

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian untuk mengetahui daya saing di pasar dunia telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu yang bertujuan untuk mengetahui daya saing suatu komoditas di pasar dunia. Seperti yang dipopulerkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965 yakni *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Pada beberapa penelitian indeks RCA digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu produk untuk berdaya saing di tingkat dunia dengan pengecualian biaya produksi dan digunakan untuk mengetahui secara luas dalam berbagai penelitian daya saing, bahkan merupakan konsep utama dalam teori perdagangan internasional. Penelitian yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini adalah penelitian dari berbagai sumber diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Serin, *et al.*, (2008) mengenai keunggulan komparatif dan daya saing studi kasus negara Turkey di pasar Uni Eropa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbandingan keunggulan komparatif komoditas minyak zaitun, sayuran, dan industri buah dengan negara pesaing yakni Yunani, Spanyol dan Italia. Metode analisis yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA) Indeks dan *Comparative Export Performance* (CEP). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil analisis RCA menunjukkan bahwa komoditas minyak zaitun negara Yunani memiliki keunggulan komparatif yang signifikan dibandingkan minyak zaitun negara Turki yang diamati dengan CEP, sedangkan negara Turki memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas minyak zaitun terhadap negara Italia hingga tahun 1999. Pada komoditas tomat, negara Turki lebih unggul dibandingkan negara Spanyol hingga tahun 1999 sedangkan Yunani dan Italia lebih unggul dibandingkan Spanyol dalam jangka waktu yang sama tetapi pada tahun 1996 ekspor tomat mengalami penurunan. Sedangkan untuk jus buah, Turki memiliki keunggulan komparatif secara umum kecuali pada tahun 1998 dan tahun 1999. Keunggulan komparatif negara Turkey menunjukkan nilai yang didominasi positif artinya berdaya saing di pasar Uni Eropa. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya analisis keunggulan kompetitif dengan metode *Porter's*

*Theory* (Teori Porter) yang sebagai sumber dan referensi gambaran daya saing industri nasional. Selain itu pada penelitian ini juga ditentukan minyak kelapa yang akan digunakan dalam penelitian yaitu *Crude Coconut Oil* (CCO). Persamaan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* dalam analisis daya saing suatu komoditas terhadap perdagangan di dunia.

Penelitian lain yang menggunakan metode RCA oleh Anindita (2009) dengan tujuan untuk mengetahui efek yang diberikan liberalisasi perdagangan terhadap produksi, konsumsi, volume ekspor, *net trade*, *Competitiveness Index* (CMt) dan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk kopi serta karet di Indonesia. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh yang dikaji dengan liberalisasi perdagangan. Metode penelitian yang digunakan merupakan kombinasi dari beberapa metode keunggulan komparatif dan kompetitif yaitu *Competitiveness Index* (CMt), *Export Parity Index*, *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Nominal Protection Coefficient* (NPC). Setelah dilakukan analisis daya saing keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, dan melakukan uji perbandingan nilai tukar, melainkan lebih lengkap dengan spesialisasi perdagangan untuk menunjukkan suatu negara memiliki daya saing yang kuat sebagai eksportir atau importir dari suatu produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa liberalisasi perdagangan memberikan efek yang positif bagi produksi, konsumsi, volume ekspor, net trade, CM serta RCA untuk kopi dan karet. Pada kompetitif harga menunjukkan bahwa kopi dalam bentuk basah lebih kompetitif dibandingkan dengan dalam bentuk kering sedangkan untuk karet jenis SIR 20 lebih kompetitif. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan adalah adanya analisis keunggulan kompetitif dengan *Porter's Theory* (Teori Porter), selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ratya Anindita tidak menggunakan teori Porter untuk mengetahui keunggulan kompetitif keunggulan kompetitif kopi dan karet di Indonesia. Persamaan penelitian yang telah dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dalam analisis keunggulan komparatif.

Berkaitan dengan penelitian produk turunan kelapa yakni minyak kelapa, penelitian terdahulu dilakukan oleh Istiqomah (2013) yakni terkait daya saing

minyak kelapa di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan komparatif serta keunggulan kompetitif terhadap perdagangan internasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menggambarkan dan menjelaskan data yang diperoleh. Analisis kuantitatif dengan metode regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh volume dan harga ekspor minyak kelapa Indonesia dan Filipina terhadap daya saing minyak kelapa Indonesia. Selain itu menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk mengetahui keunggulan komparatif minyak kelapa di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan produk minyak kelapa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan minyak kelapa sebesar 25,61. Meskipun memiliki keunggulan komparatif tetapi jika dibandingkan dengan Filipina sebagai negara produsen dan eksportir terbesar di dunia, posisi keunggulan komparatif masih berada di bawah negara Filipina di pasar dunia. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing lebih rendah daripada negara Filipina. Perbedaan penelitian ini yang dilakukan Istiqomah dengan penelitian ini adalah terdapat pada metode analisis keunggulan kompetitif yang digunakan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian Istiqomah adalah analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis pendekatan *Porter's Theory* (Teori Porter). Persamaan penelitian ini yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada keunggulan komparatif yang digunakan untuk mengetahui tingkat daya saing yaitu sama-sama menganalisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Penelitian yang dilakukan oleh Zakariyah (2014) yang meneliti daya saing perdagangan teh Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif komoditas teh di pasar internasional. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Porter's Theory* (Teori Porter), Indeks Spesialisasi Perdagangan, dan Indeks Konsentrasi Pasar. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam kurun waktu 21 tahun nilai rata-rata RCA Indonesia

yakni sebesar 4,277 yang berarti daya saing komparatif teh Indonesia bernilai positif, namun masih lebih rendah dibanding negara Kenya (292,435), Sri Lanka (476,941), India (17,848) dan lebih tinggi dari China (1,486). Untuk nilai spesialisasi perdagangan teh Indonesia yakni sebesar 0,919, hal ini mengindikasikan teh Indonesia cenderung eksportir. Sedangkan nilai indeks konsentrasi bernilai sedang dan memiliki jenis pasar oligopoli. Posisi Indonesia di pasar teh internasional tersebut sebagai pengikut pasar dikarenakan hanya dapat menguasai 2-3% pangsa pasar teh dunia. Pesaing utama teh Indonesia di perdagangan dunia yakni Sri Lanka (20-25%), Kenya (5-18%), China (11-13%), dan India (9-14%). Hal ini berdampak pada pangsa pasar teh Indonesia di pasar teh dunia yang sangat rentan direbut oleh para negara pesaing yang memiliki teh lebih berkualitas. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan adalah adanya komoditas yang akan dianalisis yakni minyak kelapa, selain itu perbedaan penelitian yang dilakukan yakni tidak adanya Indeks Spesialisasi Perdagangan dan Indeks Konsentrasi Pasar yang digunakan dalam penelitian. Persamaan penelitian yang telah dilakukan oleh Zakariyah dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Porter's Theory* (Teori Porter).

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, diketahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada kombinasi alat analisis yang dikaji untuk produk minyak kelapa dan data yang digunakan. Kombinasi alat analisis penelitian ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Teori Berlian Porter yang digunakan untuk saling melengkapi kekurangan dari masing-masing alat analisis. Kelebihan indeks RCA adalah digunakan untuk melihat posisi suatu produk dalam pasar dunia. Sedangkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan minyak kelapa dilakukan analisis menyusun strategi untuk unggul secara kompetitif yakni menggunakan Teori Berlian Porter. Teori ini membahas empat atribut yang mampu mempengaruhi produk yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung atau terkait, dan struktur, persaingan antar industri, dan strategi. Kelebihan metode Berlian Porter adalah melengkapi RCA yang memiliki kelemahan tidak mampu menganalisis secara utuh keunggulan daya saing minyak kelapa Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, dapat

disimpulkan bahwa untuk menganalisis daya saing produk perlu memperhatikan posisi produk suatu negara dan strategi yang dibentuk untuk mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dijadikan referensi terhadap perbandingan hasil penelitian ini.

## 2.2 Kajian Teoritik

### 2.2.1 Profil Agribisnis Berbasis Kelapa

Kelapa (*Cocos nucifera L*) merupakan tanaman tropis yang telah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia. Tanaman kelapa bagi Indonesia merupakan tanaman yang sangat penting, karena tanaman ini sangat bermanfaat dan menjadi salah satu usaha tani rakyat dan merupakan komoditi ekspor. Dengan luas pertanaman yang meliputi 3.000.000 ha dan diperkirakan tidak kurang 1.200.000 keluarga petani memperoleh pendapatan utama dari usaha tani kelapa, serta sekitar 96,6 persen pertanaman kelapa dikelola oleh petani dengan rata-rata kepemilikan 1 ha/kk (Allorerung dan Mahmud 2003). Beberapa varietas kelapa yang dapat dibudidayakan dilahan pertanian Indonesia yakni 1) kelapa dalam dengan varietas viridis (kelapa hijau), rubescens (kelapa merah), Macrocorpu (kelapa kelabu), Sakarina (kelapa manis), 2) Kelapa genjah varietas Eburnea (kelapa gading), varietas regja (kelapa raja), pumila (kelapa puyuh), pretiosa (kelapa raja malabar), dan 3) kelapa hibrida. Tiap-tiap varietas kelapa memiliki ciri dan kesesuaian penanaman serta perlakuan tertentu (Badiaroh, 2013).

Manfaat tanaman kelapa tidak saja terletak pada daging buahnya yang dapat diolah menjadi santan, kopra, dan minyak kelapa, tetapi seluruh bagian tanaman kelapa mempunyai banyak manfaat untuk diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Hal ini menjadi faktor utama yang membuat kelapa sebagai komoditi komersial. Berikut beberapa penggunaan dari pohon industri kelapa yakni:

1. Daun muda digunakan sebagai pembungkus ketupat, dan sebagai bahan baku obat tradisional, sedangkan daun tua dapat dianyam. Lidi dapat digunakan sebagai pembuatan sapu lidi. Batang kelapa dapat digunakan sebagai bahan baku perabotan dan bangunan. Akar kelap dapat digunakan sebagai bahan baku pembuatan bir atau bahan baku pembuatan zat warna.

2. Buah kelapa terdiri dari sabut, tempurung, daging buah dan air kelapa. Buah kelapa dapat digunakan hampir pada seluruh bagiannya. Airnya untuk minuman segar, atau di olah menjadi nata de coco atau kecap. Sabut untuk bahan baku tali, anyaman keset, dan matras. Tempurungnya secara tradisional dibuat sebagai gayung air. Daging buahnya dapat langsung dikonsumsi, atau diproses menjadi santan kelapa. Daging buah dapat diolah menjadi menjadi kopra dan minyak kelapa dan bila diolah lebih lanjut dapat menjadi bahan baku produk oleokimia seperti asam lemak (*fatty acid*), fatty alcohol, minyak goreng, dan gliserin.

Peluang pengembangan agribisnis kelapa dengan produk bernilai ekonomi tinggi sangat besar. Produk yang dapat dikembangkan adalah minyak kelapa yang diusahakan secara industri kecil maupun industri besar. Dengan melakukan pengembangan agribisnis kelapa, pelaku agribisnis mampu meningkatkan pendapatannya dibandingkan dengan hanya menjual produk kopra. Minyak kelapa adalah hasil olahan kelapa yang dibuat dari bahan baku kelapa segar, diproses dengan pemanasan terkendali atau tanpa pemanasan sama sekali, tanpa bahan kimia dan RDB. Minyak kelapa yang memiliki kualitas baik, berasal dari buah kelapa yang telah masak, umur buah 11-22 bulan (Pusdatin, 2014).

Standar Nasional Indonesia (SNI) telah mengatur standar mutu minyak kelapa. Standar mutu minyak kelapa kelas I adalah minyak kelapa murni (VCO). Pada dasarnya minyak kelapa olahan petani masih tergolong dalam SNI yaitu minyak kelapa kelas II dan kelas III. Kualitas minyak berpengaruh terhadap kemampuan untuk daya simpan dan penggunaan sewaktu dipakai. Minyak kelapa yang bermutu baik menurut SNI (Standar Nasional Indonesia) adalah minyak kelapa kelas II dengan kadar air (0,1%), kandungan asam 0,6 KOH/gr, asam lemak minyak kurang dari (2%), timbal kurang dari 0,1 mg/kg, raksa kurang dari 0,05 mg/kg, tembaga kurang dari 0,1 mg/kg, cemaran arsen kurang dari 0,1 mg/kg dan bebas dari minyak pelikan (minyak yang tidak dapat disabunkan). Standar mutu yang telah diterapkan oleh BSN (Badan Standarisasi Nasional) ini dapat menjadikan rujukan bagi produsen untuk mengukur kualitas produk (Khairani *et al*, 2006). Minyak kelapa yang di ekspor harus memenuhi persyaratan mutu seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Standar mutu minyak kelapa Indonesia berdasarkan SNI 01-2902-1992

No	Karakteristik	Syarat Mutu
1	Kadar air (%)	< 0,5
2	Kadar kotoran (%)	< 0,05
3	Bilangan Jod (mg jod/100 gram)	8-10
4	Bilangan peroksida (mg oksigen/gram)	< 5
5	Bilangan penyabunan (mg KOH/gram)	255 – 265
6	Asam lemak bebas	< 5
7	Warna, bau, dan aroma	Normal

Sumber: Asni (1992)

Untuk mengatasi permasalahan dalam perkembangan maka dibentuklah *Asian and Pacific Coconut Community* (APCC) yakni sebuah organisasi internasional yang beranggotakan negara-negara produsen kelapa di seluruh dunia. Organisasi ini bertujuan untuk mempromosikan, mengkoordinasi semua aktivitas industri kelapa yang berhubungan dengan kesejahteraan petani-petani kecil, juga terlibat dalam pengembangan industri itu sendiri termasuk produksi, pengolahan dan pemasaran produk-produk yang berasal dari kelapa (Dirjen KPI, 2009).

### 2.2.2 Konsep Daya Saing

Perkembangan konsep daya saing berawal dari keunggulan absolut dimana sebuah negara yang mampu menjual produknya dengan harga murah adalah negara yang mampu bersaing dan memperoleh manfaat perdagangan tanpa adanya campur tangan pemerintah. Kemudian terdapat persoalan bahwa barang dengan harga murah belum tentu terjual di pasar. Hal ini menjadi dorongan David Ricardo mengemukakan teori keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif diperoleh dari adanya daya dukung dari sumber daya alam pada suatu negara. Keunggulan komparatif ini lazim disebut dengan keunggulan alamiah (*natural advantage*) yang dimiliki suatu komoditas oleh suatu negara (Cho dan Moon, 2003). Suatu negara akan berfokus pada ekspor suatu barang tertentu jika negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terbesar dan akan mengimpor barang tertentu jika negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang rendah (J.S. Mill dalam Tambunan, 2004).

Daya saing yang kuat tidak hanya pada sumbangan alamiah di suatu negara saja, tetapi juga pada kemampuan suatu negara untuk bersaing melalui keunggulan kompetitif. Menurut Porter (1990), daya saing dapat dikaitkan dengan

tingkat produktivitas yakni output yang dihasilkan oleh setiap unit input yang digunakan. Peningkatan produktivitas disebabkan oleh peningkatan jumlah unit input yang digunakan seperti modal, kualitas input maupun output, dan teknologi produksi. Maka konsep daya saing merupakan kemampuan suatu negara atas perkembangan suatu produk yang memiliki kestabilan kualitas agar dapat bersaing di pasar dunia. Kemampuan tersebut dapat dilihat dari keunggulan komparatif serta keunggulan kompetitif yang dimiliki suatu negara. Keunggulan komparatif diperoleh dari adanya perbedaan produktivitas tenaga kerja dan biaya produksi yang dipengaruhi oleh jumlah faktor produksi yang tersedia dalam suatu negara. Tingkat keunggulan kompetitif merupakan keunggulan yang bersifat dapat dikembangkan atau diciptakan, salah satunya karena adanya penggunaan teknologi (Tambunan, 2001). Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa daya saing berasal dari konsep keunggulan absolut, dan keunggulan komparatif, dimana terdapat kemampuan suatu negara untuk menghasilkan produk secara efisien daripada negara lain dan produk tersebut mampu masuk dan bersaing dalam pasar.

### 2.2.3 Teori Keunggulan Komparatif

Menurut Salvatore (1997), Teori keunggulan komparatif bermula dengan adanya perkembangan teori merkantilisme dan teori keunggulan absolut. Teori merkantilisme pada abad ke-15 menilai bahwa satu-satunya cara bagi sebuah negara untuk menjadi kaya dan kuat adalah dengan melakukan sebanyak mungkin ekspor dan sesedikit mungkin impor. Surplus ekspor yang dihasilkannya selanjutnya akan dibentuk dalam aliran emas lantakan, atau logam-logam mulia, khususnya emas dan perak. Semakin banyak emas dan perak yang dimiliki oleh sebuah negara maka semakin kaya dan kuatlah negara tersebut. Oleh karena itu, pemerintah harus menggunakan seluruh kekuatannya untuk mendorong ekspor dan membatasi impor (khususnya impor barang-barang mewah).

Perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut (*absolute advantage*). Jika sebuah negara lebih efisien dibanding negara lain dalam memproduksi sebuah komoditi, namun kurang efisien dibanding negara lain dalam memproduksi komoditi lainnya, maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan cara masing-masing melakukan spesialisasi



dalam memproduksi komoditi yang memiliki keunggulan absolut. Melalui proses tersebut, sumber daya di kedua negara dapat digunakan dalam cara paling efisien dan output kedua komoditi yang di produksi pun akan meningkat. Peningkatan dalam output ini akan mengukur keuntungan dari spesialisasi produksi untuk kedua negara yang melakukan perdagangan (Salvatore, 1997).

Pada tahun 1817, David Ricardo berpendapat suatu negara akan tetap mendapatkan manfaat dari perdagangan walaupun tidak memiliki keunggulan absolut. Teori yang dikenal dengan Ricardian model ini pada dasarnya mampu menerangkan berapa nilai tukar dan keuntungan yang diterima dari kegiatan perdagangan antar negara. Teori ini menerangkan bahwa nilai suatu barang tergantung dari banyaknya tenaga kerja yang digunakan dalam memproduksi barang dan keunggulan komparatif muncul dari perbedaan produktivitas tenaga kerja. Lalu, teori ini ditambahkan oleh teori Heckscher dan Ohlin atau disingkat teori H-O menjelaskan sebagai berikut sebuah negara yang relatif kaya atau berkelimpahan tenaga kerja akan mengekspor komoditi-komoditi yang relatif padat tenaga kerja dan mengimpor komoditi-komoditi yang relatif pada modal (yang merupakan faktor produksi langka dan mahal di negara yang bersangkutan). Model Heckscher dan Ohlin ini seringkali disebut sebagai teori kepemilikan faktor (*factor endowment power*) atau teori proporsi faktor (*factor proportions theory*) (Salvatore, 1997).

Dari perkembangan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan komparatif akan di peroleh karena setiap negara yang melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor komoditi yang banyak menyerap tenaga faktor produksi yang tersedia di negara itu dalam jumlah dan berharga relatif murah, serta mengimpor komoditi banyak menyerap faktor produksi yang di negara itu relatif langka dan mahal. Teori-teori tersebut merupakan teori yang dapat digunakan untuk menyederhanakan fenomena perdagangan internasional dan perekonomian global yang sangat rumit.

#### **2.2.4 Revealed Comparative Advantage (RCA) Index**

Analisis daya saing komoditas suatu negara dapat diukur dengan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode ini menganalisis keunggulan komparatif suatu negara dimana dianggap bahwa suatu negara yang sedang

berkembang memiliki keunggulan dalam memproduksi barang – barang yang faktor produksinya berlimpah di dalam negeri. Balasa (1965) mengemukakan bahwa prinsip dasar RCA adalah adanya perbedaan biaya oportunitas antar negara dan spesialisasi produk yang meyebabkan terjadinya kegiatan perdagangan. Indeks RCA akan menunjukkan perbandingan antar pangsa ekspor komoditas suatu negara terhadap total pangsa ekspor komoditas yang sama dari seluruh dunia kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia. Kelebihan dari metode ini adalah data yang diperlukan untuk keperluan analisis mudah diperoleh dan metode ini melibatkan banyak parameter sehingga lebih akurat, dibandingkan jika keunggulan komparatif hanya dilihat dari kinerja ekspor suatu negara. Secara matematis, indeks RCA dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Indeks RCA: } \frac{X_{ij}/X_{tj}}{X_{iw}/X_{tw}}$$

dimana:

RCA = Indikator daya saing (keunggulan komparatif)

X<sub>ij</sub> = Nilai ekspor minyak kelapa dari negara j (US\$)

X<sub>tj</sub> = Nilai ekspor total seluruh barang dari negara j (US\$)

X<sub>iw</sub> = Nilai ekspor minyak kelapa di dunia (US\$)

X<sub>tw</sub> = Nilai ekspor total seluruh barang di dunia (US\$)

Tambunan (2001), jika nilai indeks RCA lebih dari 1, berarti negara pengeskor tersebut memiliki keunggulan komparatif di atas rata - rata dunia untuk komoditas tersebut. Sebaliknya, jika lebih kecil dari satu berarti keunggulan komparatif untuk komoditas tersebut rendah, di bawah rata-rata dunia.

### 2.2.5 Teori Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif yang berkembang saat ini adalah *Porter Diamond Theory* (Berlian Porter) yang menyatakan bahwa keunggulan daya saing kompetitif ditentukan oleh kemampuan suatu perusahaan untuk membuat produk dengan kualitas yang konsisten dan mampu bersaing di pasar minyak kelapa dunia. Menurut Porter dalam Anindita (2009), untuk memenuhi permintaan konsumen yang selalu berubah maka diklasifikasikan faktor lingkungan

keberhasilan yang berkaitan secara langsung menjadi empat komponen yakni kondisi faktor, kondisi permintaan, *related industries* (industri terkait) dan *supporting industries* (industri pendukung) serta strategi, struktur dan pesaing perusahaan. Setiap komponen yang terdapat dalam teori Berlian Porter memiliki penjelasan beberapa hal sebagai berikut:

#### 1. *Factor Conditions* (Faktor Kondisi)

*Factor Conditions* (Faktor Kondisi) yakni keunggulan suatu negara karena memiliki faktor-faktor produksi yang digunakan untuk bersaing dalam industri tertentu, seperti sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan, teknologi, modal dan infrastruktur yang dimaksud sebagai berikut:

##### a. Sumber Daya Manusia

Daya saing industri domestik pada sisi sumber daya manusia mencakup dari jumlah tenaga kerja yang tersedia, kemampuan manajerial, keterampilan yang dimiliki, biaya tenaga kerja dan etika kerja.

##### b. Sumber Daya Fisik atau Alam

Daya saing industri domestik pada sisi sumber daya fisik atau alam mencakup biaya, kualitas, aksesibilitas, luas lahan, dan sumber daya pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan atau sumber daya lainnya, baik yang dapat diperbaharui maupun yang tidak dapat diperbaharui. Selain itu, kondisi alam seperti cuaca, iklim, luas wilayah geografis, dan kondisi topografi.

##### c. Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Daya saing industri domestik pada sisi ilmu pengetahuan dan teknologi meliputi ketersediaan pengetahuan pasar, pengetahuan ilmiah untuk menunjang produksi barang maupun jasa. Selain itu, ketersediaan sumber-sumber pengetahuan dan teknologi seperti perguruan tinggi, lembaga penelitian, lembaga pengembangan, lembaga statistik, literatur bisnis, basis data, laporan penelitian dan sumber pengetahuan serta teknologi lainnya.

##### d. Sumber Daya Modal

Daya saing industri domestik pada sisi sumber daya modal meliputi jumlah dan biaya tersedia, jenis pembiayaan, aksesibilitas terhadap pembiayaan, kondisi lembaga pembiayaan (perbankan), peraturan keuangan, kondisi moneter, kondisi fiskal, serta peraturan moneter dan fiskal.

e. Sumber Daya Infrastruktur

Daya saing industri domestik pada sisi sumber daya infrastruktur meliputi ketersediaan jenis, mutu, biaya infrastruktur, sistem transportasi, komunikasi, pembayaran dan transfer dana, air bersih dan lain-lain.

2. *Demand Conditions* (Faktor Permintaan)

Keunggulan karena banyaknya jumlah permintaan barang. Permintaan dalam negeri memberi perusahaan suatu gambaran akan kebutuhan pembeli, dan menekan perusahaan untuk melakukan inovasi lebih cepat dibandingkan negara pesaing lainnya. Terdapat tiga faktor kondisi permintaan yang mempengaruhi daya saing industri domestik yakni:

a. Komposisi Permintaan Domestik

Karakteristik permintaan domestik sangat mempengaruhi daya saing industri domestik. Karakteristik tersebut adalah:

- i. Struktur segmen permintaan merupakan faktor penentu daya saing industri domestik. Pada sebagian besar industri, permintaan yang ada telah tersegmentasi atau diperkecil menjadi beberapa bagian yang lebih spesifik. Pada umumnya perusahaan-perusahaan lebih mudah memperoleh daya saing pada struktur segmen permintaan yang lebih luas dibanding dengan segmen yang lebih kecil.
- ii. Pengalaman dan selera pembeli yang tinggi akan meningkatkan tekanan pada produsen untuk menghasilkan produk yang bermutu dan memenuhi standar yang tinggi yang meliputi standar mutu produk, pelayanan, dan fitur-fitur produk.
- iii. Perencanaan stok kebutuhan pembeli yang baik dari perusahaan dalam negeri menjadi suatu poin penting dalam memperoleh keunggulan daya saing.

b. Jumlah Permintaan dan Pola Pertumbuhan

Tingkat persaingan dipengaruhi oleh besarnya permintaan domestik dalam negeri karena jumlah pembeli yang bebas dan adanya permintaan yang baru serta penetrasi pasar lebih awal berakibat kejenuhan permintaan yang juga lebih awal. Pasar domestik yang luas dapat diarahkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam suatu industri. Hal tersebut dapat dilakukan dalam skala yang

ekonomis melalui adanya penanaman modal dengan membangun fasilitas skala besar, pengembangan teknologi dan peningkatan produktivitas.

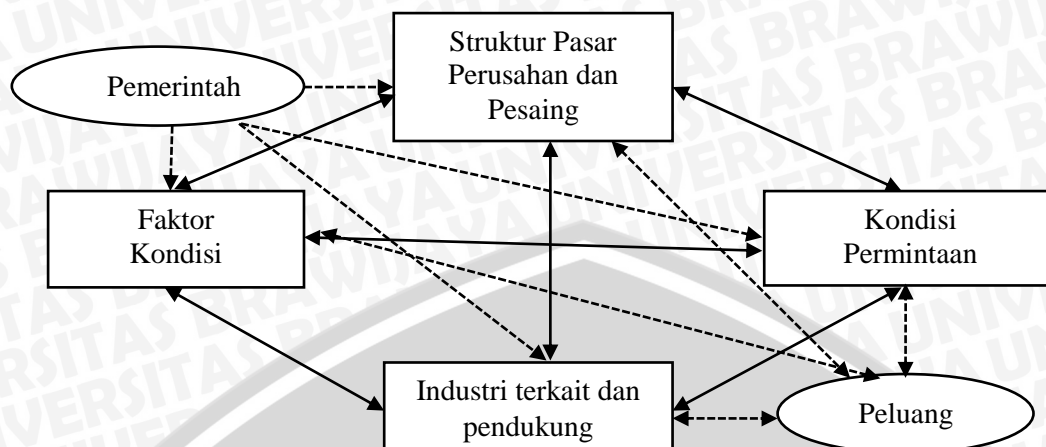
### 3. *Related and Supporting Industries* (Industri Terkait dan Pendukung)

Keunggulan yang memiliki pengaruh dari adanya keterkaitan antar industri yang hubungan kerjasama. Industri terkait akan memberikan aliran informasi dan saling mendukung dalam hal teknis yang akan mempercepat dalam inovasi. Pada industri hulu yang memiliki daya saing global akan memasok bahan baku bagi industri utama dengan harga yang lebih murah, mutu yang lebih baik, pelayanan yang cepat, pengiriman tepat waktu dan jumlah sesuai dengan kebutuhan industri utama. Hal yang sama pada industri hilir menggunakan produk industri hilir sebagai bahan baku. Apabila industri hilir memiliki daya saing global maka industri hilir dapat mendorong industri hulu untuk memperoleh daya saing tingkat global.

### 4. *Firm Strategy, Structure and Rivalry* (Struktur Pasar Perusahaan dan Pesaing)

Keunggulan karena strategi, struktur dan perusahaan-perusahaan di suatu negara karena mampu bersaing dan memproduksi secara efisien dalam suatu industri domestik. Keberadaan para pesaing menjadi dorongan yang kuat untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Hubungan dari keempat komponen tersebut ditunjukkan pada gambar 1.

Untuk faktor yang berkaitan secara tidak langsung dengan keunggulan kompetitif minyak kelapa yakni pemerintah (*government*) dan peluang (*chance*). Peran pemerintah merupakan variabel terakhir dari teori Berlian Porter. Pada kondisi faktor sumber daya dipengaruhi melalui subsidi, kebijakan pasar modal, kebijakan pendidikan lainnya. Pada bagian industri pendukung dan industri terkait, pemerintah membentuk polanya seperti dengan mengontrol media periklanan dan membuat regulasi dari pelayanan pendukung, serta mempengaruhi persaingan, struktur, dan strategi perusahaan melalui pasar modal, kebijakan pajak. Peran pemerintah akan dianalisis lewat kebijakan dalam pengaturan kegiatan ekspor dan kualitas minyak kelapa ekspor Indonesia. Sedangkan kesempatan akan mendukung ketika terjadinya perkembangan pada industri itu sendiri. Berikut merupakan konsep yang dikemukakan oleh Berlian Porter ditunjukkan pada gambar 1.



Keterangan:

————— > Faktor yang berkaitan secara langsung (Faktor Internal)

----- > Faktor yang berkaitan secara tidak langsung (Faktor Eksternal)

Sumber: Porter (1990)

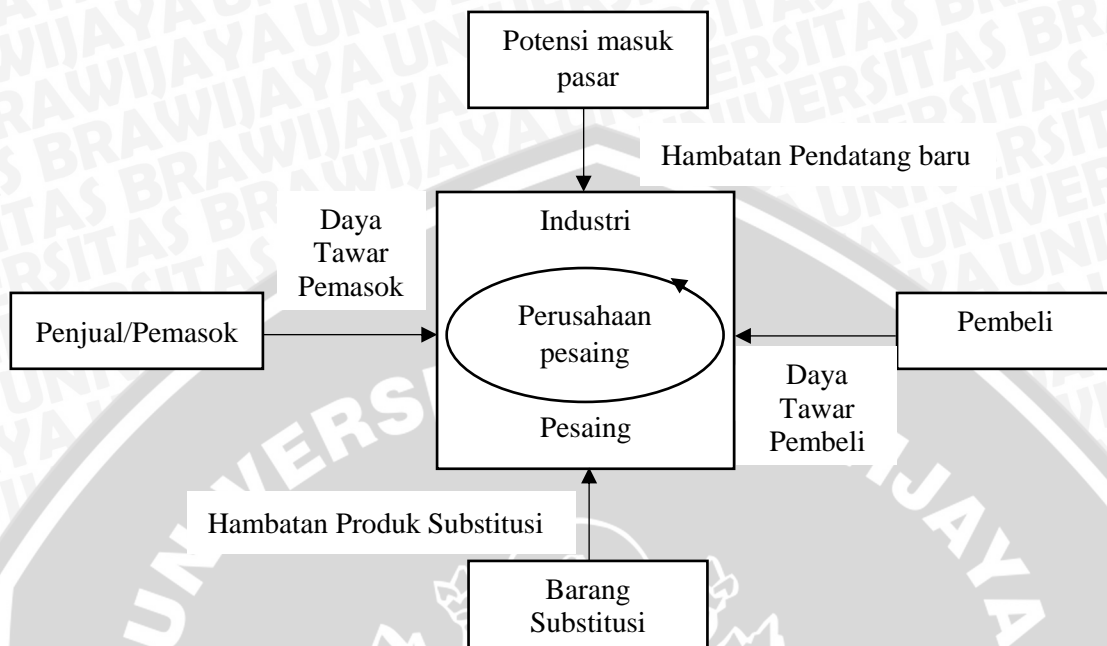
Gambar 1. Konsep Keunggulan Kompetitif berdasarkan Model Berlian Porter

Pada faktor peluang memiliki dampak yang hanya berlaku satu arah terhadap keempat faktor utama dari teori Berlian Porter. Faktor peluang merupakan suatu hal yang besar di luar kekuatan dari industri dan juga pemerintah dalam memberikan pengaruh. Teori keunggulan kompetitif bukan hanya dilihat dari perbedaan produktivitas tenaga kerja dan faktor produksi saja, namun juga melibatkan kondisi permintaan, keterkaitan antarindustri terkait serta struktur strategi dan persaingan. Selain itu faktor yang tidak berkaitan langsung dengan keunggulan kompetitif yakni pemerintah dan peluang. Faktor ini akan membentuk strategi dalam peningkatan keunggulan daya saing yang disebut model berlian daya saing internasional.

### 2.2.6 Struktur Pasar Perusahaan dan Pesaing

Akses lingkungan eksternal mencakup dua aktifitas, yakni kumpulan informasi dan akses informasi. Salah satu cara yang paling sering digunakan yakni dengan melalui pengetahuan persaingan pasar yang dilakukan dengan menggunakan sistematis teknik untuk menganalisis informasi pasar tentang pesaing dari perusahaan tertentu. Pengetahuan persaingan pasar dilakukan dengan mengumpulkan informasi-informasi eksternal dari pesaing dan lingkungan kompetitif sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Berikut hubungan

konsep kekuatan dalam persaingan industri atau perusahaan ditunjukkan pada gambar 2.



Sumber: Porter dalam Rugman dan Collinson (2006)

Gambar 2. Konsep Struktur Perusahaan dan Pesaing

*Five forces of industry competitiveness* model adalah sebuah model yang digunakan untuk melakukan analisis industri dan pengembangan strategi bisnis, struktur perusahaan dan lingkungan persaingan. *Five forces* menunjukkan tentang bagaimana tingkat persaingan pasar dari suatu industri untuk mendapatkan keunggulan kompetitif baik dari segi persaingan pasar maupun dari segi penyediaan bahan baku. Dalam pengembangan strategi bisnis, strategi tersebut akan dinilai berhasil apabila perusahaan kemudian mendapatkan keuntungan yang menjanjikan.

Terdapat lima kombinasi kekuatan yang secara bersama sama akan menentukan intensitas persaingan pasar dan menganalisis strategi bersaing yang telah digunakan yakni:

1. Ancaman masuknya pendatang baru

Ancaman masuknya pendatang baru dalam negeri merupakan suatu implikasi bagi perusahaan yang sudah ada bahwa akan terjadi perebutan pangsa pasar. Kondisi seperti ini akan menimbulkan ancaman bagi perusahaan yang telah ada. Semakin mudah pendatang baru untuk masuk ke dalam pasar maka akan

semakin tinggi pula persaingan yang terjadi dan sebaliknya jika tingkat kesulitan untuk masuk ke pasar industri tinggi maka tingkat persaingan akan semakin rendah. Ancaman pendatang baru ini akan sangat dipengaruhi oleh brand/nama dari produk yang dipasarkan oleh suatu perusahaan. Semakin terkenal brand perusahaan maka ancaman pendatang baru akan semakin kecil.

## 2. Ancaman adanya produk substitusi

Perusahaan yang berada dalam suatu industri tertentu akan bersaing pula dengan produk atau jasa substitusi. Semakin tinggi kemampuan produk substitusi terhadap produk perusahaan maka hal ini mengindikasikan bahwa konsumen akan dapat dengan mudah beralih kepada produk-produk substitusi tersebut. Walaupun karakteristiknya berbeda barang pengganti akan menjadi kuat apabila konsumen dihadapkan pada biaya pengalihan (*switching cost*), yang berarti selisih biaya yang dikeluarkan oleh konsumen tidak berbeda jauh untuk beralih ke produk substitusi sehingga konsumen akan dengan mudah beralih kepada produk substitusi. Berikut adalah produk substitusi yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai minyak nabati, seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Produk Substitusi Minyak Nabati Indonesia

Nama Indonesia	Nama Inggris	Nama Latin	Kg/ha/thn
Sawit	Palm	<i>Elaeis guineensis</i>	5000
Kelapa	Coconut	<i>Cocos nucifera</i>	2260
Alpoket	Avocado	<i>Persea americana</i>	2217
Kacang Brazil	Brazil nut	<i>Bertholletia excelsa</i>	2010
Kacang Makadam	Macademia nut	<i>Macademia ternif.</i>	1887
Jarak pagar	Physic nut	<i>Jatropha curcas</i>	1590
Jojoba	Jojoba	<i>Simmondsia califor</i>	1528
Kacang pekan	Pecan nut	<i>Carya pecan</i>	1505
Jarak kaliki	Castor	<i>Ricinus communis</i>	1188
Zaitun	Olive	<i>Olea europea</i>	1019
Kanola	Rapeseed	<i>Brassica napus</i>	1000
Opium	Poppy	<i>Papaver somniferum</i>	978

Sumber: Fatoni, Anwar. *et.all* (2011)

## 3. Daya Tawar Menawar Pembeli

Analisis ini dilakukan untuk melihat bagaimana posisi daya beli dari konsumen atau pelanggan perusahaan. Dalam hal ini, konsumen akan lebih memilih-milih produk apa saja yang dibeli, hal ini akan berkaitan erat dengan harga, kualitas, trend ataupun gaya hidup konsumen tersebut. Semakin tinggi kekuatan tawar-menawar konsumen maka sebaiknya perusahaan harus lebih



memahami apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih dan loyalitas pelanggan dapat tercapai. Perusahaan domestik yang menawarkan produk minyak kelapa terdahulu yakni PT Mangga Dua. Selain itu masuknya industri baru seperti PT Cargil Indonesia, PT. Eastern Pacific Coconut Utama, dan PT Palko Sari Eka.

#### 4. Daya Tawar Pemasok

Penyedia bahan baku, merupakan salah satu pihak yang sangat berperan dalam melakukan upaya strategi pasar dimana perusahaan yang bersangkutan akan menerima bahan baku yang akan digunakan untuk menghasilkan output yang maksimal. Hal ini merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dimana penyedia bahan baku juga memiliki posisi tawar yang mereka kehendaki. Penyedia bahan baku bisa saja memberikan bahan baku yang mereka sediakan kepada perusahaan lain ketika perusahaan lain tersebut memberikan harga yang lebih tinggi. Semakin tinggi daya tawar-menawar perusahaan penyedia bahan baku maka sebaiknya perusahaan juga memberikan keuntungan yang lebih kepada perusahaan penyedia bahan baku tersebut. Berikut data pemasok bahan baku minyak kelapa seperti pada tabel 6.

Tabel 6. Pemasok Bahan Baku Minyak Kelapa Indonesia

Tahun	Luas Areal Tanam (ha)			Produksi (ton)		
	PR	PBN	PBS	PR	PBN	PBS
2009	3.731.606	4.844	62.674	3.181.582	3.293	73.094
2010	3.697.032	4.293	38.024	3.126.383	1.805	38.478
2011	3.725.784	4.293	37.627	3.132.843	3.107	38.428
2012	3.740.332	4.100	37.217	3.148.810	3.009	38.078
2013	3.614.672	4.079	35.726	3.012.526	2.927	36.132

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014

Keterangan: PR (Perkebunan Rakyat)  
PBN (Perkebunan Besar Negara)  
PBS (Perkebunan Swasta)

#### 5. Rival Industry (Pesaing Perusahaan)

Semakin banyak jumlah pesaing, dengan jajaran produk yang berkualitas maupun dengan harga yang sangat kompetitif, maka semakin tinggi pula tingkat persaingan. Kekuatan persaingan sangat dipengaruhi oleh keempat kekuatan sebelumnya, yaitu kekuatan konsumen, supplier, produk substitusi serta para pesaing baru. Perusahaan pesaing minyak nabati meliputi perkebunan rakyat,

perkebunan besar negara dan perkebunan swasta. Perusahaan pesaing dari minyak kelapa yakni minyak kelapa sawit. Adapun perusahaan-perusahaan minyak nabati yang bersaing dengan industri minyak kelapa yakni, PT Palko Eka Sari yang memproduksi RBD (*Refined, Bleaching, Deodorizing*) Coconut Oil dan turunannya berupa produk *Coconut Fatty Acid Distillate* (CNFA), PT Eastern Pacific Coconut Utama yang memproduksi *coconut cream powder, desiccated coconut* dan *coconut water*, dan PT. Chargil Indonesia yang memproduksi *coconut oil*.

Jadi, untuk meraih keunggulan kompetitif, maka harus memperhatikan kelima kekuatan tersebut. Kekuatan-kekuatan tersebut harus dianalisis dan dilakukan secara seimbang untuk mendapatkan hasil yang optimal. Setiap faktor akan saling mempengaruhi terbentuknya kriteria keunggulan kompetitif.



