

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Porang

Porang atau yang dapat disebut sebagai iles-iles memiliki nama ilmiah (*Amorphophallus muelleri*) adalah sebuah umbi yang saat ini sedang mengalami tren peningkatan untuk dibudidayakan. Budidaya porang adalah salah satu bentuk diversifikasi bahan pangan yang berguna di dunia industri sebagai penyedia bahan baku (Sumarwato, 2005). Tanaman porang sendiri merupakan umbi-umbiannya yang pada umumnya dibudayakan dalam hutan, lahan atau hutan yang digunakan adalah hutan masyarakat ataupun hutan milik negara. Budidaya porang cocok dilakukan pada hutan beriklim tropis seperti Indonesia, karena porang hanya memerlukan penyinaran sekitar 60% – 70%. Hal tersebut menandakan bahwa budidaya porang dalam hutan dapat diiringi oleh tanaman lain sebagai naungan. Tanaman porang diprediksi akan menjadi komoditi primadona khususnya ekspor dimasa yang akan datang (Santosa, 2014)

Hasil budidaya porang sebagian besar akan diekspor keluar negeri, hal ini diakibatkan dengan permintaan porang dari luar yang lebih besar dibanding permintaan dalam negeri. Keadaan tersebut baik bagi Indonesia, karena dengan adanya ekspor porang maka akan menjadi salah satu sumber pemasukan devisa negara. Hasil dari budidaya porang dapat dimanfaatkan pada industri pangan, kimia dan farmasi (Budihartono *et al.*, 2022). Petani lokal porang masih minim akan pengetahuan untuk pengolahn porang itu sendiri, selain itu pemanfaatan porang

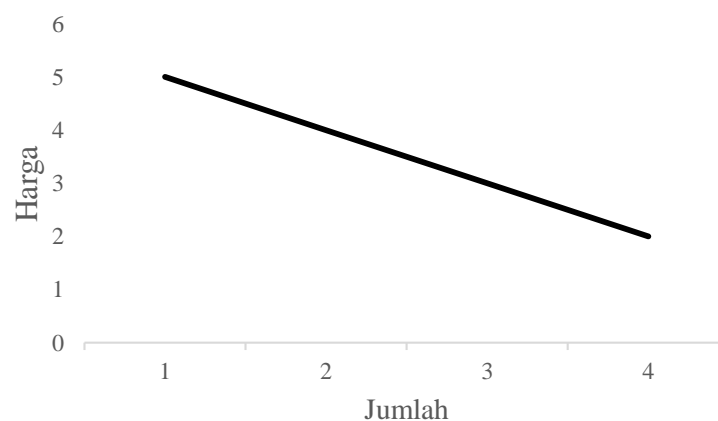
pada industri dalam negeri masih tergolong sedikit (Priyanto *et al.*, 2016). Porang yang diekspor keluar negeri pada umumnya berupa chip kering atau potongan-potongan kecil dan dalam bentuk tepung, hal ini disebabkan plasma tanaman porang menjadi hal yang dilindungi oleh negara untuk menjaga penyerbarluasan tanaman porang di negara lain.

Harga umbi porang berdasarkan (Maharani *et al.*, 2021) pada petani lokal berada pada harga Rp 6.000,-/kg hingga Rp 6.500,-/kg dengan harga terendah sebesar Rp 4000,-/kg dan harga tertinggi Rp 12.000,-/kg. Harga bulbil porang atau bagian vegetatif porang yang berbentuk tonjolan pada ujung daun dapat mencapai Rp 100.000,- hingga Rp 250.000,- menyesuaikan ukuran dan klasifikasinya, untuk harga porang berbentuk chip porang berkisar antara Rp 40.000,-/kg hingga Rp 85.000,-/kg tergantung tebal chip dan kualitas yang dimiliki. Budidaya porang yang mampu tumbuh pada tanaman naungan diharapkan mampu menjadi keuntungan tersendiri bagi para pelaku usahatani porang. Ada beberapa kelemahan dalam budidaya porang, yaitu minimnya pengetahuan petani menjadi hambatan paling nyata (Priyanto *et al.*, 2016), karena porang sendiri merupakan tanaman yang tidak begitu populer di masyarakat Indonesia, selain itu waktu panen yang lama sekitar 3 tahun membuat pelaku usahatani berpikir dua kali untuk membudidayakannya.

## **2.2. Konsep Permintaan**

Permintaan dapat diartikan sebagai sebuah kombinasi harga dan jumlah barang yang ingin didapat dan dibeli oleh suatu individu atau kelompok pada waktu tertentu (Yopi, 2014). Jumlah barang yang diminta diartikan sebagai banyaknya

atau jumlah barang yang ingin didapat dan dibeli pada harga tertentu. Konsep permintaan terdapat hukum yang baku yaitu sebuah pernyataan yang menjelaskan bagaimana sifat hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Hukum tersebut dinyatakan dengan melihat sudut pandang konsumen dalam memiliki minat pada suatu barang saat harga tinggi dan bagaimana minat konsumen pada saat barang tersebut memiliki harga yang tinggi. Bunyi hukum permintaan yaitu berbunyi bahwa semakin tinggi harga suatu produk atau barang maka semakin sedikit barang yang diminta oleh konsumen dan semakin rendah harga suatu produk atau barang maka semakin banyak barang yang diminta oleh konsumen (Damanik dan Sasongko, 2017). Keadaan tersebut dapat digambarkan dalam sebuah kurva permintaan.



**Ilustrasi 1.** Kurva Permintaan (Febianti, 2014)

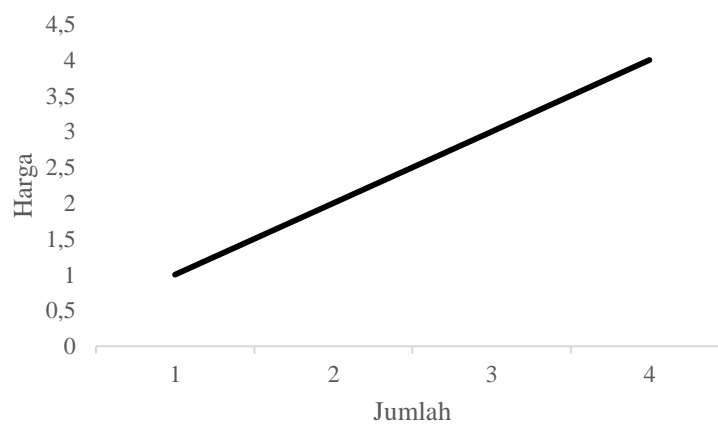
Kurva permintaan menjelaskan terdapat hubungan antara jumlah barang yang diminati oleh konsumen dengan tingkat harga yang bervariasi. Kurva permintaan pada dasarnya bersifat negatif, yaitu bahwa konsumen akan membeli atau minat pada jumlah barang lebih banyak apabila harga barang tersebut rendah

atau murah (Damanik dan Sasongko, 2017). Porang sendiri merupakan komoditi yang cukup diminati, namun tidak untuk pasar lokal, saat ini porang lebih diminati oleh pasar luar negeri. Balai Karantina Pertanian mencatat bahwa pada tahun 2020 Indonesia telah mengekspor porang sebesar 20.560 ton (IQ Fast Barantan, 2021). Minat yang cukup tinggi dari pasar luar negeri menjadikan harga porang lokal cukup baik bagi petani, namun hal tersebut juga perlu melihat berapa banyak porang yang ditawarkan. Harga yang baik bagi petani disebabkan oleh minat yang besar dari pasar luar negeri, namun petani tidak dapat langsung mengekspor porang yang dihasilkan karena perlu adanya pemrosesan sesuai dengan kebijakan ekspor yang berlaku.

### **2.3. Konsep Penawaran**

Penawaran dapat diartikan sebagai banyaknya jumlah barang atau produk yang ditawarkan kepada individu atau kelompok pada waktu tertentu (Sardjono, 2017). Jumlah barang yang ditawarkan didefinisikan sebagai banyaknya barang yang ditawarkan oleh produsen atau pedagang yang tersedia di pasar dan memiliki harga. Penawaran memiliki hubungan yang erat dengan harga barang itu sendiri, hal tersebut membuat suatu hukum penawaran. Hukum penawaran adalah sebuah pernyataan yang menjabarkan sifat hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual. Hukum tersebut dinyatakan sebagai keinginan penjual untuk menawarkan produknya jika harga barang tersebut tinggi dan bagaimana keinginan untuk menawarkan barang saat memiliki harga yang rendah. Hukum penawaran yaitu semakin tinggi harga barang atau produk yang

ditawarkan maka akan semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan begitu juga sebaliknya, jika harga barang yang ditawarkan rendah maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan (Damanik dan Sasongko, 2017). Kondisi tersebut digambarkan dalam sebuah kurva penawaran.



**Ilustrasi 2.** Kurva Penawaran (Pide, 2014)

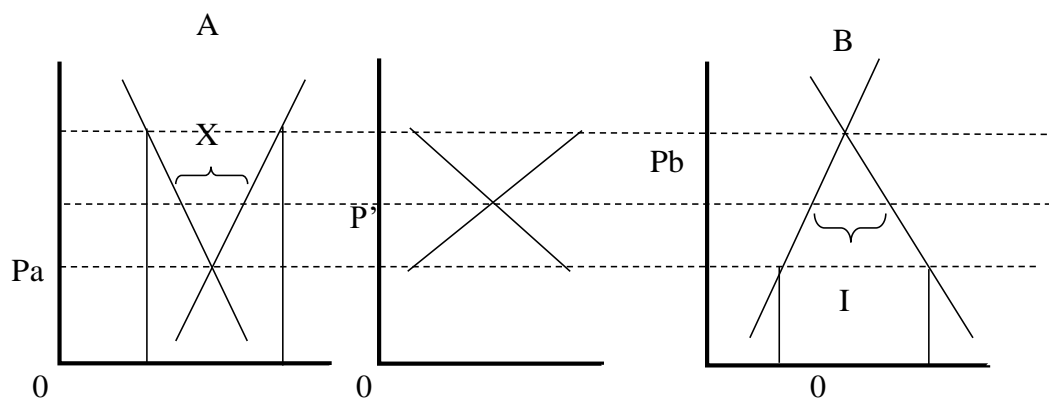
Kurva penawaran menggambarkan bahwa hubungan antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan berbanding lurus, yaitu harga barang atau produk semakin tinggi maka jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak (Pide, 2014). Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual, sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Jumlah produk porang yang ditawarkan bergantung pada luas budidaya ubi porang. Tahun 2020 luas area budidaya porang di Indonesia sebesar 19.950 ha dan pada tahun 2021 terjadi peningkatan area lahan yang digunakan yaitu menjadi 47.641 ha (Kristyrina, 2022). Jumlah tersebut menandakan bahwa porang yang ditawarkan terdapat penambahan dari tahun 2020

– 2021. Porang yang ditawarkan oleh petani umumnya berupa ubi porang yang didistribusikan ke industri pengolahan, porang tidak dapat langsung dikonsumsi karena perlu diproses dahulu. Porang yang ditawarkan oleh industri berupa tepung atau chip porang.

#### **2.4. Perdagangan Internasional**

Perdagangan internasional diartikan sebagai suatu kegiatan jual beli produk yang melibatkan dua negara atau lebih. Perdagangan internasional termasuk dalam penelitian ekonomi berupa analisis transaksi dan masalah ekonomi internasional yang dapat berupa kegiatan ekspor dan impor termasuk berupa kerjasama dalam bidang moneter (Lilimantik, 2015). Pelaku yang dapat menjalankan kegiatan perdagangan internasional yaitu antar individu dengan individu, individu dengan pemerintah dan pemerintah dengan pemerintah (Bayu, 2021). Perdagangan internasional dapat terwujud oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu dengan adanya permintaan dan penawaran suatu produk atau komoditi. Kondisi negara yang berbeda-beda memaksa tiap negara melakukan perdagangan internasional, dalam hal ini setiap negara belum mampu untuk memenuhi segala kebutuhan dalam negerinya (Basri dan Munandar 2010). Tiap negara memiliki kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh sebab itu negara tersebut akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan membeli atau bertransaksi dengan negara yang menawarkan produk yang dibutuhkannya. Negara – negara yang mengalami kelebihan produksi pada suatu barang atau komoditas akan terbuka untuk menjual atau menawarkan produk tersebut kepada negara lain di pasar internasional. Kondisi tersebut dapat

memberikan dorongan untuk melakukan ekspor, dorongan tambahan untuk melaksanakan ekspor akan terjadi apabila produk atau komoditas yang diekspor memiliki nilai yang lebih tinggi dalam pasar internasional dibanding pasar domestik saat konsumsi domestik relatif stabil (Zuhdi dan Suharno, 2016).



**Ilustrasi 3.** Kurva Perdagangan Internasional (Salvatore, 1997)

Ilustrasi 3 adalah kurva terjadinya perdagangan internasional. Negara A memiliki kondisi dimana harga suatu komoditas relatif lebih rendah dibanding dengan negara B, suplai yang cukup besar dibanding dengan permintaan domestik menciptakan harga  $P_a$ . Negara B memiliki harga suatu komoditas yang relatif lebih tinggi dibanding dengan negara A, pada negara B permintaan domestik cukup besar dibanding dengan suplai yang ada sehingga tercipta harga  $P_b$ . Kondisi penawaran yang melimpah pada produsen di negara A membuka peluang negara A untuk mengekspor produk domestiknya, sedangkan kondisi negara B memaksa untuk melakukan impor produk luar untuk memnuhi kebutuhan dalam negeri dan menstabilkan harga. Keadaan kedua negara tersebut dapat menciptakan perdagangan internasional dengan negara A mengekspor produk domestiknya

sebanyak  $X$  dan negara B mengimpor produk tersebut sebanyak  $I$  dimana jumlah  $X$  sama dengan  $I$ . perdagangan internasional tersebut menciptakan harga baru pada pasar internasional yaitu sebesar  $P'$  (Salvatore, 1997)

## 2.5. Daya Saing

Daya Saing menurut *Institut of Management Development* (IMD) mendefinisikan bahwa daya saing sebagai kemampuan suatu negara dalam menciptakan nilai tambah pada produk yang dihasilkan dalam rangka menambah kekayaan nasional dengan cara mengelola aset dan proses (Yi, 2018). Daya saing menurut Michael Porter adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Porter, 1990). Kamus Bahasa Indonesia mendefinisikan daya saing adalah kemampuan dalam bertindak ataupun melakukan dengan tujuan untuk merebut pasar tersebut. Daya saing memiliki kapasitas untuk menghadapi tantangan dan persaingan pasar internasional serta guna mempertahankan atau meningkatkan pendapatan riil-nya. Konsep daya saing dalam perdagangan internasional merupakan kemampuan suatu negara untuk memproduksi dan memperdagangkan produknya ke pasar internasional yang dibandingkan dengan perdagangan negara lainnya (Anggrasari *et al.*, 2021).

Konsep daya saing yang dapat diterapkan pada tingkat nasional menurut Porter (1990) adalah bahwa produktivitas sebagai nilai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Daya saing suatu komoditi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu iklim perdagangan yang kondusif, keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif (Porter, 1986). Daya saing tidak bisa lepas dari pengaruh keunggulan



komparatif dan keunggulan kompetitif suatu produk, hal tersebut dikarenakan penilaian keunggulan daya saing produk suatu negara dilihat dari keunggulan kompartif dan keunggulan kompetitifnya.

Keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif tidak berjalan bersamaan, ada kalanya kedua hal tersebut saling berbanding terbalik dimana suatu negara memiliki keunggulan komparatif disaat tidak terdapat keunggulan kompetitif begitu juga dengan keadaan sebaliknya. Menganalisis daya saing dapat dilihat dari sisi permintaan dan penawaran (Herianto, 2008). Konsep permintaan diartikan bahwa produk yang bersaing dapat memenuhi keinginan konsumen baik barang ataupun jasa, sedangkan pada sisi penawaran mengartikan bahwa negara atau daerah perlu merespon dan memiliki kemampuan untuk menyediakan permintaan konsumen atau pasar internasional dengan penambahan nilai ekonomi secara efisien.

### **2.5.1. Daya Saing Kompetitif**

Daya saing kompetitif adalah seberapa besar kelayakan suatu proses perdagangan internasional yang dinilai berdasarkan nilai tukar atau harga pasar sehingga berlaku analisis finansial. Keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai suatu keunggulan suatu negara atau perusahaan untuk dapat bersaing di pasar Internasional keunggulan kompetitif yang ditinjau dari beberapa faktor yaitu, kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan industri pendukung dan kondisi struktur, persaingan dan strategi industri (Nayantakaningtyas & Daryanto, 2012). Konsep daya saing kompetitif sebagai keunggulan kompetitif suatu produk sebuah negara tidak serta merta menggantikan konsep daya saing atau kenggulan

komparatif. Konsep daya saing kompetitif berjalan bersamaan dengan konsep daya saing komparatif sehingga saling melengkapi, namun tidak saling terikat satu sama lainnya. Produsen yang memiliki keunggulan kompetitif lebih bernilai dibanding dengan konsumen atau negara lain yang memiliki biaya produksi relatif lebih besar. Teknologi menjadi salah satu indikator bahwa suatu negara atau industri telah mencapai keunggulan kompetitif, dengan adanya kemajuan dan perkembangan teknologi mampu menciptakan keefesienan produksi dan ekonomi, yaitu dalam menghasilkan sejumlah produk yang sama diperlukan pemakaian input yang lebih sedikit. Keadaan ini menggambarkan kemajuan dan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan produktivitas input – output (Sugiarto *et al.*, 2005)

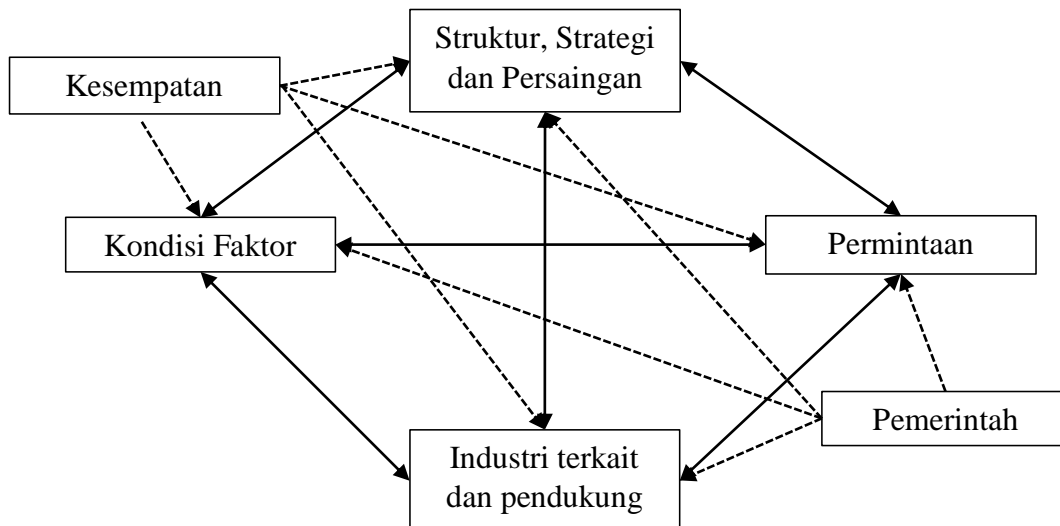
Analisis daya saing kompetitif perlu mengetahui gambaran aktivitas ekonomi suatu negara sehingga dapat mengidentifikasi kemampuan negara tersebut untuk bersaing dalam perdagangan internasional (Herianto, 2008). Keunggulan kompetitif atau keunggulan dalam bersaing terdapat dua jenis keunggulan yang dibedakan atas keunggulan biaya rendah dan keunggulan diferensiasi. Keunggulan biaya rendah adalah keadaan dimana suatu negara mampu membuat unit dalam merancang, membuat dan memasarkan produk barang dan jasa secara lebih efisien dibanding dengan negara lain (Martadiningrum *et al.*, 2017). Keunggulan diferensiasi adalah keadaan dimana sebuah negara memiliki keunggulan dalam membuat nilai tambah dari segi kualitas produk hingga pelayanan terhadap konsumen.

Kondisi untuk mengetahui bagaimana komoditi atau produk yang dipasarkan di pasar internasional mampu untuk bandingkan pada beberapa kondisi. Kondisi-

kondisi tersebut yaitu komoditi yang dibandingkan memiliki musim yang sama, memiliki karakteristik budidaya yang tidak jauh beda, umur panen yang relatif sama, harga komoditas pembanding yang tidak jauh beda dan biaya produksinya yang relatif sama pula (Ramdalin, 2010). Menurut Michael Porter (1990) 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 (Porter, 1990). Peningkatan daya saing kompetitif dapat terwujud apabila keempat atribut pada konsep berlian Porter tersebut didukung Pemerintah terkait dan adanya kesempatan (Rau, 2014).

## **2.6. Konsep Berlian Porter**

Konsep model berlian Porter adalah model analisis ekonomi yang diterbitkan oleh Michael Porter (Porter, 1990). Model ini dibuat olehnya dengan harapan mampu membantu negara atau pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami bagaimana industrinya mampu bersaing secara kompetitif daripada lainnya. Model berlian Porter mampu menjawab hal-hal seperti bagaimana perusahaan dari suatu negara atau wilayah tertentu dapat memiliki keunggulan secara kompetitif pada suatu industri (Lia, 2007). Konsep berlian Porter terdapat beberapa atribut sebagai alat untuk menentukan keunggulan kompetitif, yaitu atribut kondisi faktor, atribut permintaan, atribut strategi perusahaan, persaingan dan struktur, atribut industri terkait dan pendukung serta atribut pendukung berupa, pemerintah dan kesempatan (Pudyastuti *et al.*, 2018).



**Ilustrasi 4.** Kerangka Berlian Porter (Porter, 1990) dalam (Pudyastuti *et al.*, 2018)

### 2.6.1. Kondisi Faktor

Kondisi faktor merupakan atribut yang menitik beratkan pada sumber daya yang dimiliki suatu negara. Kondisi faktor dibagi atas dua sumber daya, yaitu sumber daya alamiah dan sumber daya buatan (Pudyastuti *et al.*, 2018). Sumber daya alamiah seperti bahan baku, letak geografis, tanah, cuaca dan lain sebagainya yang tidak diubah atau ditiru oleh manusia secara utuh, sedangkan sumber daya buatan yaitu teknologi, tenaga kerja terampil, infrastruktur, modal dan hal-hal yang dapat diciptakan dan dikondisikan oleh manusia. Porter menjelaskan bahwa kondisi faktor dapat menjadi salah satu atribut penting dalam memiliki keunggulan kompetitif suatu barang. Sumber daya alam yang tersedia dan melimpah serta sumberdaya manusia yang relatif murah akan mendorong terjadinya keunggulan kekompetitif bagi suatu produk (Porter, 1990)

1. Sumberdaya alamiah: merupakan sumber daya yang tersedia oleh alam, sumber daya ini ini mampu mempengaruhi daya saing yang mencakup kualitas, biaya, aksesibilitas, lokasi, ketersediaan air, mineral dan energi. Sumberdaya yang dapat diperbarui atau tidak seperti peternakan, pertanian, iklim, cuaca, wilayah geografis dan topografis juga termasuk sebagai sumberdaya alamiah.
2. Sumberdaya manusia: yang termasuk dalam sumber daya manusia yaitu jumlah tenaga kerja yang tersedia, tenaga kerja yang terampil, kemampuan manajerial, biaya tenaga kerja, etika bekerja dan tingkat pendidikan yang ada.
3. Sumberdaya pengetahuan dan teknologi: yang meliputi sebagai sumberdaya pengetahuan dan teknologi adalah IPTEK yang mampu menunjang segala kegiatan industri yaitu perguruan tinggi, lembaga statistik, lembaga penelitian, kajian bisnis, asosiasi penelitian, asosiasi pengusaha dan perdagangan, basis data dan lain sebagainya.
4. Sumberdaya modal: yang termasuk sebagai sumberdaya modal yaitu, tingkat suku bunga yang ada, kondisi fiskal dan moneter suatu negara, aksesibilitas pembiayaan, kelembagaan perbankan dan permodalan, peraturan terkait permodalan.

### **2.6.2. Permintaan**

Kondisi permintaan menerangkan bagaimana permintaan produk barang atau jasa di pasar lokal. Adanya permintaan dari pasar lokal dapat mendorong

terjadi sebuah peningkatan kualitas, inovasi dan perkembangan produk (Gupta *et al.*, 2016). Peningkatan tersebut dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai saran pembelajaran dalam bersaing di pasar internasional. Perusahaan domestik diharapkan mampu bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif dibanding pesaingnya di pasar global. Potter menjelaskan bagaimana faktor permintaan lokal dapat mendorong terjadinya keunggulan kompetitif, adanya permintaan lokal yang besar mendorong perusahaan untuk bersaing dalam memenuhi permintaan tersebut dan menjadi yang terbaik baik produk dan pelayanan yang diberikan (Potter, 1990). Beberapa faktor kondisi permintaan yang dapat mempengaruhi daya saing:

1. Komposisi permintaan domestik yang meliputi struktur segmen yang luas yang mempermudah dalam menjangkau konsumen. Pengalaman dan selera konsumen yang dapat mendorong peningkatan mutu, kualitas dan inovasi bagi perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya. Antisipasi kebutuhan dalam negeri yang mampu menyediakan produk sehingga memiliki keunggulan kompetitif.
2. Volume permintaan, besarnya permintaan dalam negeri dapat mempengaruhi tingkat persaingan dalam negeri akibat adanya pembeli bebas dan pertumbuhan permintaan domestik dan timbulnya permintaan baru. Pemanfaatan permintaan dalam negeri dapat mendorong keunggulan kompetitif dengan didorongnya peningkatan modal, pengembangan teknologi, pembangunan fasilitas dan infrastruktur dan peningkatan produktivitas.

3. Permintaan luar negeri dapat terwujud apabila konsumen dalam negeri yang memiliki mobilitas berskala global mampu mempengaruhi dan membawa produk lokal ke pasar internasional.

### **2.6.3. Industri Terkait dan Pendukung**

Industri terkait dan pendukung hal ini menjabarkan bahwa bagaimana keberadaan industri terkait dan industri pendukung mampu mendorong terwujudnya daya saing bagi suatu komoditi. Daya saing dapat diterwujud apabila industri hulu mampu menyediakan input yang bermutu, berkualitas, pelayanan baik dan harga yang lebih murah bagi industri utama. Industri terkait dan pendukung yang bersaing secara global dapat menjadi tolak ukur keberhasilan industri utama (Tanguy, 2016). Industri hilir yang bersaing secara global akan mampu mendorong terwujudnya daya saing bagi industri hulu. Porter menjabarkan bagaimana industri terkait dan pendukung dapat mendorong terwujudnya keunggulan kompetitif suatu barang. Industri terkait dan pendukung akan memberikan informasi yang cepat kepada industri utama sehingga terjadi pertukaran informasi dan teknologi yang berguna untuk keberlangsungan usaha masing-masing sehingga perusahaan mampu beradaptasi secara terus-menerus dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif (Porter, 1990)

### **2.6.4. Strategi, Struktur dan Persaingan**

Atribut ini adalah salah satu yang mendorong bagi perusahaan untuk tetap terus berinovasi dalam berkompetisi dengan perusahaan pesaingnya (Porter 1990).

Adanya eksploitasi persaingan pada pasar utamanya yang dihadapi oleh perusahaan sehingga menuntun perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan, layanan konsumen, teknologi manufaktur dan analisi ekonomi. Persaingan tersebut dapat digambarkan dalam kondisi dimana pesaing lokal yang berkompeten dan handal dapat dijadikan motor penggerak yang mampu memberikan tekanan bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Rustianti & Widiastuti 2020). Perusahaan-perusahaan yang telah bersaing secara nasional akan lebih mudah untuk bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan yang bersaing ditingkat rendah atau kecil, keterbatasan teknologi, modal dan informasi mejadi hambatan bagi perusahaan-perusahaan kecil.

Struktur industri dan perusahaan juga dapat menentukan daya saing yang ada pada perusahaan-perusahaan yang tercakup dalam industri tersebut. Struktur industri yang cenderung menerapkan monopolistik menurut Porter kurang memiliki daya dorong untuk tetap melakukan perbaikan-perbaikan serta inovasi baru dibandingkan dengan struktur industri yang bersaing (Porter, 1990). Perbedaan struktur perusahaan dalam industri sangat berpengaruh bagi perusahaan yang bersangkutan jika dikelola dan dikembangkan pada suasana tekanan persaingan, baik lokal maupun internasional. Struktur perusahaan juga dapat berpengaruh pada strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan domestik dan internasional sehingga terjadinya daya saing secara global (Pudyasturi *et al.*, 2018). Industri pesaing dapat memaksa tiap perusahaan pesaing untuk tetap berkompetisi untuk menjadi perusahaan yang terbaik dan tetap eksis secara berkelanjutan, dengan begitu perusahaan mampu memiliki keunggulan kompetitifnya.



### **2.6.5. Pemerintah**

Pemerintah berperan sebagai komponen lain yang dapat mengikat pada model berlian porter, yaitu dimana pemerintah digambarkan sebagai katalisator yang mampu mendorong perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan dirinya dan menjadi perusahaan yang kompetitif. Peran tersebut menjadikan pemerintah sebagai variabel pendukung dalam konsep model berlian porter yang mampu mempengaruhi keempat atribut utama dalam model berlian porter. Pada kondisi faktor pemerintah dapat berperan melalui subsidi, kebijakan pasar modal, kebijakan pendidikan dan kebijak fiskal dan moneter. Tugas Pemerintah dalam menetapkan standar produk lokal melalui lembaga terkait mendorong adanya permintaan pasar lokal.

Peran pemerintah juga dapat terlihat saat pemerintah menjadi pembeli utama, seperti pembelian alat penunjang dan keperluan akomodasi yang dijalankan oleh negara. Peran pemerintah pada industri pendukung dan terkait dapat terlihat saat pemerintah membentuk suatu pola perdagangan atau industri yang mendukung adanya integrasi barang dari hulu ke hilir. Peran tersebut tercermin seperti mengontrol periklanan, membuat kebijak tentang regulasi pelayanan dan kebijak-kebijak yang mendukung hubungan industri terkait. Pemerintah juga dapat mempengaruhi atribut persaingan, struktur dan strategi perusahaan melalui regulasi pasar modal, kebijakan pajak dan peundang-undangan.

### **2.6.6. Kesempatan**

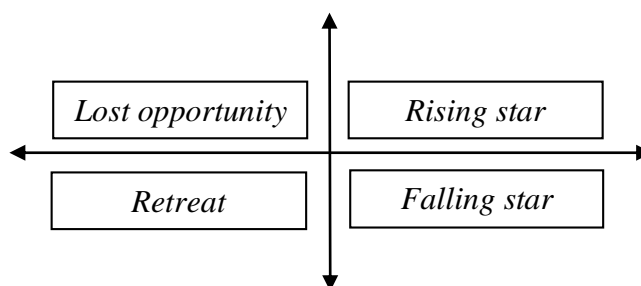
Kesempatan atau peluang pada dasarnya tidak dijelaskan oleh porter secara tertulis, namun seringkali dikaitkan dengan konsep model berlian porter. Kesempatana atau peluang digambarkan sebagai faktor eksternal yang tidak dapat dikontrol yang mampu memberikan dampak positif ataupun negatif. Kondisi yang menggambarkan atribut ini antara lain adalah, bencana alam, gejolak politik dalam dan luar negeri seperti berperangan dan konflik horizontal. Faktor-faktor tersebut tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, mereka setidaknya perlu memantau sehingga dapat membuat keputusan yang tepat bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

### **2.7. *Export Product Dynamic***

*Export Product Dynamics* (EPD) merupakan metode analisis yang digunakan untuk menganalisis dan mengidentifikasi produk atau komoditi yang mempunyai daya kompetitif tertinggi serta pertumbuhan produk atau barang yang cepat pada arus perdagangan ekspor dalam suatu negara (Amalia & Firdaus 2014). Cara untuk mengetahui gambaran yang baik mengenai tingkat daya saing khususnya kompetitif adalah dengan metode *export product dynamics* (EPD). Indikator ini dapat mengukur posisi pasar dari suatu komoditi atau produk sebuah negara untuk tujuan pasar tertentu. Posisi pasar tersebut dapat diketahui karena metode ini menggunakan pangsa pasar ekspor total (X) dan komoditi pangsa ekspor (Y). Dengan menggunakan metode analisis EPD, dapat diketahui apakah

komoditi ekspor suatu negara ke negara tujuan kontinu (dinamis) atau tidak (stagnan) (Nabi & Luthria., 2002).

EPD merupakan sebuah matriks yan terdiri atas informasi kekuatan bisnis dan daya tarik pasar. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu dimana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar (Nabi & Luthria., 2002). Metode EPD dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif dan mengukur posisi pasar komoditi umbi porang Indonesia pada pasar ekspor. Kombinasi daya tarik pasar dan kekuatan bisnis dapat menempatkan posisi daya saing komoditi atau produk pada empat kuadran, yaitu “*rising star*”, “*falling star*”, “*lost opportunity*”, dan “*retreat*”.



**Ilustrasi 5.** Matriks *Export Product Dynamic* (Nabi & Luthria., 2002)

Kuadran I menunjukkan posisi *rising star* yang artinya negara tersebut kompetitif terhadap suatu produk dinamis. Kuadran II menunjukkan posisi *lost opportunity* artinya hilangnya pangsa pasar suatu negara atau tidak kompetitif dalam produk dinamis (posisi yang paling tidak diinginkan). Kuadran III menunjukkan posisi *retreat* yaitu stagnan dan tidak kompetitif. Kuadran IV

menunjukkan posisi falling star yang artinya pangsa pasar meningkat atau kompetitif tetapi bukan pada produk yang dinamis. Perusahaan dan industri suatu negara dianggap "kompetitif" dalam produk - produk dimana pangsa pasar mereka meningkat. Suatu produk ekspor dianggap "dinamis" jika pangsa pasarnya tumbuh lebih cepat daripada rata-rata semua produk (Nabi & Luthria., 2002).