

DAYA SAING KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Anggita Tresliyana^{*)}, Anna Fariyanti^{**)}, dan Amzul Rifin^{**)}

^{*)} Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, Badan Litbang Pertanian
Jl Tentara Pelajar no 10, Cimanggu Bogor 16114

^{**)} Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper Wing 2 Level 5, Kampus IPB Darmaga Bogor 16680

ABSTRACT

Cocoa is one of the major Indonesian agricultural export products. Cocoa international market has great potential regarding world's consumption growth, therefore Indonesia is expected to take advantage on existing opportunities. The aims of this study were to analyze the competitiveness of Indonesian cocoa beans and processed cocoa trade in the international market as well as the level of competition between cocoa exporting countries. By using Revealed Comparative Advantage (RCA) and Spearman Rank Correlation, it showed that Indonesia had a comparative advantage as an cocoa exporter on the international market, the highest for cocoa beans and the lowest for cocoa paste; Indonesia also had a significant correlation to exporting countries in cocoa beans' market (Ghana) and cocoa paste's market (Netherlands and Malaysia), the correlation suggests that there were high correlation between Indonesia and the exporting country in competing for market share.

Keywords: cocoa, comparative advantage, international trade, competitiveness, market share, RCA

ABSTRAK

Kakao merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan ekspor Indonesia. Pasar kakao memiliki potensi yang besar dilihat dari peningkatan konsumsi dunia, sehingga Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis daya saing perdagangan biji kakao dan kakao olahan Indonesia di pasar internasional serta hubungan daya saing antar negara eksportir kakao. Dengan menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA), dan Korelasi Rank Spearman, hasil analisis menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif sebagai eksportir biji kakao dan kakao olahan di pasar internasional, tertinggi untuk biji kakao dan terendah untuk kakao pasta; Indonesia juga memiliki korelasi yang signifikan di beberapa negara untuk pasar biji kakao (Ghana) dan kakao pasta (Belanda dan Malaysia), korelasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan daya saing yang cukup tinggi antara Indonesia dengan negara eksportir tersebut dalam perebutan pangsa pasar dunia.

Kata kunci: kakao, keunggulan komparatif, perdagangan internasional, daya saing, pangsa pasar, RCA

¹ Alamat Korespondensi:
Email: tresliyana@gmail.com

PENDAHULUAN

Kakao merupakan salah satu komoditas perkebunan yang merupakan komoditas unggulan nasional, dengan volume produksi terbesar kelima setelah kelapa sawit, kelapa, karet, dan tebu (BPS, 2011), dan memberikan sumbangan devisa ketiga terbesar setelah kelapa sawit dan karet (Goenadi *et al.* 2007). Pada tahun 2010, Indonesia memproduksi 844,4 ribu ton kakao, mengalami peningkatan pesat dibandingkan produksi

pada tahun 1990, yang hanya sebesar 142,3 ribu ton (BPS, 2011). Pada kurun waktu tersebut, terjadi peningkatan produksi lebih dari enam kali lipat.

Pertumbuhan produksi kakao tiap tahunnya disebabkan oleh banyaknya pengembangan produksi hampir di setiap provinsi. Data Ditjenbun (2011), pada tahun 2010 perkebunan kakao Indonesia tersebar di setiap provinsi kecuali DKI Jakarta, dengan luas areal sebesar 1.650.621 ha, jauh meningkat dari tahun

1990 yang hanya seluas 357.490 ha. Pendorong utama pertumbuhan area perkebunan kakao adalah sebagai sumber pekerjaan untuk petani kecil dan kakao menyediakan pendapatan ekspor (Arsyad dan Yusuf, 2008).

Pengembangan kakao memang tidak terlepas dari perannya sebagai salah satu komoditas perkebunan yang menjadi fokus pengembangan untuk tujuan ekspor. Pengembangan kakao merupakan upaya yang dilaksanakan untuk mengembangkan dan meningkatkan mutu tanaman ekspor dalam rangka mempertahankan pangsa pasar internasional yang sudah ada serta penetrasi pasar yang baru. Sesuai dengan tujuan pemerintah yang menjadikan kakao sebagai komoditas ekspor andalan, produksi kakao yang tinggi menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen dan eksportir biji kakao terbesar di dunia. Menurut International Cocoa Organization (2012), pada tahun 2011 Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana, dengan memproduksi sekitar 15% kakao dunia. Pantai Gading merupakan penyumbang terbesar produksi kakao sebesar 34%, kemudian Ghana sebesar 18%.

Ditinjau dari perdagangan internasional, walaupun Indonesia merupakan salah satu eksportir utama biji kakao di pasar internasional setelah Pantai Gading dan Nigeria dengan pangsa pasar 15%, tetapi untuk produk olahan berupa pasta kakao, kakao *butter*, dan kakao bubuk, posisi Indonesia berada di posisi yang lebih rendah dengan pangsa pasar kurang dari 6% (ITC, 2011). Pada tahun 2012, total ekspor kakao mencapai 387.776 ton, namun kakao Indonesia sebagian besar masih diekspor dalam bentuk mentah yakni biji kakao. Dari total ekspor kakao Indonesia, sebanyak 163.500 ton atau lebih dari 42% diekspor dalam bentuk biji, baru sisanya diekspor dalam bentuk pasta, butter, bubuk, dan makanan yang mengandung cokelat (ITC, 2012). Adanya perbedaan nilai ekspor yang tinggi antara biji kakao dengan produk kakao olahan, menunjukkan bahwa industri hilir kakao belum berkembang dengan baik. Indonesia masih mengandalkan biji kakao, padahal pasar internasional pun memerlukan banyak produk kakao olahan.

Ekspor kakao didorong dari sisi permintaan, yakni adanya pertumbuhan konsumsi dunia akan kakao selama sepuluh tahun terakhir, yaitu sebesar rata-rata 3% per tahun (Damayanti, 2012). Jika konsumsi

dunia meningkat, maka ekspor kakao Indonesia juga meningkat karena negara pengimpor kakao Indonesia akan meningkatkan impor yang disebabkan meningkatnya permintaan di negara mereka. Konsumsi kakao tertinggi tahun 2011/2012 berada di Eropa dan Amerika, yang menyebabkan 61% kakao dikonsumsi di dua kawasan ini (ICCO, 2012). Konsumsi di kawasan ini diproyeksikan meningkat sebesar 2,2% setiap tahunnya, sehingga menjadi 2,3 juta ton pada tahun 2010 dan akan terus menjadi konsumen kakao terbesar di dunia (FAO, 2003). Namun demikian, produksi biji kakao dunia mencapai 3,99 juta ton sementara konsumsi mencapai 3,997 juta ton, sehingga terjadi defisit sekitar 7 ribu ton (ICCO, 2012). Hal ini diperkirakan ICCO akan berlangsung pada tahun mendatang dengan pertumbuhan produksi kakao dunia yang cenderung menurun sekitar 8% per tahunnya. Dengan adanya kecenderungan penurunan produksi dunia, maka kenaikan konsumsi dunia dapat dilihat sebagai peluang yang dapat diisi oleh kakao Indonesia.

Sejalan dengan tujuan pengembangan kakao nasional yakni sebagai komoditas ekspor unggulan, baik biji maupun olahan maka pemerintah mulai mengembangkan industri hilir kakao. Untuk itu, pemerintah menetapkan bea keluar bagi biji kakao hingga 15% melalui Peraturan Menteri Keuangan No 67/PMK.011/2010 yang diberlakukan sejak April 2010. Peraturan ini bertujuan menumbuhkan industri pengolahan kakao di dalam negeri yang akan meningkatkan ekspor produk olahan kakao yang berdaya saing. Sebagai dampaknya, ekspor kakao Indonesia mulai bergeser dari biji kakao ke produk kakao olahan.

Dengan adanya perubahan komposisi ekspor dan permintaan internasional dari masing-masing jenis produk kakao Indonesia maka perlu diketahui daya saing kakao Indonesia baik biji maupun olahan. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui posisi ekspor kakao yang mana yang unggul di pasar internasional sehingga dapat menentukan arah kebijakan ekspor kakao. Terutama dengan adanya kecenderungan penurunan produksi dunia maka kenaikan konsumsi dunia dapat dilihat sebagai peluang yang dapat diisi oleh kakao Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui daya saing kakao Indonesia baik biji maupun olahan dibandingkan dengan negara-negara produsen lainnya, serta hubungan daya saing antar negara eksportir kakao.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya merupakan data sekunder dengan cakupan data internasional. Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik, *International Trade Center* (ITC), UN Comtrade, dan *International Cocoa Organization* (ICCO). Data yang digunakan dalam perhitungan daya saing kakao, merupakan data ekspor kakao dari berbagai negara termasuk Indonesia selama 10 tahun, dari tahun 2003–2012.

Analisis daya saing dilakukan dengan menggunakan pendekatan matematis terhadap ukuran daya saing komoditas di pasar internasional. Data secara kuantitatif diolah dengan menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengetahui daya saing kakao Indonesia di pasar internasional, kemudian dilanjutkan dengan analisis korelasi *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan daya saing antar negara eksportir kakao.

a. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Konsep dasar dari metode RCA adalah mengukur keunggulan komparatif komoditas suatu negara di pasar internasional yang direfleksikan dari nilai ekspornya. Dalam analisis ini akan dihitung RCA dari beberapa negara eksportir utama kakao baik biji maupun olahannya sehingga keunggulan komparatifnya dapat dibandingkan. Secara matematis RCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_{it}}{W_j / W_t}$$

Keterangan:

- X_{ij} : nilai ekspor komoditas i dari negara j
- X_{it} : nilai ekspor total negara j
- W_j : nilai ekspor dunia komoditas i
- W_t : nilai total ekspor dunia

Nilai indeks daya saing suatu komoditas dalam RCA memiliki dua kemungkinan, yaitu:

1. Nilai $RCA > 1$, menunjukkan bahwa pangsa komoditas i di dalam ekspor total negara j lebih besar dari pangsa rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia). Hal ini berarti negara j memiliki keunggulan

komparatif (memiliki daya saing kuat) sehingga relatif lebih berspesialisasi di kelompok komoditas yang bersangkutan.

2. Nilai $RCA < 1$, menunjukkan bahwa pangsa komoditas i di dalam ekspor total negara j lebih kecil dari pangsa rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia). Hal ini berarti negara j tidak memiliki keunggulan komparatif (memiliki daya saing lemah) sehingga tidak berspesialisasi di kelompok komoditas yang bersangkutan.

b. Analisis Korelasi Rank Spearman (rs)

Koefisien korelasi rank spearman (rs) merupakan salah satu ukuran deskriptif untuk mengukur tingkat korelasi (*interdependency*) dua variabel, dengan syarat kedua variabel minimal mencapai pengukuran ordinal. Adapun nilai rs dirumuskan sebagai berikut (Firdaus *et al.* 2011):

$$r_s = \frac{x^2 + y^2 - \sum_{i=1}^n d_i^2}{2\sqrt{(x^2)(y^2)}}$$

$$x^2 = \frac{(n^3 - n) - (\sum t_x^3 - \sum t_x)}{12}$$

$$y^2 = \frac{(n^3 - n) - (\sum t_y^3 - \sum t_y)}{12}$$

Keterangan:

- t_x : banyaknya observasi sama pada variabel X untuk rank tertentu
- t_y : banyaknya observasi sama pada variabel Y untuk rank tertentu
- d_i : perbedaan rank X dan rank Y pada observasi ke-i
- i : observasi ke-I, untuk $i = 1, 2, \dots, n$
- Σ : jumlahkan untuk seluruh kasus angka sama

Nilai rs bisa bertanda positif maupun negatif, dan nilai mutlaknya maksimal 1 dan minimal 0. Nilai rs diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Bila nilai $|rs| = 0$, maka kedua variabel tidak berkorelasi.
2. Bila nilai $|rs| = 1$, maka kedua variabel berkorelasi sempurna, semakin tinggi nilai $|rs|$ maka semakin kuat hubungan kedua variabel.
3. Tanda positif pada rs menunjukkan bahwa kedua variabel berkorelasi searah, yakni bila variabel x semakin tinggi maka variabel y akan cenderung semakin tinggi, dan sebaliknya.

4. Tanda negatif pada rs menunjukkan bahwa kedua variabel berkorelasi berlawanan arah, yakni bila variabel x semakin tinggi maka variabel y akan cenderung semakin rendah, dan sebaliknya.

Salah satu metode untuk mengetahui posisi daya saing dan ekspor produk suatu negara di pasar dunia adalah metode RCA. Asmarantaka (2011) melakukan penelitian yang berjudul analisis daya saing ekspor kopi Indonesia dengan menggunakan metode RCA tersebut. Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor kopi di pasar dunia, dengan menghitung nilai pangsa produk ekspor Indonesia terhadap total ekspor ke luar negeri yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai ekspor produk tersebut di dunia. Seperti Asmarantaka (2011), Dermorejo dan Setiyanto (2008) yang mencermati daya saing perdagangan Indonesia dan negara-negara pemasok utama kakao ke Spanyol, menggunakan RCA dan metode lainnya. Hasil analisis menunjukkan posisi daya saing kakao Indonesia dibandingkan dengan pesaingnya, memiliki potensi keunggulan bersaing yang tergolong rendah hingga sedang, dengan kemampuan bersaing rendah hingga tinggi. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan Daryanto (2007), bahwa posisi daya saing Indonesia berdasarkan nilai RCA masih rendah dibandingkan negara-negara produsen kakao lainnya. Kemampuan daya saing kakao Indonesia masih dibawah Pantai Gading, Ghana dan Nigeria, namun dibandingkan Brazil posisi daya saing kakao Indonesia masih lebih baik. Dampak ASEAN *China Free Trade Agreement* (ACFTA) ternyata tidak meningkatkan daya saing biji kakao Indonesia di pasar China terhadap Malaysia (Lubis dan Nuryanti 2011). Sejak pelaksanaan ACFTA daya saing ekspor biji kakao Indonesia di pasar China telah memasuki tahap kematangan, sehingga Indonesia tidak meraih keuntungan dalam perdagangan bebas ACFTA hanya dengan mengeksport produk primer seperti biji kakao ke China. Oleh karena itu, Indonesia harus mengeksport produk kakao seperti kakao bubuk, kakao pasta dan lemak kakao untuk memperoleh nilai tambah dan memperbaiki daya saing kakao di pasar China.

Perbedaan penelitian mengenai daya saing komoditas kakao yang dilakukan pada tulisan ini dengan penelitian sejenis, yaitu pada metode analisis, komoditas dan negara yang diteliti, dan lingkup kajian yang dilakukan. Metode analisis yang digunakan, yaitu RCA dan Korelasi *Rank Spearman*. Untuk menghitung daya saing kakao, metode analisis yang digunakan berbeda

dengan Dermorejo dan Setiyanto (2008) yang selain menggunakan RCA, juga menggunakan *Revealed Trade Advantage* dan *Trade Specialist Ratio* (TSR). Sementara itu, Lubis dan Nuryanti (2011) menggunakan *Revealed Symetric Comparative Advantage* dan Indeks Spesialisasi Perdagangan. Metode analisis yang digunakan oleh Asmarantaka (2011) dan Daryanto (2007) walaupun menggunakan RCA, namun yang membedakan dengan tulisan ini yaitu komoditas yang diteliti dalam tulisan ini adalah biji kakao beserta olahannya, yaitu kakao pasta, *butter*, dan *powder*. Negara yang dilihat daya saingnya dalam tulisan ini adalah lima negara produsen utama kakao di dunia, berbeda dengan tulisan sejenis yang mengkhususkan melihat daya saing antara Indonesia dengan China (Lubis dan Nuryanti, 2011) dan Spanyol (Dermorejo dan Setiyanto, 2008). Selain itu, penulis juga menambahkan analisis lanjutan dari hasil RCA yaitu korelasi *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan daya saing antar negara yang tidak dianalisis pada tulisan-tulisan sebelumnya.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Biji kakao Indonesia memiliki daya saing di dunia internasional ($RCA > 1$).
2. Kakao pasta Indonesia memiliki daya saing di dunia internasional ($RCA > 1$).
3. Kakao *butter* Indonesia memiliki daya saing di dunia internasional ($RCA > 1$).
4. Kakao *powder* Indonesia memiliki daya saing di dunia internasional ($RCA > 1$).
5. Biji kakao Indonesia memiliki hubungan daya saing dengan negara eksportir kakao lain.
6. Kakao pasta Indonesia memiliki hubungan daya saing dengan negara eksportir kakao lain.
7. Kakao *butter* Indonesia memiliki hubungan daya saing dengan negara eksportir kakao lain.
8. Kakao *powder* Indonesia memiliki hubungan daya saing dengan negara eksportir kakao lain.

HASIL

Kinerja ekspor kakao Indonesia di pasar internasional dapat dilihat dari keunggulan komparatifnya. Pada penelitian ini dianalisis daya saing kakao Indonesia dan negara produsen kakao secara komparatif di pasar internasional dengan metode RCA. Hubungan daya saing antar negara eksportir kakao juga akan dianalisis melalui Korelasi Rank Spearman.

Analisis Daya Saing (RCA) Kakao Indonesia

RCA mengukur pangsa pasar ekspor suatu negara dalam kelompok industri yang sama dengan negara eksportir lainnya, sehingga banyak digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif (Serin dan Civan, 2008). Dalam analisis ini akan dibandingkan nilai RCA biji kakao dan kakao olahan Indonesia dengan negara produsen utama lainnya di pasar dunia. Semakin tinggi nilai RCA maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang semakin tinggi, dan sebaliknya.

1. Keunggulan komparatif biji kakao

Pantai Gading, Ghana, Indonesia, Nigeria, dan Kamerun adalah lima besar negara produsen dan pengeksportir biji kakao di dunia. Kelima negara produsen kakao memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional yang diperlihatkan dari nilai RCA yang lebih besar dari satu. Dari keempat negara tersebut, Ghana merupakan negara dengan daya saing rata-rata tertinggi sebesar 504,08, diikuti Pantai Gading di posisi kedua, Kamerun ketiga, Nigeria keempat, lalu Indonesia kelima (Tabel 1).

Hasil estimasi daya saing biji kakao Indonesia selama 10 tahun terakhir menunjukkan bahwa biji kakao Indonesia memiliki keunggulan komparatif atau daya saing di pasar internasional yang ditunjukkan dengan nilai RCA lebih besar dari satu, dengan rata-rata nilai RCA sebesar 12,53 (Tabel 1). Nilai RCA yang lebih besar dari satu juga mengartikan bahwa pangsa kakao di dalam ekspor seluruh komoditas Indonesia lebih besar dari pangsa

kakao dalam ekspor seluruh komoditi semua negara. Dari Tabel 1 terlihat pada tahun 2011 dan 2012 terjadi penurunan RCA yang tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kebijakan penetapan bea keluar bagi biji kakao yang akan diekspor yang dikeluarkan pemerintah berdampak penurunan daya saing biji kakao Indonesia. Hal ini selaras dengan pernyataan Rifin dan Naully (2013) bahwa kebijakan tersebut berpengaruh pada perubahan komposisi ekspor kakao Indonesia yang semula di tahun 2009 komposisi biji kakao sebesar 75%, telah berkurang di tahun 2011 menjadi 51%, sedangkan kontribusi kakao *butter*, pasta, dan *powder* meningkat secara signifikan. Rendahnya daya saing biji kakao Indonesia juga diakibatkan karena mutunya rendah dan tidak difermentasi sehingga harganya dikenakan *automatic detention*, khususnya di pasar Amerika Serikat yang merupakan negara tujuan ekspor biji kakao terbesar kedua setelah Malaysia (Hasibuan, 2012). Di pasar Eropa, ekspor kakao Indonesia masih relatif kecil, karena kawasan itu masih mengutamakan impor kakao dari negara bekas jajahannya di Afrika yang sudah difermentasi. Namun ekspor kakao Indonesia ke daerah tersebut tidak pernah dikenai diskon karena di pasar ini, kakao Indonesia banyak digunakan sebagai campuran karena cita rasanya yang khas dan tidak didapat dari kakao dari negara lain (Rifin, 2012). Dengan demikian, pada tahun 2011 terjadi penurunan kuantitas ekspor biji kakao sebesar 51% dibandingkan tahun sebelumnya, dari 432.426 ton menjadi 210.066 ton. Hal yang sama juga terjadi pada tahun 2012, yakni terdapat penurunan kuantitas ekspor sebesar 22% dari tahun sebelumnya.

Apabila dibandingkan dengan dua eksportir utama

Tabel 1. Hasil estimasi daya saing (RCA) negara eksportir biji kakao

Tahun	Pantai Gading	Ghana	Indonesia	Nigeria	Kamerun
2003	623,13	590,48	13,64	tad	160,21
2004	528,93	tad	11,12	tad	199,90
2005	503,94	641,56	13,53	tad	212,81
2006	478,10	830,47	16,81	0,23	169,83
2007	513,78	731,00	15,72	20,15	147,04
2008	488,65	696,51	16,99	16,99	512,77
2009	375,60	319,36	13,88	37,25	466,48
2010	439,68	293,73	13,69	21,96	285,77
2011	508,68	209,70	5,62	14,21	444,42
2012	tad	223,93	4,32	tad	tad
Rata-rata	495,61	504,08	12,53	18,47	288,80

Keterangan: tad: tidak ada data

lainnya, keunggulan komparatif ekspor biji kakao Indonesia jauh dibawah Pantai Gading dan Ghana. Kedua negara ini merupakan produsen utama biji kakao yang menyumbang produksi biji kakao lebih dari 50% di dunia. Selain itu, biji kakao negara-negara ini sudah melalui fermentasi sehingga harganya lebih tinggi dibandingkan negara lain (Ragimun, 2012) sehingga menyebabkan nilai ekspor biji kakao kedua negara ini semakin tinggi.

Biji kakao Kamerun memiliki daya saing 20 kali lebih tinggi daripada Indonesia dan Nigeria, meskipun dalam volume ekspor, Kamerun berada di posisi ke lima. Tingginya daya saing Kamerun dikarenakan proporsi nilai ekspor biji kakao Kamerun terhadap nilai seluruh komoditas yang diekspor Kamerun mencapai 12,42% dalam kurun waktu tahun 2003–2011. Di tahun 2009, proporsinya mencapai 31,36%. Hal ini membuktikan bahwa kakao adalah komoditas yang penting di Kamerun, yang ditunjukkan dengan kakao sebagai komoditas ekspor utama kedua setelah minyak bumi.

Walaupun Nigeria baru mulai mengekspor biji kakao pada tahun 2006, namun langsung masuk di jajaran lima negara pengeksportir utama biji kakao. Nigeria memiliki daya saing lebih tinggi daripada Indonesia, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata RCA 18,47. Nigeria kini sedang memposisikan biji kakao untuk bersaing di pasar internasional dengan mengembangkan berbagai teknik rehabilitasi kakao dan peremajaan perkebunan kakao untuk meningkatkan produksi dan produktivitasnya (Taiwo *et al.* 2015).

2. Keunggulan komparatif kakao pasta

Pangsa ekspor kakao pasta Indonesia di pasar internasional masih kecil, Indonesia menempati urutan sembilan eksportir terbesar pada tahun 2003–2009 dengan pangsa pasar sebesar 3,6%. Namun, pada tahun 2010–2012 Indonesia masuk lima besar negara eksportir kakao pasta, dengan adanya peningkatan kuantitas ekspor yang signifikan, terutama di tahun 2011 sebesar 174,42%, dari 20.014 ton menjadi 54.922 ton. Peningkatan ini diduga akibat adanya kebijakan bea keluar ekspor biji kakao Indonesia sehingga adanya kemajuan pada industri hilir kakao. Peningkatan jumlah ekspor ini membawa dampak pada daya saing kakao pasta Indonesia yang ditunjukkan oleh nilai RCA yang sebelumnya berkisar diangka satu menjadi 2,51 pada

tahun 2010. Hal tersebut meningkat tajam pada dua tahun berikutnya yakni 6,39 dan 6,80.

Namun demikian, jika dibandingkan dengan Indonesia, Jerman yang merupakan negara pengeksportir kakao pasta terbesar ketiga di dunia dengan pangsa pasar 9,39 pada tahun 2012, Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang lebih baik (Tabel 2). Sebelum tahun 2010 Jerman tidak memiliki keunggulan komparatif, baru pada tahun 2010 dan berikutnya Jerman memiliki nilai RCA lebih besar dari satu. Nilai RCA yang kecil salah satunya disebabkan nilai ekspor kakao pasta Jerman hanya menyumbang 0,02% dari total nilai ekspor Jerman, dan itupun merupakan re-ekspor dari hasil impor kakao pasta dari Belanda dan Perancis.

Keunggulan komparatif tertinggi kakao pasta dimiliki oleh Pantai Gading dengan rata-rata nilai RCA 343,69. Belanda dan Malaysia juga memiliki keunggulan komparatif yang lebih besar daripada Indonesia, padahal kedua negara ini bukan negara eksportir utama biji kakao. Sebaliknya, Malaysia sebagai negara tujuan ekspor biji kakao Indonesia peringkat satu, memiliki daya saing yang lebih tinggi, artinya industri hilir kakao terutama olahan pasta di Malaysia lebih berkembang, dengan memanfaatkan biji kakao Indonesia, sehingga produknya memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

Belanda merupakan negara yang fokus dalam perdagangan dan pengolahan kakao, dan menjadi pintu distribusi kakao pasta bagi negara-negara di Eropa. Faktanya, Belanda merupakan negara importir utama biji kakao sebesar 20,14% dari total impor dunia, namun memiliki industri hilir kakao yang berkembang, sehingga menjadi negara eksportir kakao olahan yang berdaya saing, salah satunya kakao pasta dengan rata-rata nilai RCA sebesar 6,97.

3. Keunggulan komparatif kakao *butter*

Kakao *butter* merupakan produk kakao Indonesia yang diekspor terbesar kedua setelah biji. Pada tahun 2012, dari 387.776 ton ekspor kakao Indonesia, 24,32% merupakan kakao *butter*. Dilihat dari nilai RCA, keunggulan komparatif Indonesia cukup baik, diatas Perancis yang merupakan negara eksportir utama ketiga, dan tidak berbeda jauh dengan Belanda dan Malaysia sebagai negara eksportir utama lainnya.

Tabel 2. Hasil estimasi daya saing (RCA) negara eksportir kakao pasta

Tahun	Pantai Gading	Belanda	Jerman	Malaysia	Indonesia
2003	285,34	5,19	0,26	3,06	1,36
2004	292,76	6,90	0,30	3,17	1,22
2005	339,19	7,52	0,52	3,11	1,37
2006	328,23	7,01	0,92	3,09	1,37
2007	420,66	6,89	0,88	3,93	1,50
2008	462,31	7,54	0,87	4,07	1,85
2009	317,79	7,06	0,97	3,79	1,17
2010	350,68	8,22	1,26	4,51	2,51
2011	296,22	7,64	1,46	6,11	6,39
2012	tad	5,78	1,21	4,28	6,80
Rata-rata	343,69	6,97	0,86	3,91	2,55

Keterangan: tad: tidak ada data

Belanda, dan Malaysia yang merupakan importir utama biji kakao memiliki rata-rata nilai RCA kakao *butter* yang cukup tinggi, yaitu 9,62 dan 9,45 (Tabel 3). Hal ini mengindikasikan bahwa industri hilir kakao Belanda dan Malaysia yang sudah berkembang. Belanda merupakan negara yang memiliki industri *grinding* terbesar di dunia, dan menguasai sepertiga *grinding* di Eropa. Pada tahun 2010/2011, 540 ribu ton biji kakao diolah (*grinding*) menjadi kakao pasta, lalu kemudian diproses (*pressing*) menjadi kakao bubuk dan *butter* (ICCO 2012a; ICCO 2013). Hal ini membuat Belanda sebagai negara produsen utama untuk kakao pasta, bubuk, dan *butter*.

Malaysia pada tahun 2003–2010 terus mengalami peningkatan nilai RCA, namun di tahun 2011 dan 2012 sedikit mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan adanya penetapan bea keluar ekspor biji kakao Indonesia ke dunia, yang menyebabkan penurunan impor biji kakao total Malaysia. Pada tahun 2011, terjadi penurunan impor biji kakao sekitar 31%, dan kembali turun sebesar 35% di tahun 2012. Bea keluar tersebut secara tidak langsung menyebabkan penurunan input bagi industri hilir kakao Malaysia yang menyebabkan menurunnya produksi kakao *butter*.

Pantai Gading yang merupakan eksportir kakao *butter* keempat terbesar memiliki keunggulan komparatif tertinggi diantara negara eksportir utama lainnya. Sementara itu, sebagai negara eksportir terbesar ketiga di dunia, kakao pasta Perancis masih memiliki keunggulan komparatif meskipun jika dibandingkan keempat negara eksportir lainnya masih tertinggal. Hal tersebut disebabkan pangsa ekspor kakao pasta Perancis terhadap total ekspor seluruh komoditas Perancis yang sangat rendah di kisaran 0,07%, padahal

Perancis merupakan negara pengeksportir kakao pasta kedua terbesar di Eropa setelah Belanda.

4. Keunggulan komparatif kakao *powder*

Dari kelima negara pengeksportir utama kakao *powder*, Belanda merupakan negara dengan keunggulan komparatif rata-rata tertinggi sebesar 11,12. Malaysia memiliki keunggulan komparatif kedua, Indonesia ketiga, Spanyol keempat, diikuti Jerman kelima. Belanda konsisten sebagai negara industri pengolahan kakao di Eropa memiliki keunggulan komparatif yang tinggi dibandingkan negara-negara pengeksportir utama lainnya.

Malaysia memiliki nilai RCA yang tinggi, yaitu sebesar 8,29. Hal ini selaras dengan fakta bahwa kakao *powder* Malaysia memberi sumbangan produk kakao terbesar yang diekspor, yaitu sebesar 37,95% dari total ekspor kakao, diikuti *butter* dan pasta. Malaysia sudah tidak banyak mengeksportir biji kakao lagi karena lahan perkebunan yang bersaing dengan tanaman sawit.

Kakao *powder* Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang baik dengan rata-rata nilai RCA 3,91. Walaupun Indonesia merupakan negara eksportir kakao *powder* terbesar kelima, namun menempati urutan ketiga pada keunggulan komparatif dibanding negara eksportir utama lainnya. Jerman yang merupakan negara eksportir utama ketiga, tidak memiliki keunggulan komparatif yang ditunjukkan dengan rata-rata nilai RCA 0,82. Jerman baru memiliki keunggulan komparatif setelah tahun 2010. Hasil estimasi daya saing (RCA) negara eksportir kakao *powder* selengkapnya pada Tabel 4.

Tabel 3. Hasil estimasi daya saing (RCA) negara eksportir kakao butter

Tahun	Belanda	Malaysia	Perancis	Pantai Gading	Indonesia
2003	9,14	6,02	2,78	129,35	8,27
2004	9,60	7,15	2,50	108,91	6,51
2005	10,21	8,58	2,35	93,64	6,61
2006	10,31	9,92	3,02	99,31	7,96
2007	9,36	10,71	2,82	110,21	8,37
2008	9,45	11,64	2,80	106,41	8,77
2009	9,12	10,61	2,93	95,79	6,01
2010	9,73	10,97	2,80	104,32	5,33
2011	10,34	9,96	3,37	100,04	7,56
2012	8,96	8,98	3,58	tad	8,15
Rata-rata	9,62	9,45	2,90	105,33	7,35

Keterangan: tad: tidak ada data

Tabel 4. Hasil estimasi daya saing (RCA) negara eksportir kakao powder

Tahun	Belanda	Malaysia	Jerman	Spanyol	Indonesia
2003	11,08	3,33	0,41	3,06	4,85
2004	12,11	5,64	0,54	2,49	3,92
2005	12,46	6,39	0,62	2,39	3,70
2006	12,17	6,70	0,69	2,36	3,83
2007	10,94	9,35	0,64	3,12	3,62
2008	10,87	11,65	0,70	2,98	3,48
2009	10,22	8,67	0,85	3,40	3,28
2010	10,59	9,46	1,26	3,82	3,61
2011	10,48	10,91	1,40	4,41	4,04
2012	10,30	10,83	1,13	4,01	4,72
Rata-rata	11,12	8,29	0,82	3,20	3,91

Keterangan: tad: tidak ada data

Dari empat produk kakao yang dianalisa, Pantai Gading selalu memiliki keunggulan komparatif tinggi kecuali untuk kakao *powder*. Pantai Gading selain sebagai negara produsen kakao, juga memiliki industri hilir yang berkembang, memanfaatkan bahan baku biji kakao dalam industri pengolahan kakao pasta dan kakao *butter*. Namun, negara yang bukan negara produsen kakao dapat memiliki keunggulan komparatif yang tinggi dalam perdagangan internasional kakao olahan, bahkan dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi daripada negara produsen kakao. Hal ini dimungkinkan apabila negara tersebut memiliki industri hilir kakao yang berkembang, seperti Malaysia dan Belanda

Korelasi Daya Saing antar Negara Eksportir Kakao Dunia

Nilai RCA yang telah diperoleh dari setiap negara eksportir kakao dunia digunakan untuk menganalisis hubungan daya saing antar negara eksportir kakao

tersebut. Hubungan tersebut diukur dengan melihat nilai korelasi setiap dua negara eksportir kakao menggunakan korelasi *Rank Spearman*.

1. Korelasi daya saing biji kakao

Indonesia memiliki korelasi positif (0,786) yang signifikan dengan satu negara eksportir kakao yaitu Ghana, karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10% ($0,036 < 0,1$) (Tabel 5). Korelasi tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup tinggi antara daya saing biji kakao Indonesia dengan Ghana dalam perebutan pangsa pasar dunia. Hal ini dikarenakan pasar yang didominasi oleh kedua negara eksportir salah satunya sama, yaitu pasar Asia, khususnya negara Malaysia. Terlihat dari Tabel 6, akibat kebijakan penerapan bea keluar biji kakao Indonesia pada tahun 2010, menyebabkan penurunan pangsa pasar Indonesia lebih dari 50% pada tahun 2011, sedangkan pangsa pasar Ghana meningkat lebih dari 50% pada

tahun yang sama. Hal ini mengindikasikan bahwa Ghana memanfaatkan peluang tersebut dengan meningkatkan ekspor biji kakao ke Malaysia pada tahun 2011, terlihat dengan adanya pertumbuhan ekspor sebesar 450% pada tahun tersebut (ITC, 2013). Indonesia tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan ketiga negara eksportir lainnya karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih besar dari taraf nyata 0,1. Hal ini disebabkan karena ketiga negara tersebut mendominasi pasar Eropa, sedangkan Indonesia lebih mendominasi pasar kakao Asia (Malaysia, Singapura, China, Thailand, dan India) serta pasar Amerika (Amerika Serikat, Brazil, dan Kanada). Dari 10 negara utama tujuan ekspor biji kakao terbesar Indonesia, sebesar 72,5% diekspor ke Asia (233.183 ton), 25,6% diekspor ke pasar Amerika (82.190 ton), dan hanya 1,9% yang diekspor ke pasar Eropa (6.054 ton) (ITC, 2013).

Pantai Gading memiliki korelasi negatif (-0,679) yang signifikan dengan Nigeria, karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10% ($0,094 < 0,1$). Koefisien yang bertanda negatif antara Pantai Gading dan Nigeria menunjukkan bahwa ekspor diantara kedua negara tersebut lebih bersifat komplementer (saling melengkapi). Arti dari komplementer yaitu pada tahun-tahun tertentu ekspor kakao Pantai Gading akan tinggi tetapi ekspor kakao Nigeria rendah dan pada tahun-tahun lainnya ekspor kakao Pantai Gading rendah tetapi ekspor kakao Nigeria tinggi. Hal ini diperlihatkan pada tahun 2006-2011 dimana pangsa pasar biji kakao Pantai Gading dan Nigeria saling mengisi, yaitu ketika pangsa pasar Pantai Gading turun maka pangsa pasar Nigeria tinggi, begitupun sebaliknya (Tabel 6).

Tabel 5. Korelasi daya saing antar negara eksportir biji kakao dunia

		Pantai Gading	Ghana	Indonesia	Nigeria	Kamerun
Pantai Gading	Koefisien korelasi	1,000	,179	-,250	-,679*	-,571
	Sig. (2-tailed)	,	,702	,589	,094	,180
	Jumlah observasi	7	7	7	7	7
Ghana	Koefisien korelasi	,179	1,000	,786*	-,286	-,393
	Sig. (2-tailed)	,702	,	,036	,535	,383
	Jumlah observasi	7	7	7	7	7
Indonesia	Koefisien korelasi	-,250	,786*	1,000	,143	,179
	Sig. (2-tailed)	,589	,036	,	,760	,702
	Jumlah observasi	7	7	7	7	7
Nigeria	Koefisien korelasi	-,679*	-,286	,143	1,000	,357
	Sig. (2-tailed)	,094	,535	,760	,	,432
	Jumlah observasi	7	7	7	7	7
Kamerun	Koefisien korelasi	-,571	-,393	,179	,357	1,000
	Sig. (2-tailed)	,180	,383	,702	,432	,
	Jumlah observasi	7	7	7	7	7

Keterangan: * korelasi signifikan pada taraf nyata 10%

Tabel 6. Pangsa pasar dunia negara eksportir biji kakao (%)

Tahun	Pantai Gading	Ghana	Indonesia	Nigeria	Kamerun
2003	26,71	10,36	7,94	tad	3,79
2004	22,29	tad	5,79	tad	3,57
2005	35,24	17,71	13,07	tad	5,82
2006	32,19	23,85	17,08	0,15	5,85
2007	30,18	19,01	14,26	9,27	4,92
2008	29,58	17,93	14,38	10,30	6,73
2009	31,93	13,77	15,29	8,39	6,75
2010	26,74	9,51	14,62	19,89	6,55
2011	34,06	19,97	6,67	7,89	6,04
2012	tad	19,08	5,33	tad	tad
Rata-rata	11,12	8,29	0,82	3,20	3,91

Keterangan: tad: tidak ada data

2. Korelasi daya saing kakao pasta

Pada perdagangan kakao pasta, Indonesia memiliki korelasi positif yang signifikan dengan dua negara eksportir, yaitu Malaysia dan Belanda, karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10% (Tabel 7). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup tinggi antara Indonesia dengan Malaysia dan Belanda dalam perebutan pangsa pasar dunia. Hubungan daya saing yang terjadi pada Indonesia dan Malaysia dikarenakan pasar utama dari kedua negara ini sama, yaitu pasar Asia dan Amerika. Korelasi positif yang kuat terbukti pada tahun 2003–2006 dan 2007–2012. Pangsa pasar kakao Indonesia dan Malaysia bersaing, yaitu pada tahun-tahun tertentu

pangsa pasar Kolombia dan Brazil secara bersama-sama mengalami peningkatan dan tahun-tahun lainnya mengalami penurunan (Tabel 8).

Jerman memiliki korelasi positif yang signifikan dengan negara Belanda (0,786), karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10% (0,042 < 0,1). Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa kedua negara ini bersaing ketat pada pasar kakao pasta, karena kedua negara ini merupakan negara yang fokus dalam industri hilir kakao di Eropa. Korelasi positif diperlihatkan pada tahun 2003–2005 dan 2006–2010 dimana pada tahun-tahun tersebut pangsa pasar Belanda dan Jerman sama-sama meningkat.

Tabel 7. Korelasi daya saing antar negara eksportir kakao pasta dunia

		Pantai Gading	Belanda	Jerman	Malaysia	Indonesia
Pantai Gading	Koefisien korelasi	1,000	,400	,250	,433	,494
	Sig. (2-tailed)	,	,286	,516	,244	,177
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Belanda	Koefisien korelasi	,400	1,000	,683*	,733*	,653*
	Sig. (2-tailed)	,286	,	,042	,025	,057
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Jerman	Koefisien korelasi	,250	,683*	1,000	,717*	,544
	Sig. (2-tailed)	,516	,042	,	,030	,130
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Malaysia	Koefisien korelasi	,433	,733*	,717*	1,000	,728*
	Sig. (2-tailed)	,244	,025	,030	,	,026
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Indonesia	Koefisien korelasi	,494	,653*	,544	,728*	1,000
	Sig. (2-tailed)	,177	,057	,130	,026	,
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9

Keterangan: * korelasi signifikan pada taraf nyata 10%

Tabel 8. Pangsa pasar dunia negara eksportir kakao pasta (%)

Tahun	Pantai Gading	Belanda	Jerman	Malaysia	Indonesia
2003	22,09	17,60	2,42	4,92	1,26
2004	23,58	22,10	2,81	5,01	1,80
2005	24,57	22,38	4,77	5,84	4,83
2006	21,50	19,57	7,41	5,40	4,73
2007	23,39	20,09	7,52	5,68	4,28
2008	26,54	21,76	7,71	7,01	5,89
2009	25,75	23,05	8,96	6,65	2,44
2010	24,58	24,80	10,54	6,87	3,34
2011	20,16	20,91	11,31	8,39	7,75
2012	tad	18,45	9,40	4,94	7,43
Rata-rata	11,12	8,29	0,82	3,20	3,91

Keterangan: tad: tidak ada data

3. Korelasi daya saing kakao *butter*

Terlihat pada *output* tabel korelasi, tidak ada negara yang berhubungan secara nyata terhadap negara eksportir lainnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai *p-value* antar masing-masing negara dengan negara lainnya yang lebih besar dari nilai alpha 10%.

3. Korelasi daya saing kakao *powder*

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa Indonesia tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan negara eksportir kakao lainnya, karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih besar dari taraf nyata 0,1. Hal ini dikarenakan pasar yang didominasi oleh empat negara eksportir tersebut berbeda dengan Indonesia yaitu mendominasi pasar Eropa, sedangkan Indonesia lebih mendominasi pasar kakao *powder* yang sedang berkembang seperti di kawasan Asia.

Malaysia memiliki korelasi positif yang signifikan dengan Jerman dan Spanyol, karena nilai *p-value* di kedua negara ini diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10%. Sementara itu, Jerman juga memiliki korelasi positif yang signifikan (0,733) dengan Jerman. Artinya, ketiga negara ini berkorelasi satu sama lain, dan memperebutkan pasar yang sama untuk ekspor kakao *powder*; yakni pasar Amerika Serikat dan Eropa, khususnya negara Rusia dan Italia.

Di sisi lain, ketiga negara ini justru memiliki korelasi negatif dengan Belanda. Belanda memiliki korelasi negatif yang signifikan dengan Malaysia (-0,624), Jerman (-0,745), dan Spanyol (-0,867) karena nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari taraf nyata 10%. Pasar tujuan ekspor negara Belanda juga pasar Eropa dan Amerika Serikat, namun koefisien yang bertanda negatif menunjukkan bahwa ekspor diantara negara tersebut bersifat komplementer.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dihasilkan dengan mempertimbangkan hasil analisis daya saing dan analisis korelasi daya saing keempat produk kakao. Indonesia memiliki biji kakao yang memiliki keunggulan cocok untuk blending karena titik leleh yang tinggi, berlemak, dan dapat menghasilkan kakao *powder* dengan mutu yang baik (Kemenperin, 2011). Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk dapat meningkatkan pangsa pasarnya di pasar internasional. Hasil analisis daya saing (RCA), dapat diketahui bahwa nilai rata-rata RCA biji kakao, kakao pasta, kakao *butter*, dan kakao *powder* Indonesia di pasar internasional berturut-turut sebesar 12,53; 2,55; 7,35, dan 3,9. Nilai ini sudah diatas satu, yang berarti Indonesia memiliki daya saing untuk kakao di pasar internasional, tetapi bila dibandingkan dengan masing-masing negara eksportir utama, daya saing kakao Indonesia masih rendah.

Tabel 9. Korelasi daya saing antar negara eksportir kakao *butter* dunia

		Belanda	Malaysia	Perancis	Pantai Gading	Indonesia
Belanda	Koefisien korelasi	1,000	-,067	,218	-,417	-,117
	Sig. (2-tailed)	,	,865	,574	,265	,765
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Malaysia	Koefisien korelasi	-,067	1,000	,377	-,083	,100
	Sig. (2-tailed)	,865	,	,318	,831	,798
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Perancis	Koefisien korelasi	,218	,377	1,000	-,192	,100
	Sig. (2-tailed)	,574	,318	,	,620	,797
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Pantai Gading	Koefisien korelasi	-,417	-,083	-,192	1,000	,467
	Sig. (2-tailed)	,265	,831	,620	,	,205
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9
Indonesia	Koefisien korelasi	-,117	,100	,100	,467	1,000
	Sig. (2-tailed)	,765	,798	,797	,205	,
	Jumlah observasi	9	9	9	9	9

Keterangan: * korelasi signifikan pada taraf nyata 10%

Untuk itu implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan dalam upaya meningkatkan daya saing biji kakao di pasar internasional, pemerintah hendaknya mengeluarkan kebijakan yang lebih mendorong petani untuk melakukan fermentasi biji kakao agar mendapatkan kualitas dan harga lebih tinggi. Namun, dengan kecenderungan daya saing biji kakao yang menurun akibat implementasi bea keluar, di masa mendatang Indonesia perlu meningkatkan ekspor produk kakao olahan daripada biji kakao sehingga dapat mengambil nilai tambah dari proses pengolahan produk kakao. Untuk menjamin ketersediaan bahan baku kakao olahan, maka pemerintah perlu menjaga produksi dan meningkatkan mutu biji kakao. Untuk memberikan insentif investasi industri pengolahan kakao, pemerintah dapat menetapkan kebijakan keringanan pajak investasi, keamanan berinvestasi, dan dukungan yang konsisten. Di sisi perdagangan Indonesia perlu menciptakan hubungan kerjasama ekonomi bilateral melalui perjanjian ataupun organisasi internasional, melakukan promosi kakao olahan di negara-negara tersebut, serta harmonisasi tarif ekspor impor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada perdagangan di pasar internasional, kakao Indonesia memiliki keunggulan komparatif baik pada biji kakao, kakao pasta, kakao butter maupun kakao powder. Dari keempat produk kakao yang diekspor Indonesia, kakao dalam bentuk biji yang memiliki daya saing tertinggi, sedangkan kakao butter memiliki daya saing terendah. Di sisi lain, kita memiliki daya saing internal untuk komoditas lain yang diekspor, daya saing kakao Indonesia di dunia masih rendah bila dibandingkan negara eksportir kakao lainnya di pasar biji kakao maupun olahan.

Terdapat hubungan yang cukup tinggi antara daya saing biji kakao Indonesia dengan Ghana, dan daya saing kakao pasta Indonesia dengan Malaysia dan Belanda dalam perebutan pangsa pasar dunia. Hubungan tersebut semuanya positif dan ketiga negara eksportir tersebut memperebutkan pasar yang sama dengan Indonesia. Di pasar kakao *butter* dan kakao *powder*, Indonesia tidak memiliki korelasi dengan negara eksportir lainnya.

Saran

Dalam upaya meningkatkan daya saing kakao biji dari sisi perbaikan mutu dan harga yang lebih tinggi, pemerintah perlu lebih menggalakkan petani untuk melakukan fermentasi biji kakao. Industri hilir perlu dibangun untuk meningkatkan daya saing kakao olahan. Dalam hal ini, pemerintah dapat memberikan insentif investasi industri pengolahan kakao secara konsisten dari waktu ke waktu. Namun, untuk menjamin ketersediaan bahan baku kakao olahan maka kestabilan produksi perlu dijaga dan meningkatkan mutu biji kakao. Di sisi lain, perdagangan Indonesia perlu menciptakan hubungan kerja sama dan mempromosikan kakao Indonesia di dunia internasional.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis daya saing kakao dengan membedakan jenis biji kakao. Jenis biji kakao tersebut, yaitu biji kakao yang sudah fermentasi dan yang belum fermentasi. Di samping itu, menambah jenis kakao seperti kakao *shell* dan cokelat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad M, Yusuf S. 2008. Assessing the Impact of Oil Prices and Interest Rate Policies: The Case of Indonesian Cocoa. *Ryokoku Journal of Economic Studies* 48 (1.2):65–92.
- Asmarantaka RW. 2011. Analisis Daya saing Ekspor Kopi Indonesia. Di dalam: Baga LM, Fariyanti A, Jahroh S. *Kewirausahaan dan Daya saing Agribisnis*. Bogor: IPB Press.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2011. *Statistik Indonesia*. Jakarta: BPS
- Damayanti D. 2012. Industri Kakao. *Office of Chief Economist Mandiri* 11: 1–4.
- Daryanto. 2007. Analisis Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional [tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Dermorejo SK, Setiyanto A. 2008. *Analisis perdagangan kakao Indonesia ke Spanyol*. Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Pedesaan: Tantangan dan Peningkatan Kesejahteraan Petani.
- [Ditjenbun] Direktorat Jenderal Perkebunan. 2010. *Rencana strategis pembangunan perkebunan 2010–2014*. Jakarta: Ditjenbun
- [FAO] Food and Agriculture Organization of The United Nations. 2003. *Medium-term prospects for agricultural commodities: projections to the*

- year 2010. Rome: FAO.
- Firdaus M, Harmini, Farid MA. 2011. *Aplikasi Metode Kuantitatif untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Goenadi, DH., JB Baon, S Abdullah, Herman dan A. Purwoto. 2007. *Prospek dan arah pengembangan agribisnis kakao*. Edisi Kedua. Jakarta: Badan Litbang Pertanian.
- Hasibuan AM. 2012. Model System Dinamis Pengembangan Agroindustri Kakao [tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [ICCO] International Cocoa Organization. 2012. Quarterly bulletin of cocoa statistics. http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/46-statistics-production.html [12 November 2012].
- [ICCO] International Cocoa Organization. 2012a. Quarterly bulletin of cocoa statistics. http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/46-statistics-production.html [25 November 2012].
- [ITC] International Trade Center. 2011. Trade map–International trade statistic: Cocoa and cocoa preparations. http://www.trademap.org/tm_light/Country_SelProduct_TS.aspx [6 Januari 2013].
- [ITC] International Trade Center. 2012. ITC calculations based on UN COMTRADE statistics. http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx [13 Maret 2013].
- [ITC] International Trade Center. 2013. ITC calculations based on UN COMTRADE statistics. http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx [13 Maret 2013].
- Lubis AD, Nuryanti S. 2011. Analisis dampak ACFTA dan kebijakan perdagangan kakao di pasar domestik dan China. *Analisis Kebijakan Pertanian* 9(2):143–156.
- Ragimun. 2012. Analisis daya saing komoditas kakao Indonesia. *Jurnal Pembangunan Manusia* 6(2): 1–20.
- Rifin, A. 2012. *Analisis Pengaruh Penerapan Bea Keluar Pada Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia*. *Prosiding Seminar Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis 2012*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rifin A, Naully D. 2013. *The Effect of Export Tax on Indonesia's Cocoa Export Competitiveness*. Contributed paper. 57th AARES Annual Conference, Sydney, New South Wales.
- Serin, V. and A. Civan. 2008. Revealed comparative advantage and competitiveness. A case study for Turkey towards the EU. *Journal of Economic and Social Research* 10(2): 25–41.
- Taiwo O *et al.* 2015. Factors affecting the practice of cocoa rehabilitation techniques in Nigeria: A case of South-west and South- south geo-ecological zone. *International Journal of Advance Agricultural Research* 3(2015):25–30.