). Metode analisis RCA berfungsi untuk menganalisis daya saing komoditas suatu negara berdasarkan kinerja ekspor yang dilakukan ke pasar global (Pradipta & Firdaus, 2014).

Metode RCA merupakan indikator yang tepat dalam mengukur keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif yang mulanya terjadi karena melimpahnya faktor produksi sumber daya alam, dan tenaga kerja yang mumpuni kini mulai berubah. Negara-negara dapat memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan daya saing komparatifnya meski sumber daya sebenarnya tidak melimpah. Perubahan kondisi daya saing komparatif ini dapat dipotret dengan RCA (Tambunan, 2000). Hasil dari RCA menunjukkan daya saing dengan membandingkan ekspor produk suatu negara terhadap ekspor global. Penelitian ini menggunakan RSCA untuk menghitung dan membandingkan daya saing ekspor nanas antarnegara. Analisis RSCA lebih relevan digunakan sebagai perbandingan daya saing antarnegara dan dapat melengkapi kekurangan RCA yang nilainya tak terbatas (Untoro *et al.*, 2021).

Daya saing suatu negara selain ditinjau dari sisi komparatif, juga dapat ditinjau dari sisi kompetitifnya. Kinerja ekspor ditentukan berdasarkan pertumbuhan laju ekspor suatu negara dan peningkatan pangsa pasar karena mutu yang baik, pencapaian skala ekonomis, teknologi, biaya input, dan adanya

diferensiasi produk (Manalu *et al.*, 2022). Pengukuran daya saing atau keunggulan ekspor suatu negara juga dapat dinilai dari posisi pasar yang dimilikinya. Analisis yang dapat digunakan antara lain metode *Export Product Dynamic* (EPD) untuk mengetahui daya saing kompetitif dan pertumbuhan ekspor nanas Indonesia di negara tujuan ekspor (Zainal *et al.*, 2021). Variabel-variabel yang diukur dalam analisis daya saing menggunakan RSCA dan EPD antara lain:

2.4.1 Kinerja Ekspor

Pengukuran daya saing komoditas suatu negara menggunakan analisis RSCA dilakukan dengan mengukur variabel kinerja ekspor suatu komoditas. Indeks hasil nilai RCA yang kemudian disempurnakan dengan RSCA dapat menggambarkan seperti apa dinamika daya saing perdagangan internasional suatu negara di pasar internasional (Rahmah *et al.*, 2021). Pengukuran kinerja ekspor dapat dilakukan dengan nilai atau volume ekspor dari suatu komoditas tertentu dari suatu negara. Kinerja ekspor suatu komoditas dianalisis dengan cara melakukan evaluasi terhadap peran keseluruhan ekspor komoditas tertentu yang kemudian dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan internasional (Kusuma & Firdaus, 2015).

2.4.2 Performa Produk

Performa produk diukur menggunakan EPD untuk menganalisis daya saing kompetitif suatu negara. Daya saing kompetitif diukur dengan performa produk dari dinamisitas produk dalam perdagangan internasional (Abdat *et al.*, 2022). EPD

mengukur daya saing kompetitif dengan dua indikator yaitu kekuatan bisnis dan daya tarik pasar. Kekuatan bisnis digunakan untuk mengukur daya saing berdasarkan *market share* suatu negara pada pangsa pasar tertentu. Daya tarik pasar digunakan untuk mengukur daya saing berdasarkan pertumbuhan tingkat permintaan suatu komoditas di kancah perdagangan global (Zainal *et al.*, 2021).

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan rujukan dan referensi dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diambil. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian ini antara lain disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Metode	Hasil
Safitri & Kartiasih (2019)	• <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) • <i>Trade Specialization Index</i> (ISP), • <i>Intra-Industry Trade</i> (IIT) • Regresi data panel.	Nanas Indonesia dapat mengungguli Thailand di negara tujuan Singapura dan Argentina.
Zainal, <i>et al.</i> (2021)	• <i>Export Product Dynamic</i> (EPD) • Regresi data panel	Posisi ekspor nanas Indonesia 2013–2018 di negara tujuan negara Bahrain, Kuwait, Qatar, menempati posisi <i>rising star</i> , di Uni Emirat Arab menempati posisi <i>falling star</i> , serta di negara Jepang dan Singapura menempati posisi <i>retreat</i> .
Untoro <i>et al.</i> (2021)	• <i>Revealed Symmetric Comparative Advantage</i> (RSCA)	Nanas kaleng Indonesia memiliki daya saing komparatif di Uni Eropa

	• <i>Export Product Dynamic (EPD)</i>	setara dengan Filipina namun kurang dari Thailand. Posisi pasar nanas Indonesia mayoritas berada pada posisi <i>falling star</i>.
Kusuma & Firdaus (2015)	• <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i> • <i>Export Product Dynamic (EPD)</i> • <i>Gravity Model</i>	Komoditas sayuran Indonesia yaitu tomat, kubis, dan cabai memiliki keunggulan komparatif sementara kentang dan bawang merah tidak. Kentang, tomat, dan kubis berada pada posisi <i>rising star</i>. Bawang merah dan cabai berada pada posisi <i>falling star</i>.
