

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Karet

Tanaman karet (*Hevea brasiliensis*) adalah tanaman yang dapat menghasilkan getah dengan ciri yaitu bentuk pohon tumbuh tinggi, berbatang cukup besar, tinggi pohon dewasa dapat mencapai 15 – 25 m, kuat, berdaun lebat, dan dapat mencapai umur 100 tahun. Klasifikasi botani tanaman karet yaitu sebagai berikut;

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Subkingdom	: <i>Tracheobionta</i>
Super Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Sub Kelas	: <i>Rosidae</i>
Ordo	: <i>Euphorbiales</i>
Famili	: <i>Euphorbiaceae</i>
Genus	: <i>Hevea</i>
Spesies	: <i>Hevea brasiliensis</i>

Tanaman karet (*Hevea brasiliensis*) termasuk kedalam tanaman tropis yang mengeluarkan getah dari jaringan tanamannya ketika terbuka. Tanaman karet dapat diambil getahnya untuk pertama kali pada tahun kelima sehingga tanaman ini juga

termasuk sebagai tanaman tahunan, yaitu tanaman yang pada umumnya berumur lebih dari satu tahun dan pengambilan hasilnya dilakukan lebih dari satu kali dan tidak dibongkar sekali panen (Syahputra dan Affdani, 2020). Tanaman karet tumbuh pada iklim tropis dengan curah hujan yang tinggi yaitu sekitar 2.500 – 4000 mm/tahun yang terbagi dalam 100–150 hari hujan, memiliki suhu udara yang cukup sekitar 25-30 °C, dan dapat tumbuh optimal di dataran rendah yaitu pada ketinggian sampai 200 meter dpl (Rukmana, 2018).

Tanaman karet menghasilkan getah (lateks) yang nantinya diproses melalui pengentalan sehingga dapat disebut sebagai karet alam (Sipayung dan Eddyanto, 2022). Karet alam memiliki kelebihan yaitu daya lenting dan elastisitas yang tinggi, plastisitas yang baik sehingga dapat diolah dengan mudah, daya aus yang tinggi, tidak mudah panas (*low heat build up*), dan memiliki daya tahan tinggi terhadap keretakan (*groove cracking resistance*). Prinsip pengolahan karet alam terdiri dari persiapan alat, pengangkutan, penerimaan, pembekuan, penggilingan, pemasakan, sortasi, pengemasan, pengepakan, dan penyimpanan (Endy, 2023) . Karet alam sering digunakan sebagai bahan baku alat kebutuhan sehari-hari, salah satunya yaitu ban. Industri ban sangat berketergantungan dengan karet alam sebagai bahan baku pembuatan ban. Hasil dari karet alam dibedakan menjadi dua wujud yaitu wujud primer dan wujud manufaktur. Wujud primer yaitu berbentuk lateks, *slab lump* dan *cup lump* sedangkan wujud manufaktur yaitu berbentuk *Ribbed Smoked Sheet* (RSS), *Technically Specified Natural Rubber* (TSNR), dan lainnya yang tidak termasuk RSS serta TSNR.

2.2 *Technically Specified Natural Rubber (TSNR)*

Technically Specified Natural Rubber (TSNR) merupakan karet olahan yang umumnya digunakan sebagai bahan baku untuk kebutuhan sektor industri (Hertina *et al.*, 2021). TSNR umumnya digunakan sebagai bahan baku pembuatan pada produk otomotif (ban, *seal*, *bushing*), produk rumah tangga, dan produk alat kesehatan (sarung tangan). Produksi TSNR yaitu melalui proses penggilingan, pencampuran, dan pengeringan lateks karet alam sehingga nantinya menghasilkan *crumb rubber* yang dikemas dalam bentuk bal. Keunggulan yang dimiliki oleh TSNR yaitu spesifikasi teknis yang jelas dan sesuai dengan standar internasional (ISO 2000) yaitu tingkat kotoran maksimum 0,05 – 0,20%, abu maksimum 0,5 – 0,8 %, kadar volatil maksimum 0,8 – 1,0 % , plastistas awal minimal 50 – 60%. Adanya spesifikasi tersebut menjadikan daya tarik utama sehingga dapat bersaing dengan karet sintetis, selain itu adanya spesifikasi tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (Wahyudy, 2018). ISO mengklasifikasikan spesifikasi teknis untuk TSNR menjadi enam *grades* yaitu TSNR-CV, TSNR-L, TSNR-5, TSNR-10, TSNR-20 dan TSNR-50.

Indonesia sebagai salah satu produsen TSNR terbesar di dunia juga menerapkan standar khusus yang diadopsi dari spesifikasi teknis yang dikeluarkan ISO yang dinamakan *Standart Indonesian Rubber (SIR)*. *Grade* yang diekspor Indonesia yaitu TSNR – 20 dan TSNR – 10, pada tahun 2022 TSNR – 20 merupakan *grade* yang paling banyak diekspor yaitu sebesar 91,24% sedangkan TSNR – 10 hanya 6,08% dari total ekspor karet alam (Badan Pusat Statistik, 2023).

2.3 Pasar Internasional

Pasar internasional adalah tempat atau wadah untuk tujuan transaksi jual beli barang dan jasa antara pelaku ekonomi di berbagai negara. Pasar Internasional juga merupakan wadah untuk menjembatani para eksportir dan importir untuk saling berkerjasama dalam suatu bisnis guna mendapatkan jasa atau barang yang dibutuhkan oleh suatu negara. Melakukan bisnis sampai ke tingkat internasional merupakan salah satu strategi untuk memperluas jangkauan pasar produk (Ibrahim dan Rianti, 2025). Strategi internasional merujuk pada pendekatan dimana perusahaan dapat menjual barang atau jasanya di luar wilayah domestiknya.

Pasar internasional memiliki manfaat yaitu dapat meningkatkan pendapatan, memperluas kesempatan untuk pertumbuhan jaringan bisnis, perluasan pasar, meningkatkan kualitas produk dan dapat menjangkau konsumen lebih luas (Syafiuddin dan Akhmad, 2025). Pasar internasional berbeda dengan pasar global yang dapat dilihat melalui aspek produk dimana pada pasar internasional produk lebih disesuaikan dengan preferensi tiap negara tujuannya sedangkan untuk pasar global, produk memiliki standar yang sama untuk konsumen di seluruh negara.

2.4 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional terdiri dari dua kata yaitu perdagangan yang memiliki arti aktivitas jual beli barang atau jasa pada suatu tempat, sedangkan internasional yaitu melibatkan antar negara atau global, maka perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang atau jasa antara negara dengan yang lainnya atau bisa disebut sebagai ekspor impor (Wulandari,

2022). Ekspor merupakan kegiatan perdagangan atau menjual barang ke negara lain dengan sistem yang telah disepakati bersama (Faisal *et al.*, 2021). Impor merupakan pembelian dan pemasukan barang yang berasal dari luar negeri lalu dimasukkan ke dalam negeri (Wulandari dan Lubis, 2019). Perdagangan internasional juga dapat didefinisikan sebagai perpanjangan dari proses produksi, pertukaran, dan konsumsi yang merupakan elemen dasar dalam kehidupan ekonomi (Febrianty, 2020), sehingga adanya perdagangan internasional penting dilakukan untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menambah lapangan pekerjaan serta mampu mendorong adanya industrialisasi dan investasi perusahaan internasional (Suryanto dan Kurniati, 2022).

Teori perdagangan internasional pertama kali dikemukakan oleh Adam Smith yang menjelaskan bahwa perdagangan internasional terjadi karena negara memiliki keunggulan absolut dalam produksi barang tertentu, selain itu Adam Smith juga menjelaskan bahwa setiap negara sebaiknya berspesialisasi dalam produksi barang yang dapat dihasilkan dengan biaya terendah, sehingga dapat mengekspor surplus produksinya dan mengimpor barang yang lebih mahal jika diproduksi sendiri (Lubis *et al.*, 2024), namun teori tersebut memiliki kelemahan yaitu apabila hanya suatu negara yang memiliki keunggulan absolut untuk memproduksi semua barang maka tidak akan terjadi keuntungan antar kedua belah pihak. Teori diatas kemudian dikembangkan oleh David Richardo yang mengemukakan bahwa suatu negara akan mendapatkan keuntungan dari perdagangan internasional walaupun negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut, cukup dengan memiliki keunggulan komparatif pada harga untuk suatu komoditas yang relatif berbeda (Aji *et al.*, 2017).

2.5 Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas dalam memasuki pasar luar negeri dan juga kemampuan dalam bertahan pada pasar tersebut, jika suatu negara memiliki daya saing yang tinggi maka negara tersebut dapat memenangkan persaingan dalam bidang ekonomi bisnis pada perdagangan internasional (Pramudita *et al.*, 2025). Daya saing juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu komoditas untuk dapat memberikan negara berupa keuntungan secara terus menerus dan kemampuan untuk dapat memperbaiki pangsa pasar (Ratna dan Tety, 2017).

Pengukuran daya saing dapat dilihat melalui keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Keunggulan kompetitif yaitu kemampuan suatu negara yang diperoleh dari perbedaan sumber daya yang menciptakan kinerja produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara lain pada industri atau pasar yang sama sedangkan keunggulan komparatif adalah sebuah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara dengan menerapkan spesialisasi pada suatu produk sehingga dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan supaya dapat lebih efisien (Yudha dan Griselda, 2023). Suatu negara dapat mencapai keunggulan dalam bersaing ditandai dengan kemampuan suatu negara untuk memproduksi komoditas/produk dengan biaya yang rendah dan terdapat diferensiasi produk (Hasanah *et al.*, 2021).

2.6 Spesialisasi

Spesialisasi adalah kegiatan untuk dapat memusatkan produksi barang atau jasa tertentu untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta dapat

memanfaatkan keunggulan sumber daya yang ada. Spesialisasi diperuntukkan untuk mengetahui barang atau jasa yang berpotensi untuk dapat lebih difokuskan (Claudia, 2017). Spesialisasi produksi dapat mendorong suatu negara agar dapat berkonsentrasi untuk menghasilkan barang atau jasa supaya memiliki tingkat produktivitas dan efisiensi yang tinggi (Matondang *et al.*, 2024). Negara yang mampu menerapkan spesialisasi produk akan mendapatkan manfaat yaitu sumber daya yang dimiliki (tenaga kerja, modal, sumber daya alam) akan lebih optimal, produksi yang dilakukan dalam skala besar sehingga dapat menurunkan biaya produksi per unit, menambah pemasukan devisa, menyerap tenaga kerja yang lebih besar sehingga dapat membuka banyak lapangan pekerjaan.

2.7 Kinerja

Kinerja didefinisikan sebagai hasil atas capaian yang dilaksanakan atas pekerjaan yang diminta, sehingga pengertian kinerja ekspor merupakan hasil dari aktivitas ekspor yang dilakukan oleh suatu negara (Amalina *et al.*, 2018). Kinerja ekspor merupakan cerminan atas keberhasilan atau kegagalan yang dicatat oleh suatu negara untuk mengeskpor ke pasar luar negeri. Kinerja ekspor yang baik dapat dicerminkan melalui laju pertumbuhan rata-rata per tahunnya yang relatif tinggi dibandingkan dengan negara pesaing lainnya atau dapat dilihat melalui tren pertumbuhan jangka panjangnya yang bernilai positif atau meningkat. Kinerja ekspor dipengaruhi oleh harga komoditas global, fluktuasi ekonomi dari negara mitra, kebijakan perdagangan, dan nilai tukar mata uang (Nursafira *et al.*, 2025).

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Daya Saing Komoditas Ekspor (Karet) Indonesia Ke China (Muslika <i>et al.</i> , 2019)	Metode yang digunakan yaitu <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i> dan <i>Market Share</i>	Daya saing ekspor karet Indonesia di pasar China pada periode 2003-2017 memiliki keunggulan komparatif rendah dan berdaya saing lemah dengan nilai RCA sebesar 0,528 sedangkan pangsa pasar mengalami fluktuasi dengan tren yang menurun dan bernilai rata-rata 0,491%.
2.	Analisis Daya Saing Karet Alam Indonesia Di Pasar Internasional (Syahrudin <i>et al.</i> , 2022).	Metode yang digunakan yaitu <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i> , <i>Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)</i> dan <i>Export Competitiveness Index (ECI)</i>	Berdasarkan hasil perhitungan analisis yang digunakan didapatkan bahwa karet alam Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif di pasar internasional pada periode 2009-2021, hal tersebut disebabkan besarnya ekspor karet alam primer.
3.	Analisis Daya Saing Karet Alam Indonesia di Pasar Internasional (Ramadani <i>et al.</i> , 2024)	<i>Herfindah-Hirschman Index (HHI)</i> , <i>Concentration Ratio (CR)</i> , <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i> , dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dan <i>Export Product Dynamis (EPD)</i> .	Perhitungan RCA menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif terhadap negara tujuan utama, posisi Indonesia pada EPD yaitu <i>Lost Oppurtunity</i> dan <i>Rising Star</i> . Hasil HHI menunjukkan kecenderungan Indonesia terhadap pasar oligopoli, hasil CR menunjukkan Indonesia cenderung pasar oligopoli yang mengarah ke monopoli. Hasil ISP menunjukkan Indonesia berada pada tahap kematangan.
4.	Analisis Daya Saing Ekspor Karet	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Revealed Comparative</i>	Hasil RCA karet Indonesia pada periode 2018 – 2022 <1 sehingga menunjukkan tidak terdapat keunggulan komparatif

Tabel 1. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
	Indonesia Ke Negara Amerika Serikat dan Jepang (Simbolon <i>et al.</i> , 2024).	<i>Advantage</i> (RCA) dan <i>Export Product Dynamics</i> (EPD)	dan hasil EPD mengungkapkan karet alam Indonesia tidak selalu memiliki keunggulan kompetitif karena sering berfluktuatif.
5	Analisis Daya Saing Ekspor Karet Indonesia Di Pasar Internasional (Fitriana dan Setiawan, 2025)	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)	Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa komoditas karet di Indonesia memiliki daya saing komparatif yang rendah sedangkan spesialisasi perdagangan karet Indonesia diketahui sebagai negara importir di pasar internasional.