

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Kota Batam memiliki sumberdaya alam yang melimpah sebagai keunggulan komperatif wilayah (Coremap II Kota Batam). Dalam perspektif Porter, 1998, *comparative advantage* saja tidak cukup. Keunggulan komparatif bukan jaminan satu-satunya untuk menarik investasi. Pada saat ini variabel yang sangat berpengaruh adalah keunggulan kompetitif. Suatu daerah yang memiliki keunggulan kompetitif justru mampu menggait jumlah investasi lebih besar dalam mendukung pengembangan dan pertumbuhan ekonomi daerah yang bersangkutan.

Komoditas unggulan adalah komoditas yang diusahakan berdasarkan keunggulan komparatif dan kompetitif serta ditopang oleh pemanfaatan teknologi sesuai dengan agroekosistem untuk meningkatkan nilai tambah dan mempunyai “*multiplier effect*” terhadap berkembangnya sektor lain (Sunarno, 2003). Secara umum suatu komoditas dapat dianggap unggulan apabila komoditas tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Komoditas tersebut dapat diproduksi secara terus menerus pada tingkat produktivitas dan kualitas yang baik.
2. Dapat diserap oleh pasar dalam jumlah besar.
3. Berkelanjutan, dan pada tingkat harga yang wajar.

Pengertian ini dapat beragam tergantung pada kriteria atau sudut pandang yang digunakan. Beberapa kriteria yang dapat digunakan sebagai penentuan komoditas unggulan adalah kecukupan pasokan, perolehan devisa, potensi pengembangan, jumlah tenaga kerja yang terlibat, dan lain-lain. Berangkat dari hal itu, diperlukan satu pengertian dasar mengenai komoditas unggulan. Dua sisi yang harus diperhatikan dalam penetapan komoditas unggulan, yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan (Sunarno, 2003).

Selanjutnya (Sunarno, 2003) menjelaskan kemampuan suatu wilayah untuk menghasilkan komoditas unggulan dicerminkan oleh sisi penawaran dan permintaan. Dari sisi penawaran, komoditas unggulan ditopang oleh kesesuaian ekosistem dan biofisik wilayah serta penguasaan teknologi

produksi. Dari sisi permintaan, komoditas tersebut mempunyai pasar riil yang berkembang, baik di tingkat konsumsi langsung maupun sebagai bahan baku industri. Oleh karena itu, pendekatan keunggulan komoditas akan menciptakan perikanan dinamis dan berkesinambungan. Sisi permintaan menggambarkan perilaku pasar komoditas yang meliputi volume dan nilai permintaan (riil dan potensial) dan perkembangannya. Dengan demikian sisi permintaan memberi isyarat sebagai berikut :

1. Jumlah komoditas yang dapat diserap pasar
2. Karakteristik/kualitas komoditas yang diinginkan
3. Tingkat harga
4. Tata niaga
5. Tingkat persaingan antar pelaku pasar.

Terdapat beberapa faktor yang menentukan pemilihan komoditas unggulan yang berorientasi sumberdaya lokal dan pasar untuk sektor pertanian. Faktor tersebut yaitu :

1. Teknis memproduksi
2. Kelayakan finansial
3. Pasar dan pemasaran
4. Kelembagaan
5. Infrastruktur dan kebijakan pemerintah.

Dalam analisis pengembangan komoditas unggulan, program sektoral yang secara langsung terkait dengan komoditas unggulan (perindustrian dan perdagangan, pertanian, perikanan) dan yang mendukung (pekerjaan umum, pendidikan nasional, perkoperasian, perbankan) harus menjadikan pengembangan komoditas unggulan sebagai acuan penyusunan program dan alokasi anggaran. Keterbatasan dana sumberdaya pembangunan harus dimanfaatkan secara efisien dan terpusat pada sektor (sub sektor) yang mampu menimbulkan efek multiplikasi yang besar (Supriatna, 1977).

Pengenalan komoditas, peluang investasi, pasar dan harga, serta jalur distribusinya harus secara jelas disampaikan kepada masyarakat dan daerah. Mengembangkan komoditas unggulan memerlukan investasi yang besar,

berkelanjutan dan perlu model pengelolaan dan kemitraan yang terbuka. Hak dan kewajiban pelaku kemitraan harus transparan, disampaikan dan didiskusikan. Siapa melakukan apa dan akan mendapat apa, dengan jumlah berapa dan kapan mendapatkannya, akan menjadi pertanyaan yang harus disiapkan jawabannya (Supriatna, 1977).

Maarif (2003) menjelaskan bahwa pemetaan potensi komoditas unggulan (setingkat desa) akan memberikan informasi kepada *stakeholders* mengenai komoditas/produk/jenis usaha yang potensial yang menjadi unggulan daerah untuk dikembangkan. Setiap desa atau kecamatan diharapkan memiliki komoditi/produk/jenis usaha unggulan dari berbagai sektor ekonomi yang patut dan cocok untuk dikembangkan.

Strategi semacam itu merupakan adopsi dari kesuksesan Thailand melalui program *One Tambon One Product* (OTOP), yaitu program pengembangan komoditas unggulan di suatu daerah (Tambon) yang sukses dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau di Indonesia dikenal dengan OTOP (*One Village One Product*). Dengan program yang lebih fokus, Pemerintah Kota Batam dapat memprioritaskan kebijakan ekonomi melalui pengembangan komoditas unggulan tertentu di suatu desa atau kecamatan sebagai upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mengurangi angka/tingkat kemiskinan di daerah. Pada akhirnya, hal tersebut diharapkan akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal (Korneta dan Rusliadi, 2008).