

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pati Sagu

Sagu (*Metroxylon spp.*) merupakan tanaman yang tumbuh di daerah rawa-rawa dengan Indonesia dan Papua Nugini sebagai produsen utama. Indonesia memiliki sekitar 20,1 juta hektar lahan gambut tropika yang merupakan habitat sagu (Suharno, 2018). Penyebaran perkebunan sagu di Indonesia sebagian besar berada di Papua, Papua Barat, Maluku, Maluku Utara, serta Riau. Sagu merupakan tanaman dari keluarga palma yang menghasilkan pati dan menempati posisi keempat dalam produksi pati global setelah tiga komoditas utama, yaitu ubi kayu, ubi jalar, dan jagung. Produksi pati sagu kering memerlukan biaya yang rendah namun mampu menghasilkan produktivitas hingga 25 ton/ha/tahun, angka ini jauh melampaui pati ubi kayu (1,5 ton/ha/tahun) dan pati jagung (5,5 ton/ha/tahun) (Setiarto, 2020).

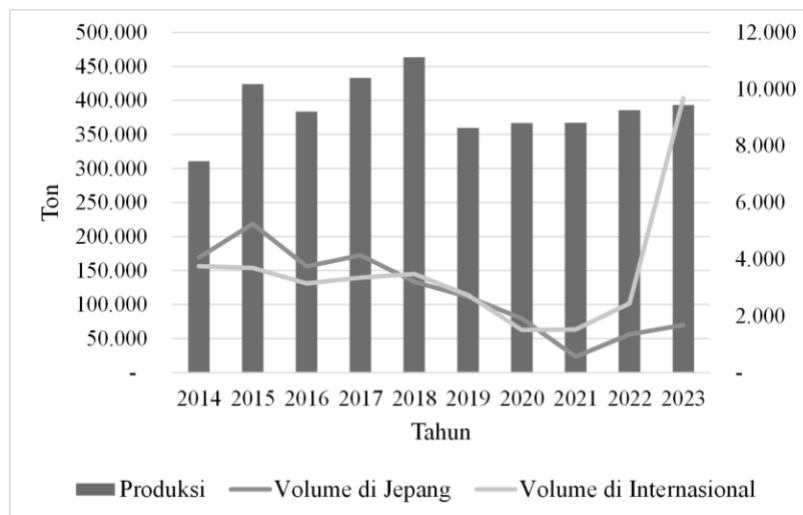
Pati sagu yang diekstrak dari empulur batang pohon sagu menyimpan potensi besar, mulai dari fungsi dasarnya sebagai bahan perekat hingga berbagai turunan produk bernilai tambah. Sektor energi memanfaatkan pati sagu yang dikonversi menjadi alkohol untuk bahan bakar kendaraan, spirtus, dan komponen lilin penerangan. Material ini juga dimanfaatkan sebagai pakan ternak, *filler* plastik, serta diolah menjadi protein sel tunggal, dekstrin, dan siklodekstrin yang banyak diaplikasikan dalam industri pangan, kosmetik, farmasi dan medis, hingga pestisida (Tingginehe, *et al.*, 2024). Pati sagu mulai banyak dicari sebagai alternatif

pengganti gandum selama sembilan tahun terakhir karena keunggulannya yang bebas gluten. Hal ini sejalan dengan adanya tren perubahan konsumsi ke bahan pangan bebas gluten. Pati sagu juga ideal untuk penderita diabetes karena memiliki Indeks Glikemik yang lebih rendah (GI 65) dibanding pati kentang (GI 85) atau tepung beras (Suryanto, *et al.*, 2024).

Penggunaan domestik pati sagu yang rendah, produksi yang melimpah, serta berbagai keunggulannya menjadikan pati sagu Indonesia sebagai salah satu komoditas ekspor perkebunan yang memiliki nilai potensial. Indonesia telah mengekspor pati sagu sejak tahun 1936, namun baru mendapatkan perhatian dalam laporan di pasar pati dunia sejak sepuluh tahun terakhir. Ekspor pati sagu Indonesia menggunakan kode HS 110819 (*starch (excl. wheat, maize, potato, and manioc)*). Indonesia telah mengekspor pati sagu ke berbagai negara dengan permintaan yang tinggi seperti Jepang, Republik Korea, China, dan Singapura dengan Jepang sebagai pasar utama (Ditjenbun, 2023). Volume ekspor pati sagu Indonesia baik di pasar internasional maupun di pasar Jepang selama sepuluh tahun terakhir masih relatif berfluktuasi setiap tahunnya.

Berdasarkan Ilustrasi 1 dapat dilihat bahwa volume ekspor pati sagu Indonesia sangat rendah dan lebih banyak mengalami penurunan bila dibandingkan dengan produksinya. Produksi sagu memiliki tren pertumbuhan yang positif dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 2,34% per tahun (Ditjenbun, 2023). Berbeda dengan produksinya, volume ekspor pati sagu Indonesia justru mengalami penurunan sepanjang 2014-2021 kemudian mampu meningkat kembali pada 2021-2023. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa sebenarnya Indonesia masih

memiliki potensi daya saing jika diikuti dengan adanya upaya pengembangan volume ekspor. Kondisi melimpahnya perkebunan sagu di Indonesia dan meningkatnya permintaan pati sagu dunia juga dapat menjadi pendukung dalam upaya pengembangan tersebut.



Ilustrasi 1. Produksi dan Volume Ekspor Pati Sagu Indonesia di Pasar Internasional dan Pasar Jepang (Sumber: Trade Map, 2023)

2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua atau lebih negara yang memiliki hubungan perdagangan sesuai dengan kesepakatan negara-negara tersebut (Yudha dan Rizkika, 2023). Terdapat dua jenis kegiatan yang dalam perdagangan internasional, yaitu ekspor dan impor. Ekspor merupakan aktivitas perdagangan internasional yang melibatkan penjualan komoditas domestik ke negara lain sesuai dengan regulasi yang berlaku, dengan tujuan memperoleh pembayaran dalam bentuk mata uang asing. Di sisi lain, impor didefinisikan sebagai proses pembelian dan pengiriman barang dari luar negeri ke

dalam wilayah suatu negara untuk memenuhi kebutuhan ekonomi domestik (Siwiyanti, *et al.*, 2024). Menurut teori yang diungkapkan oleh Krugman menyatakan bahwa alasan utama dilakukannya perdagangan internasional yaitu yang pertama karena adanya perbedaan kepemilikan faktor (*factor endowment*) antarnegara. Kedua, suatu negara terlibat perdagangan internasional agar mencapai skala ekonomis (*economies of scale*) dalam produksi. Perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama pendorong pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di banyak negara (Jumawan, *et al.*, 2024).

Perdagangan internasional terjadi karena adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki setiap negara, sehingga negara perlu melakukan perdagangan ekonomi dengan negara lain untuk memenuhi kebutuhannya. Perdagangan internasional dapat diawali dengan negara yang tidak dapat memproduksi suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya sehingga harus membeli dari negara lain, serta negara lain yang menawarkan produk unggulannya yang banyak dicari negara importir. Perdagangan internasional pada prinsipnya terjadi akibat perbedaan kondisi permintaan dan penawaran antarnegara. Jika ditinjau dari teori penawaran dan permintaan, keadaan tersebut sama dengan kelebihan produksi dalam negeri dan *overdemand* di negara lain (Anggraini, *et al.*, 2021). Atas keadaan tersebut maka perdagangan internasional mutlak dilakukan oleh setiap negara di dunia. Secara konsep perdagangan internasional dilakukan dalam kegiatan ekspor dan impor (Rinaldy, *et al.*, 2018). Kondisi suatu negara yang kelebihan produksi akan cenderung melakukan ekspor, sebaliknya kekurangan/tidak dapat memproduksi suatu barang akan cenderung melakukan impor. Fokus produksi pada komoditas

tertentu akan menghasilkan manfaat perdagangan dan keuntungan ekonomi bagi negara-negara yang terlibat dalam perdagangan internasional.

2.3. Daya Saing

Daya saing merujuk pada tingkat produktivitas suatu entitas yang diukur melalui *output* yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Porter, 1990). *Institut of Management Development* (IMD) mendefinisikan daya saing sebagai kapasitas suatu negara dalam menciptakan nilai tambah produk guna meningkatkan kekayaan nasional melalui pengelolaan aset dan proses secara efektif. Daya saing merupakan salah satu tindakan yang dapat dilakukan oleh suatu negara terhadap barang ekspornya agar dapat bersaing dan bertahan di pasar internasional. Daya saing dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam pengembangan ekspor yang mendorong peningkatan aktivitas perdagangan ekspor di pasar internasional. Peningkatan daya saing produk suatu negara harus terus dilakukan seiring bertumbuh dan berkembangnya perdagangan internasional terutama dalam kegiatan ekspor dan impor (Permatasari dan Rustariyuni, 2015). Suatu produk dapat dikatakan memiliki daya saing jika banyak diminati oleh negara importir dan mampu bertahan di pasar internasional.

Daya saing dalam perdagangan internasional tidak lepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi, yakni kondisi perdagangan yang mendukung, keunggulan komparatif (bersifat alamiah) dan keunggulan kompetitif (dapat diciptakan) (Ibrahim dan Halkam, 2021). Hal ini dikarenakan keunggulan daya saing produk suatu negara dinilai berdasarkan keunggulan tersebut. Keunggulan komparatif dan

kompetitif tidak selalu terjadi secara simultan. Beberapa kasus menyatakan bahwa keduanya justru menunjukkan hubungan terbalik. Suatu negara mungkin memiliki keunggulan komparatif tanpa disertai keunggulan kompetitif, begitupula sebaliknya. Dalam perspektif permintaan, daya saing suatu komoditas mensyaratkan kesesuaian karakteristik produk dengan preferensi dan persyaratan konsumen (*attribute-demand matching*). Dari sisi penawaran, kompetitivitas mengacu pada kapasitas produsen dalam memenuhi permintaan pasar secara optimal melalui efisiensi produksi dan distribusi (*supply-side efficiency*).

Dalam konteks globalisasi, daya saing produk menjadi faktor kritis melebihi aspek kuantitas komoditas semata. Daya saing nasional secara signifikan berkorelasi dengan kinerja ekspor suatu negara. Tingkat daya saing yang tinggi memungkinkan suatu negara menawarkan komoditas dengan harga lebih kompetitif atau kualitas superior dibandingkan pesaing globalnya, sehingga berdampak positif pada peningkatan baik nilai maupun volume ekspor. Penguatan daya saing melalui peningkatan kualitas dan efisiensi harga tidak hanya memperluas akses pasar global tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Penerimaan positif suatu komoditas di pasar internasional secara langsung berimplikasi pada peningkatan performa ekspor secara kuantitatif dan kualitatif.

2.3.1. Teori Keunggulan Komparatif

Berdasarkan teori keunggulan komparatif, keunggulan ini muncul karena perbedaan teknologi yang menyebabkan perbedaan produktivitas antar negara (Anggraini, *et al.*, 2021). Adanya perbedaan ini menyebabkan terjadinya

perdagangan internasional. Keunggulan komparatif akan muncul jika suatu negara dapat memproduksi barang dengan skala besar namun dengan biaya yang rendah. Dijelaskan dalam teori keunggulan komparatif bahwa suatu negara dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya ketika melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang dan jasa dengan tingkat produktivitas dan efisiensi tinggi. Teori ini juga menjelaskan bahwa perdagangan internasional dapat menguntungkan negara yang terlibat meskipun hanya salah satu negara saja yang memiliki keunggulan komparatif.

Keunggulan komparatif berperan sebagai determinan utama dalam membentuk arus perdagangan internasional. Secara teoritis, negara yang memiliki keunggulan komparatif pada produk tertentu akan cenderung mengekspor komoditas tersebut. Namun demikian, perlu dikembangkan dengan eksplorasi mendalam terhadap berbagai variabel struktural yang membentuk keunggulan komparatif suatu negara. Menurut Simatupang (1991), terdapat tiga determinan utama yang mempengaruhi:

1. Variasi Faktor Produksi (*Factor Endowment*) : Ketimpangan dalam ketersediaan dan komposisi faktor produksi (alam, tenaga kerja, modal) antar negara menciptakan perbedaan komparatif.
2. Skala Ekonomi (*Economies of Scale*) : Efisiensi biaya produksi yang diperoleh melalui peningkatan skala *output* pada industri tertentu, dimana biaya rata-rata menurun seiring dengan peningkatan volume produksi.
3. Diferensiasi Teknologi : Perbedaan pola dan kecepatan inovasi teknologi antar negara yang mempengaruhi produktivitas dan daya saing relatif.

2.3.2. Teori Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif menjelaskan bahwa keunggulan ini merupakan kemampuan yang dimiliki oleh setiap negara untuk dapat bertahan dan bersaing di pasar internasional. Pada kondisi alami, keunggulan kompetitif tidak perlu dijadikan penghambat atau rintangan sebab keunggulan ini pada dasarnya dapat diperjuangkan dan dikompetisikan dengan usaha atau kemampuan. Porter menjelaskan dalam teorinya bahwa negara yang memiliki tingkat persaingan yang besar antar perusahaan domestik akan membentuk keunggulan kompetitif pada suatu negara.

Porter (1990) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif nasional (*Competitive Advantage of Nations*) merupakan prasyarat fundamental bagi suatu negara untuk berpartisipasi efektif dalam persaingan global. Teori ini mengkritisi keterbatasan konsep keunggulan komparatif dalam ekonomi klasik yang dinilai tidak lagi memadai dalam konteks persaingan internasional kontemporer. Menurut kerangka analisis Porter, keunggulan daya saing suatu negara justru bersumber pada kapasitas perusahaan-perusahaannya dalam menciptakan nilai kompetitif. Untuk menjelaskan fenomena ini, Porter mengembangkan model berlian (*Diamond Model*) yang terdiri atas empat determinan utama: (1) kondisi faktor produksi, (2) karakteristik permintaan domestik, (3) keberadaan industri pendukung terkait, serta (4) konteks strategi, struktur organisasi, dan intensitas persaingan perusahaan. Keempat atribut dalam model Porter tersebut saling terkait dan membentuk sistem yang terintegrasi, sehingga Porter merepresentasikannya dalam bentuk diagram

berlian yang kemudian dikenal sebagai Konsep Berlian Porter (Porter's *Diamond Model*).

Faktor kondisi produksi, yang mencerminkan ketersediaan sumber daya strategis seperti tenaga kerja terampil dan infrastruktur mutakhir, merupakan determinan kunci daya saing industri suatu negara. Negara-negara berkembang umumnya menghadapi tantangan struktural berupa ketergantungan berlebihan pada tenaga kerja tidak terampil dengan remunerasi rendah, defisit modal, serta ketergantungan teknologi impor. Keterbatasan dalam pengembangan infrastruktur dasar, sistem keuangan, dan institusi pendidikan turut berkontribusi pada rendahnya tingkat produktivitas nasional. Optimalisasi alokasi faktor produksi dapat berfungsi sebagai katalisator pembangunan ekonomi berkelanjutan bagi negara berkembang melalui spesialisasi industri tertentu.

Karakteristik permintaan domestik, yang mencerminkan pola konsumsi barang dan jasa suatu industri, menunjukkan profil yang khas di negara berkembang. Ciri utamanya meliputi: dominasi produk terdiferensiasi sebagai komoditas ekspor primer, preferensi konsumen lokal relatif sederhana dengan keterbatasan informasi produk dan berfokus pada faktor harga, ketergantungan pada desain produk impor atau lisensi asing, standar kualitas produk yang belum berkembang, serta tingkat permintaan domestik yang tinggi namun belum diimbangi dengan kecanggihan permintaan (Sarwono dan Pratama, 2014).

Daya saing suatu industri inti secara signifikan dipengaruhi oleh kompetitifitas industri pendukung dan sektor terkait di tingkat global (Porter, 1990). Industri hulu yang berdaya saing internasional mampu menyediakan bahan baku

bagi industri utama dengan berbagai keunggulan, meliputi harga yang kompetitif, kualitas superior, layanan yang responsif, ketepatan waktu pengiriman, serta kapasitas produksi yang sesuai permintaan. Demikian pula industri hilir yang mengonsumsi output industri utama sebagai input produksinya. Ketika industri hilir mencapai daya saing global, hal ini akan menciptakan efek *spillover* dengan mendorong industri hulu untuk meningkatkan standar kompetisinya ke tingkat internasional.

2.4. Pengukuran RCA, ECI, dan CMS

Tingkat daya saing suatu negara dapat dianalisis melalui dua perspektif teoritis utama, yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Dua keunggulan ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa pilihan metode, seperti *Revealed Comparative Advantages* (RCA) dan *Export Competitiveness Index* (ECI). Tampubolon (2020) menjelaskan bahwa Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) Balassa merupakan alat analisis keunggulan komparatif dengan membandingkan proporsi ekspor sektor tertentu suatu negara terhadap total ekspor nasional dan global. Indeks ini berguna untuk memetakan posisi relatif Indonesia di antara produsen utama dan mengukur daya saing internasional, sekaligus menjadi instrumen kunci dalam studi perdagangan untuk menilai performa ekspor. RCA mampu menangkap keunggulan komoditas secara dinamis berdasarkan perubahan produktivitas dan faktor produksi, metode ini memiliki keterbatasan seperti asumsi persaingan sempurna dan produk homogen, pengabaian terhadap permintaan domestik, serta ketidakmampuan mengukur pengaruh skala pasar lokal.

Export Competitiveness Index (ECI) merupakan alat analisis untuk mengukur daya saing ekspor berdasarkan keunggulan kompetitif suatu produk. Metodologi ini membandingkan pangsa ekspor komoditas spesifik suatu negara dalam periode waktu tertentu (t) terhadap periode sebelumnya ($t-1$) (Harniati dan Jamil, 2020). Secara matematis, ECI dihitung melalui perbandingan antara pertumbuhan ekspor komoditas suatu negara dengan pertumbuhan ekspor komoditas yang sama di pasar global. Hasil perhitungan ECI mengindikasikan tren pertumbuhan ekspor, baik peningkatan maupun penurunan. Indeks ini berfungsi sebagai indikator kemampuan relatif suatu komoditas dalam menghadapi persaingan global dibandingkan dengan negara-negara pesaing utama (Lindung dan Jamil, 2018).

Analisis *Constant Market Share* (CMS) merupakan metode untuk mengevaluasi dinamika ekspor suatu negara dengan membandingkan pertumbuhannya terhadap tren global (Ahmadi-Esfahani, 2006). Metode CMS berasumsi bahwa pertumbuhan ekspor idealnya mengikuti rata-rata pertumbuhan standar dunia, dengan deviasi yang dapat disebabkan oleh spesialisasi komoditas berdaya tumbuh tinggi atau rendah, fokus pasar yang stagnan, atau ketidakmampuan bersaing di negara tujuan. CMS mengukur pengaruh empat faktor utama, yaitu pertumbuhan standar global, efek komposisi komoditas, efek distribusi pasar, dan efek daya saing (meliputi harga dan kualitas). Keunggulan CMS terletak pada kemampuannya mengidentifikasi faktor dominan pertumbuhan ekspor dalam periode tertentu. Kelemahan CMS yaitu keterbatasannya dalam menangkap perubahan daya saing antarwaktu.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu sumber referensi yang akan digunakan dalam penelitian. Berikut penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Daya Saing dan Potensi Pengembangan Ekspor Pati Sagu Indonesia (Rivai, <i>et al.</i> , 2021)	Analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis RCA, EPD, dan <i>X-Model Potential Export Products</i>	Analisis RCA dan EPD menunjukkan bahwa pati sagu Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional. Berdasarkan <i>X-Model</i> , pasar ekspor dikelompokkan menjadi prospek tinggi (Filipina, China, Sri Lanka), prospek menengah (Jepang, Malaysia, Australia, AS, Thailand, Hongkong), dan prospek rendah (Singapura).
2.	Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar Amerika Serikat (Nafsani, 2023)	Analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis RCA dan CMSA	Indonesia dan Vietnam sama-sama memiliki keunggulan komparatif di berbagai jenis kopi. Analisis CMSA mengkonfirmasi daya saing positif kopi Indonesia dengan peningkatan pangsa pasar pada 2016 – 2018.
3.	Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Teh Indonesia dan Vietnam Serta Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Teh Indonesia (Ratnasari, <i>et al.</i> , 2020)	Analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis RCA, DRCA, dan Regresi Linear Berganda	Teh Indonesia memiliki daya saing ($RCA > 1$), tetapi masih kalah dibandingkan Vietnam yang nilai DRCA-nya lebih tinggi dan stabil ($DRCA > 1$). Daya saing teh Indonesia terus menurun, tercermin dari penurunan nilai RCA dan DRCA, sementara harga dan volume ekspor terbukti signifikan memengaruhi daya saing.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat persamaan yang menjadi dasar referensi peneliti, yaitu pada penelitian Rivai, *et al.* (2021) sama-sama mengenai topik daya saing komoditas pati sagu Indonesia di semua tujuan ekspor. Penelitian Nafsani (2023) dan Ratnasari, *et al.* (2020) juga memiliki persamaan di topik penelitian ini, yaitu komparasi daya saing ekspor dua negara. Atas dasar referensi tersebut, peneliti ingin melakukan keterbaruan dengan fokus pada komparasi daya saing ekspor pati sagu Indonesia dan Malaysia, sebagai kompetitor dan produsen utama, di pasar ekspor yang dominan yaitu Jepang. Disamping menggunakan RCA, ECI, dan CMS, penelitian ini akan menggunakan pendekatan Porter's Diamond untuk mengungkap serta membahas faktor determinan daya saing yang bersifat dinamis.