

ANALISIS DAYA SAING *CRUDE PALM OIL* (CPO) INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Sry March Lely Turnip
Suharyono
M. Kholid Mawardi
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail: sry.march@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to analysis comparative advantage, competitive advantage, Indonesia CPO export position, and factors which are support competitiveness of Indonesia CPO in international market compare to Malaysia and Thailand. This descriptive research uses qualitative – quantitative approach. Analysis with qualitative approach is used to analysis comparative advantage, competitive advantage, and export position of Indonesia CPO in international market used RCA (Revealed Comparative Advantage) and ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) index. Analysis with quantitative approach is used to analysis factors which are support competitiveness of Indonesia CPO in international market used Diamond Porter. This research used secondary time series data 1999 – 2014 time period. The result of RCA and ISP analysis reveals that Indonesia CPO has the strongest comparative advantage, competitive advantage, and Export position of Indonesia CPO at maturity stage in international market or Indonesia is called as nett exporter CPO in international market. Diamond Porter analysis shows that factors which are support competitiveness of Indonesia CPO in international market are production and supporting and related industries factors.

Keywords: *competitive advantage, comparative advantage, competitiveness*

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat keunggulan komparatif, kompetitif, posisi ekspor CPO Indonesia, serta faktor – faktor pendukung daya saing CPO Indonesia di pasar internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Penelitian deskriptif ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Analisis pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif, kompetitif, dan posisi ekspor CPO Indonesia di pasar Internasional dengan menggunakan perhitungan indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan), sedangkan analisis pendekatan kualitatif dipakai untuk mencari tahu faktor – faktor pendukung daya saing CPO Indonesia di pasar Internasional melalui teori *Diamond Porter*. Data dalam penelitian ini ialah data sekunder dalam bentuk *time series*, yaitu periode 1999 – 2014. Hasil analisis RCA dan ISP menunjukkan bahwa CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif terbesar, kompetitif terkuat serta berada pada tahap kematangan di pasar Internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Hasil analisis *Diamond Porter* menunjukkan bahwa faktor yang mendukung daya saing ekspor CPO Indonesia di pasar internasional adalah faktor produksi dan industry pendukung dan terkait yang terdapat di Indonesia.

Kata Kunci: *Keunggulan Komparatif, Keunggulan Kompetitif, Daya Saing*

PENDAHULUAN

Luas lahan pertanian yang dimiliki Indonesia ialah sangat luas, selain itu sebagian besar mata pencaharian penduduk ialah dari hasil pertanian. Kelapa sawit merupakan komoditas yang berkembang paling pesat dibandingkan komoditas perkebunan lainnya. Industri perkebunan dan pengolahan kelapa sawit merupakan industri yang berperan sangat penting untuk perekonomian Indonesia. Kelapa sawit merupakan komoditi penghasil devisa terbesar pada komoditas ekspor non migas untuk negara serta berperan penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi Indonesia. UN Comtrade (2016) mencatat bahwa Indonesia merupakan negara produsen CPO terbesar di dunia pada saat ini.

Kementerian Pertanian (2012) dalam Ermawati dan Saptia (2013) menjelaskan bahwa pada tahun 2011, total produksi minyak sawit dunia sebesar 50.894 ribu ton, Indonesia memproduksi 40,27% atau 23.900 ribu ton dari total produksi minyak sawit dunia, sementara Malaysia 40,26%, Thailand 2,78%, Nigeria 2,03%, dan Colombia 1,80%.

UN COMTRADE (2016) mencatat bahwa volume ekspor CPO Indonesia selama periode tahun 1999-2014 selalu lebih unggul dibandingkan Malaysia dan Thailand. Total volume ekspor CPO Indonesia selama periode tahun 1999-2014 ialah 81.762.729.850 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 27,12%. Total volume ekspor CPO Malaysia selama periode tahun 1999-2014 ialah 29.164.549.471 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 25,28%, dan Total volume ekspor CPO Thailand selama periode tahun 1999-2014 ialah 4.154.126.886 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 25,12%. Perdagangan luar negeri (2013) mencatat bahwa negara tujuan ekspor terbesar Indonesia tahun 2008 – 2012 ialah India, China, Malaysia, dan Belanda. Indonesia unggul di pasar Asia dan Malaysia unggul di pasar Eropa dan Amerika.

Penelitian ini akan fokus untuk meneliti daya saing CPO negara Indonesia, Malaysia, dan Thailand. Alasan terpilihnya ketiga negara tersebut ialah karena negara-negara tersebut merupakan tiga negara pengekspor CPO terbesar di dunia. Jadi, judul penelitian yang ditentukan dalam penelitian ini ialah “Analisis Daya Saing Ekspor *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia di Pasar Internasional”.

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ialah apakah CPO Indonesia memiliki

keunggulan komparatif di pasar internasional, apakah CPO Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar internasional, bagaimana posisi ekspor CPO Indonesia di pasar Internasional, dan faktor – faktor apa saja yang mendukung daya saing CPO Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis keunggulan komparatif CPO Indonesia di pasar internasional, menganalisis keunggulan komparatif CPO Indonesia di pasar internasional, menganalisis posisi ekspor CPO Indonesia di pasar Internasional, menganalisis faktor - faktor yang mendukung daya saing CPO Indonesia di pasar internasional.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan perdagangan yang melewati batas negara dan mencakup ekspor dan impor (Tambunan, 2001: 1). Selain untuk memenuhi kebutuhan negara importir, perdagangan internasional bertujuan untuk menambah cadangan devisa negara eksportir. Ekspor-impor sebagai kegiatan perdagangan internasional menggambarkan keadaan neraca perdagangan suatu negara. Ekspor lebih besar daripada impor mengindikasikan bahwa negara tersebut memiliki saldo neraca perdagangan positif, sebaliknya ketika impor lebih besar daripada ekspor maka mengindikasikan neraca perdagangan negara tersebut bernilai negatif (Tambunan, 2001:1). Ball et al. (2014:99) menyatakan bahwa faktor utama penyebab terjadinya perdagangan internasional ialah karena terdapat perbedaan harga relatif di berbagai negara.

Ekspor

Kotler dan Keller (2009:316), mendefinisikan ekspor yaitu: kegiatan untuk menjual barang yang dihasilkan di negara asal perusahaan ke luar negeri.

Ekspor adalah kegiatan menjual produk baik oleh individu ataupun organisasi suatu negara kepada individu atau organisasi di negara lain. *Directorate General for National Export Development* (2011) memaparkan faktor-faktor yang dapat mendorong negara melakukan kegiatan ekspor antara lain: (1) memiliki komoditas lanjutan atau sisa peninggalan ekonomi jaman kolonial untuk diproduksi, (2) untuk optimalisasi laba (3) melakukan diversifikasi pasar (4) memanfaatkan kelebihan kapasitas (*Excess Capacity*) (5) sebagai negara yang berorientasi ekspor (6) adanya wisma

dagang atau *trading house* yang mendukung (7) memiliki komoditas berdaya saing tinggi.

Indikator Tingkat Daya Saing Ekspor

Kementerian Perdagangan (2012) mengutarakan bahwa terdapat tiga jenis indeks perdagangan yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing ekspor suatu produk, yaitu: Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Indeks RCA digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif produk yang diproduksi suatu negara terhadap negara pesaing di dunia. ISP digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif dan menganalisis posisi suatu produk negara (Kemendag, 2008). *Diamond Porter Theory* dalam Ball *et all* (2014:98-99) menyatakan bahwa terdapat enam faktor yang memengaruhi daya saing suatu negara, yaitu: kondisi permintaan; kondisi produksi; industri-industri pendukung dan terkait; strategi, struktur dan persaingan perusahaan; pemerintah; dan kesempatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif ini menggunakan analisis dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif, keunggulan komparatif, dan posisi CPO Indonesia di pasar internasional. Pendekatan kualitatif dimanfaatkan untuk meneliti faktor-faktor pendukung daya saing Indonesia di pasar internasional. Penelitian dilakukan di negara Indonesia dengan negara pembanding ialah Malaysia dan Thailand. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time series* tahun 1999 – 2014. Analisis yang digunakan ialah indeks RCA, ISP, dan teori *Diamond Porter*.

Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif CPO Indonesia di pasar Internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Formulasi untuk menghitung RCA ialah sebagai berikut (Tambunan, 2004:110):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

- RCA : Revealed Comparative Advantage
- X_{ij} : Nilai ekspor komoditi CPO negara j (US\$)
- X_j : Nilai ekspor total negara j (US\$)
- j : Negara eksportir (Indonesia, Malaysia, Thailand)
- X_{iw} : Nilai ekspor komoditi CPO dunia (US\$)

X_w : Nilai ekspor total dunia (US\$)

Apabila nilai RCA < 1 maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan komparatif CPO negara tersebut rendah (di bawah rata-rata dunia). Apabila nilai RCA > 1 maka dapat disimpulkan CPO negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif yang baik (di atas rata-rata dunia).

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk menghitung keunggulan kompetitif dan meneliti posisi ekspor CPO Indonesia di pasar Internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Formulasi untuk menghitung ISP (Tambunan, 2004:124), yaitu:

$$ISP = \frac{X_{ia} - M_{ia}}{X_{ia} + M_{ia}}$$

Keterangan :

- ISP : Indeks spesialisasi Perdagangan
- X_{ia} : Nilai ekspor CPO negara a (US\$)
- M_{ia} : Nilai impor CPO negara a (US\$)

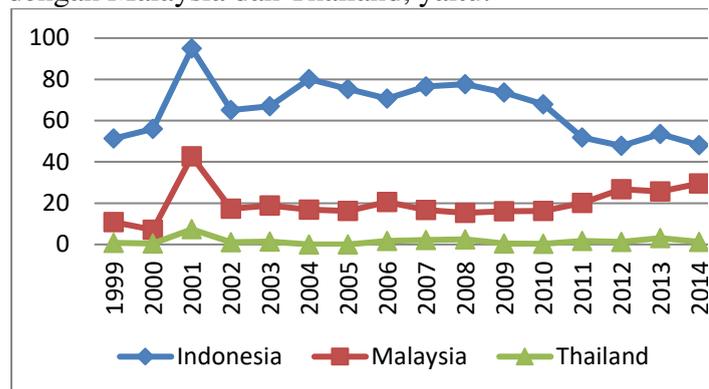
Apabila nilai ISP berkisar antara -1 sampai dengan -0,5 maka ekspor CPO negara tersebut berada pada tahap pengenalan. Apabila nilai ISP antara -0,5 sampai dengan 0 ekspor CPO negara tersebut berada pada tahap substitusi impor. Apabila nilai ISP antara 0 sampai 0,8 ekspor CPO negara tersebut berada pada tahap pertumbuhan, kemudian apabila nilai ISP antara 0,8 sampai +1 maka ekspor CPO negara tersebut berada pada tahap pematangan.

Diamond Porter yang bertujuan untuk menganalisis faktor pendukung daya saing ekspor CPO Indonesia di pasar Internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Terdapat enam faktor yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu: (1) faktor permintaan domestik atas CPO Indonesia (2) faktor produksi, yaitu mencakup posisi Indonesia dalam faktor produksi, SDM, infrastruktur, dan teknologi (3) faktor industri – industri pendukung dan terkait, yaitu tersedianya industri pemasok dan terkait yang kompetitif secara internasional di Indonesia (4) faktor strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, yakni kondisi dalam negara Indonesia yang mengatur bagaimana perusahaan-perusahaan sawit diciptakan, diorganisasikan, dan dikelola dan sifat persaingan dalam negeri (5) faktor kebijakan pemerintah Indonesia atas ekspor CPO (6) kesempatan yang dimiliki Indonesia dalam mengeksportir CPO.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis RCA

Berikut ini adalah grafik hasil perhitungan CPO Indonesia di pasar internasional dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand, yaitu:



Gambar 1. Nilai RCA CPO Indonesia, Malaysia, dan Thailand Periode 1999 - 2014

Sumber: Hasil Perhitungan Peneliti

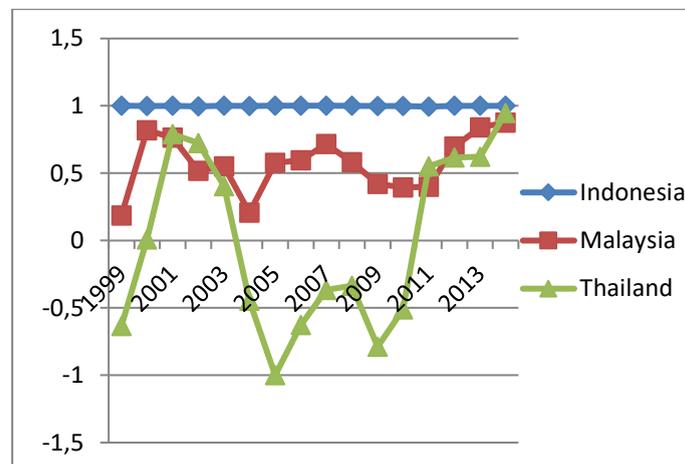
Berdasarkan Grafik 6, nilai RCA Indonesia selalu memimpin selama periode 1999-2014. Rata-rata nilai RCA Indonesia yang terdapat di Lampiran 6 ialah sebesar 66,12. Nilai RCA > 1 mengindikasikan bahwa CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat baik (di atas rata-rata dunia).

Rata-rata nilai RCA Malaysia selama periode tahun 1999-2014 yang terdapat pada Lampiran 7 ialah sebesar 19,81 yang berarti lebih dari 1. Nilai RCA tersebut berarti bahwa keunggulan komparatif CPO Malaysia berada di atas rata-rata dunia. Hal itu juga mengartikan bahwa CPO Malaysia juga memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional, namun masih kalah dibandingkan Indonesia karena nilai RCA Indonesia jauh lebih besar dibandingkan nilai RCA Malaysia.

Nilai rata-rata RCA Thailand selama periode 1999-2014 yang terdapat pada Lampiran 8 ialah sebesar 1,61 yang berarti lebih besar dari 1. Nilai ini berarti bahwa CPO Thailand memiliki keunggulan di atas rata-rata dunia, namun masih kalah apabila dibandingkan Indonesia dan Malaysia. Jadi, Thailand termasuk negara yang memiliki keunggulan komparatif untuk bersaing mengeksport CPO di pasar internasional.

Analisis ISP

Berikut ini adalah perbandingan nilai ISP CPO Indonesia, Malaysia, dan Thailand selama periode 1999-2014, yaitu:



Gambar 2. Nilai ISP CPO Indonesia, Malaysia, dan Thailand Periode 1999 - 2014

Sumber: Hasil Perhitungan Peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan ISP CPO Indonesia pada lampiran 9, rata-rata ISP CPO Indonesia selama periode 1999-2014 ialah sebesar 1. Nilai ISP yang mendekati +1 mengindikasikan bahwa posisi CPO Indonesia berdasarkan teori siklus hidup berada pada tahap pematangan, sehingga CPO Indonesia sangat kompetitif untuk bersaing di pasar internasional. Nilai ISP tersebut juga mengindikasikan bahwa kemampuan daya saing ekspor CPO Indonesia sangat baik (di atas rata-rata dunia). Indonesia dapat disebut juga sebagai negara *nett exporter* yang berarti bahwa nilai ekspor CPO Indonesia lebih besar daripada nilai impornya selama periode 1999-2014.

Rata-rata nilai ISP Malaysia selama periode 1999-2014 yang terdapat pada Lampiran 10 ialah sebesar 0,571 yang berarti bahwa daya saing ekspor CPO Malaysia berada pada tahap pertumbuhan. Tahap ini mengindikasikan bahwa Malaysia mampu memproduksi CPO dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspor CPOnya. Nilai ekspor CPO Malaysia lebih besar daripada nilai impornya. Selama periode tahun 1999-2014 Malaysia memiliki daya saing ekspor CPO yang kuat di pasar Internasional, namun masih kalah dengan Indonesia.

Rata-rata nilai ISP Thailand selama periode 1999-2014 yang terdapat pada Lampiran 11 ialah sebesar -0,002 yang berarti bahwa daya saing ekspor CPO Thailand masih berada pada tahap pengenalan. Artinya, Thailand adalah eksportir baru di pasar internasional. Thailand tidak memiliki keunggulan kompetitif untuk bersaing di pasar internasional karena nilai impor CPO Thailand lebih besar daripada nilai ekspornya. Daya saing ekspor CPO Thailand kalah jauh dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia.

Selama periode 1999-2014, nilai ISP Indonesia setiap tahunnya mutlak paling tinggi

dibandingkan Malaysia dan Thailand. Apabila dilakukan pembulatan, nilai ISP Indonesia bisa dikatakan selalu bernilai +1. Nilai ISP Malaysia selalu bernilai positif dan berfluktuasi setiap tahun. Tahun 1999 nilai ISP Malaysia sebesar 0,18, tahun 2000 sebesar 0,82, tahun 2001 sebesar 0,77, tahun 2002 sebesar 0,52, tahun 2003 sebesar 0,55; tahun 2004 sebesar 0,21; tahun 2005 sebesar 0,58; tahun 2006 sebesar 0,60; tahun 2007 sebesar 0,71; tahun 2008 sebesar 0,58; tahun 2009 sebesar 0,42; tahun 2010 sebesar 0,39; tahun 2011 sebesar 0,40; tahun 2012 sebesar 0,70; tahun 2013 sebesar 0,83; dan tahun 2014 sebesar 0,87.

Nilai ISP tidak selalu bernilai positif dan berfluktuasi setiap tahun selama periode tahun 1999-2014. Tahun 1999 nilai ISP Malaysia sebesar -0,63; tahun 2000 sebesar 0,008; tahun 2001 sebesar 0,79; tahun 2002 sebesar 0,72; tahun 2003 sebesar 0,40; tahun 2004 sebesar -0,45; tahun 2005 sebesar -1; tahun 2006 sebesar -0,62; tahun 2007 sebesar -0,36; tahun 2008 sebesar -0,33, tahun 2009 sebesar -0,78, tahun 2010 sebesar -0,511; tahun 2011 sebesar 0,55; tahun 2012 sebesar 0,61; tahun 2013 sebesar 0,62; dan tahun 2014 sebesar 0,95.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa CPO Indonesia memiliki daya saing yang sangat kuat di pasar internasional. Hal ini dijelaskan sebagai berikut:

Indonesia Memiliki Keunggulan Komparatif Terbesar di Pasar Internasional

Nilai RCA CPO Indonesia sebesar 66,12 menggambarkan bahwa CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif terbesar di pasar internasional dibandingkan dengan Malaysia yang memiliki nilai RCA sebesar 19,81 dan Thailand sebesar 1,91. Faktor utama yang menyebabkan keunggulan komparatif Indonesia paling tinggi ialah karena nilai ekspor CPO Indonesia selama periode 1999-2014 cenderung lebih tinggi dibandingkan Malaysia dan Thailand. Unggulnya nilai ekspor CPO Indonesia ialah dikarenakan volume ekspor CPO Indonesia setiap tahunnya selalu lebih unggul dibandingkan Malaysia dan Thailand. Selain itu, keunggulan juga didukung oleh harga CPO di pasar dunia yang cenderung meningkat, sehingga memotivasi pengusaha perkebunan kelapa sawit di Indonesia untuk menjual CPO di pasar internasional. Volume ekspor CPO Indonesia yang tinggi tidak lepas dari pengaruh produksi CPO Indonesia cenderung meningkat dan lebih besar dibandingkan Malaysia

dan Thailand dikarenakan lahan perkebunan kelapa sawit Indonesia yang sangat luas dan selalu meningkat setiap tahunnya.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sama dengan hasil penelitian Astrini dan Nayantakaningtyas dan Daryanto (2012). Penelitian Astrini ialah analisis tentang daya saing komoditi *crude palm oil* Indonesia tahun 2001-2012, sedangkan penelitian Nayantakaningtyas dan Daryanto ialah tentang daya saing dan strategi pengembangan minyak sawit di Indonesia selama periode 2001 – 2011. Persamaan tiga penelitian ini ialah sama –sama menggunakan indeks RCA sebagai alat pengukur keunggulan komparatifnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada alat analisis daya saingnya. Alat analisis yang digunakan dalam Astrini (2012) untuk mengetahui gambaran daya saing komoditi *crude palm oil* (CPO) ialah indeks RCA dan ISP. Alat analisis yang digunakan dalam Nayantakaningtyas dan Daryanto (2012) untuk mendapatkan gambaran daya saing dan strategi pengembangan minyak sawit ialah RCA, *Diamond Porter*, Strategi SWOT dan Arsitektur.

Indonesia Memiliki Keunggulan Kompetitif yang Sangat Kuat di Pasar Internasional

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa Indonesia sangat kompetitif untuk bersaing di pasar internasional sama dengan hasil penelitian Astrini (2012); Anggit, Suyastiri, dan Suprihanti (2012); dan Rifin (2010). Penelitian Astrini menganalisis tentang daya saing komoditi *crude palm oil* Indonesia tahun 2001-2012; Penelitian Suyastiri, dan Suprihanti (2012) menganalisis tentang daya saing *crude palm oil* (Indonesia di pasar internasional selama periode 1991-2009; serta penelitian Rifin (2010) menganalisis tentang keunggulan kompetitif ekspor CPO dan *Refined Palm Oil* Indonesia di pasar Internasional selama periode 1999-2001 dan 2005-2007. Penelitian Astrini (2012) dan Anggit, Suyastiri, dan Suprihanti (2012) mengukur keunggulan kompetitif CPO menggunakan alat analisis yang sama yaitu ISP dengan periode penelitian yang berbeda yaitu berturut – turut pada periode 2001-2012 dan 1991-2009, sedangkan penelitian Rifin (2010) menggunakan alat analisis dan periode yang berbeda yaitu indeks *Competitive Market Share* (CMS) dan periode 1999-2001 dan 2005-2007.

Ekspor CPO Indonesia Berada pada Tahap Kematangan (*Nett Exporter*)

Nilai ISP Indonesia sebesar 1,0 menggambarkan bahwa ekspor CPO Indonesia berada pada tahap kematangan atau Indonesia disebut juga sebagai *nett exporter*, sedangkan ekspor CPO Malaysia dengan nilai ISP sebesar 0,571 berada pada tahap pertumbuhan dan ekspor CPO Thailand dengan nilai ISP sebesar -0,002 berada pada tahap pengenalan. Berdasarkan perhitungan ISP maka dapat ditetapkan bahwa Indonesia adalah negara pengekspor terbesar CPO selama periode tahun 1999-2014, diikuti oleh Malaysia dan Thailand.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa CPO Indonesia berada pada tahap pematangan atau bisa disebut sebagai *nett exporter* di pasar internasional sama dengan hasil penelitian Astrini (2012) dan penelitian Anggit, Suyastiri, dan Suprihanti (2012). Persamaan ketiga penelitian ini ialah sama-sama menggunakan indeks ISP untuk menganalisis posisi ekspor CPO Indonesia di pasar internasional. Perbedaan dari ketiga penelitian ini adalah: negara pembanding dalam penelitian Astrini (2012) ialah Jepang dan Australia, sedangkan negara pembanding dalam penelitian Anggit, Suyastiri, dan Suprihanti (2012) tidak memiliki negara pembanding karena penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tren volume ekspor CPO Indonesia di masa mendatang (2013-2015). Negara pembanding dalam penelitian ini ialah Malaysia dan Thailand.

Faktor yang Mendukung Daya Saing CPO Indonesia di Pasar Internasional

Faktor pendukung daya saing CPO Indonesia di pasar internasional ialah: faktor produksi, sumberdaya manusia, dan industri pendukung dan terkait. Hasil Penelitian ini membuktikan Teori *Diamond Porter* yang menyatakan bahwa permintaan domestik, kondisi produksi, industri pendukung dan terkait, strategi, struktur, dan persaingan, peran pemerintah, dan kesempatan merupakan faktor yang menjadi penentu daya saing suatu negara.

Suhu untuk produksi terbaik kelapa sawit ialah antara 25 – 27 °C, dimana suhu rata-rata tahunan pertumbuhan dan produksi sawit berada antara 24-29°C. Tinggi optimal lahan 200 m dpl dan maksimal 400 m dpl. Daerah-daerah di Indonesia seperti Kalimantan, Sumatera, Riau, Sulawesi sudah memenuhi syarat lahan tersebut, namun di beberapa tempat di Indonesia, seperti Sumatera, tanaman sawit bertumbuh cukup baik di ketinggian hingga 500 m dpl. Lahan kelapa sawit

juga memerlukan cahaya matahari sekitar 5-12 jam per hari. Curah hujan yang ideal untuk tanaman sawit ialah sekitar 2.000-3.500 mm/tahun yang merata dengan minimal 100mm/bulan sepanjang tahun, Paramanathan (2003) dalam Syakir et al. (2010:2-3) Kemiringan optimal lahan ialah kurang dari 23% (120) dan maksimal 38% (120) dengan PH terbaik berkisar 5,0-6,0. Provinsi yang dilakukan peremajaan dan pengembangan oleh pemerintah Indonesia guna untuk peningkatan ekspor CPO ialah Nangroe Aceh Darusalam, Jambi, Riau, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Banten, Bali, Kalimantan Barat, Kepulauan Riau, Kalimantan Tengah, Sulawesi Tengah, Irian Jaya Barat, dan Papua.

Riau dan Sumatera Utara merupakan sentra produksi CPO terbesar di Indonesia dengan kontribusi 26,31% dan 16,05%, diikuti oleh Sumatera Selatan sebesar 10,02%, Kalimantan Tengah sebesar 10,00%, Jambal sebesar 7,12%, dan Kalimantan Barat sebesar 5,77% (Kementerian Pertanian, 2014:14)

Aksesibilitas Input seperti kemudahan untuk mendapatkan bahan baku dan bahan pendukung yang, yaitu benih kelapa sawit dan pupuk mudah ditemukan di Indonesia. Benih sawit dapat diperoleh dari beberapa produsen resmi di Indonesia seperti PT. London Sumatera, Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS), PT. Tunggal Yunus Estate, PT Dami Mas Sejahtera, PT. Tania Selatan, PT. Bina Sawit Makmur, namun beberapa kebutuhan benih masih diimpor dari Malaysia atas pertimbangan pemenuhan kebutuhan yang belum terpenuhi. Selain itu, impor dilakukan karena terkadang kualitas bibit yang di Indonesia tidak begitu baik dibandingkan benih dari Malaysia.

Pupuk berfungsi untuk menyuplai kandungan yang diperlukan oleh tanaman sawit untuk membantu percepatan pertumbuhan sawit tersebut. Jenis pupuk yang diperlukan oleh kelapa sawit ialah NPK, Urea, SP 36, TSP, ZA, KCL. Kebutuhan pupuk dalam negeri diperoleh dari produksi perusahaan dalam negeri, yaitu PT. Petrokimia Gresik, PT. Pupuk Kujang, PT. Kaltim, PT. Pupuk Iskandar Muda, namun seluruh kebutuhan KCL diimpor dari luar negeri. Banyak petani Indonesia yang mengalami kesulitan dalam mengusahakan tanaman sawit dikarenakan dana harga pupuk yang ditawarkan di pasar selalu melambung tinggi, oleh karena itu pemerintah Indonesia memberikan subsidi kepada petani perkebunan. Peraturan tentang pupuk bersubsidi terdapat dalam Peraturan Menteri Pertanian No 60/Permentan/SR.30/12/2015 tentang kebutuhan dan ketentuan batas harga eceran paling tinggi

pupuk yang disubsidi pemerintah untuk Sektor Pertanian Tahun Anggaran 2016, Bab II pasal 1 dan 2 yang menyatakan bahwa pupuk yang disubsidi oleh negara ialah Urea, SP - 36, NPK, ZA, dan Organik di setiap provinsi.

Pengusaha perkebunan tidak akan kesulitan mencari buruh karena tenaga kerja perkebunan murah di Indonesia dapat ditemukan dalam jumlah yang besar, tetapi tenaga kerja yang profesional dalam bidang sawit, khususnya pengolahan turunan sawit, masih terbatas. Selain itu rata-rata biaya yang diperlukan untuk memproduksi sawit per hektar juga terbilang rendah, yaitu sekitar Rp. 22.050.000 (BPS,2014). Industri pendukung dalam menyuplai bahan baku hingga mengolah tandan buah segar menjadi CPO yang berstandar internasional di dalam negeri juga mudah ditemukan. Berikut ini adalah industri pendukung dengan CPO, yaitu:

1. Industri Penyedia Bibit Kelapa Sawit. Sebagian besar kebutuhan benih diperoleh dari produsen benih dalam negeri, meskipun terkadang perkebunan sawit masih mau mengimpor benih sawit dari Malaysia. Produsen benih sawit terbesar dan resmi di Indonesia adalah PT. London Sumatera, Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS), PT. Tunggal Yunus Estate, PT Dami Mas Sejahterah, PT. Tania Selatan, PT. Bina Sawit Makmur, dan PT. Socfindo.
2. Industri Penyedia Kelapa Sawit (TBS). Tandan buah segar dihasilkan oleh perkebunan negara, swasta, dan petani. Hingga saat ini terdapat sekitar 45 perkebunan kelapa sawit yang terdaftar sebagai anggota RSPO (Indoborneo:2010). Perkebunan negara dinamakan PT. Perkebunan Nusantara (PTPN). Perusahaan – perusahaan perkebunan swasta besar di Indonesia ialah Sinar Mas group, PT London Sumatra , PT Astra Agro Lestari, PT Bakrie Sumatera Plant, PT Asian Agri, PT Duta Palma, PT Agro Indomas, Socfin Group (PT Socfindo & Socfinco SA), PT Agro Indomas, PT SMART Tbk, PT Tunas Baru Lampung Tbk, PT BW Plantation Tbk, PT Salim Ivomas Pratama dan sebagainya (Indoborneo:2010).
3. Industri Pengolah Kelapa Sawit. Industri ini akan mengolah TBS di pabrik untuk menghasilkan CPO. Perusahaan - perusahaan yang tercatat memiliki pabrik pengolahan TBS ialah: Sinar Mas Group, PT Astra Agro Lestari, PT Minamas, PT Asian Agri, Gemilang, PT Bakrie Sumatera Plantation, PT Duta Palma, PT Salim Ivomas Pratama, PT Surya Dumai, PT London Sumatera.

Perkebunan kelapa sawit di Indonesia dibagi menjadi pasar utama tujuan ekspor CPO Indonesia ialah pasar Asia dan Afrika seperti India, China, Turki, namun Indonesia belum mampu menembus pasar Amerika dan Eropa. Berbeda halnya dengan Malaysia, minyak sawit Malaysia telah banyak yang menembus pasar Eropa dan Amerika. Penyebab utama minyak sawit Indonesia belum mampu memasuki pasar Amerika dan Eropa ialah karena adanya isu yang menyatakan bahwa minyak sawit Indonesia tidak ramah lingkungan.

Berikut adalah beberapa strategi operasional yang perlu dilakukan pemerintah Indonesia guna untuk pembangunan kelapa sawit Indonesia yang berkelanjutan dan berkeadilan, yaitu:

- 1) Promosi, advokasi dan kampanye publik tentang industri kelapa sawit berkelanjutan. Langkah tegas awal yang perlu dilakukan pemerintah ialah memberikan respon yang jelas dan tegas untuk menghadapi kampanye negatif tentang kelapa sawit, khususnya isu yang memberikan informasi bahwa kelapa sawit berbahaya terhadap lingkungan dan menimbulkan konflik sosial. Pemerintah perlu memfasilitasi untuk suatu penelitian dan pembuktian yang berguna sebagai bentuk promosi, advokasi, dan kampanye publik yang menunjukkan peran positif pembangunan kelapa sawit bagi perekonomian masyarakat.
- 2) Pengembangan Produk Hilir (Peningkatan Nilai Tambah). Langkah operasional yang dilakukan pemerintah Indonesia saat ini ialah mendorong setiap industri minyak sawit di Indonesia untuk melakukan hilirisasi agar Indonesia mampu mengeksport minyak sawit dalam bentuk yang lebih bernilai dibandingkan CPO. Salah satu bentuk semangat hilirisasi ditunjukkan dengan dikeluarkannya peraturan peningkatan BK atas CPO Indonesia sejak tahun 2010.
- 3) Penguatan hukum agar membangun kelapa sawit yang berkelanjutan dan Tata Kelola Perizinan. Langkah operasional yang perlu dilakukan pemerintah selanjutnya ialah mempertegas perizinan dan peraturan pembangunan kelapa sawit berkelanjutan.
- 4) Pengembangan Aksesibilitas Petani terhadap Sumber Daya. Pemerintah menyediakan fasilitas kredit tanpa jaminan kepada petani, khususnya untuk program peremajaan perkebunan kelapa sawit rakyat. Pemerintah memberikan subsidi bunga supaya tingkat bunga kredit menjadi murah dan dapat dijangkau oleh petani. Pemerintah menyediakan tenaga pendamping yang

kompeten dalam penerapan inovasi teknologi budidaya kelapa sawit dan kelembagaan petani. Pemerintah juga seharusnya menyediakan lahan kosong bagi petani untuk ditanami kelapa sawit.

Daya saing ekspor CPO tidak lepas dari peran pemerintah. Peran pemerintah Indonesia ialah mengeluarkan kebijakan untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan domestik dan ekspor atas CPO serta meningkatkan ekspor produk hilirisasi. Kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah ialah peraturan tentang Bea Keluar kelapa sawit, CPO, dan produk turunannya yang terdapat dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 128/2013. BK atas ekspor CPO Indonesia ditetapkan lebih besar dibandingkan produk – produk olahan yang lebih bernilai. Apabila semakin besar pengolahan yang diterima minyak sawit, maka semakin kecil BK eksportnya. Susunan tarif Bea Keluar tersebut dapat dilihat dalam Lampiran 14. Berdasarkan Undang-undang No 17 Tahun 2006 perubahan dari Undang-undang No 10 Tahun 1995 Pasal 2A ayat 2 tentang Kepabeanan terhadap barang ekspor, maka disimpulkan bahwa tujuan Bea Keluar dikenakan atas ekspor CPO Indonesia ialah untuk menjamin terpenuhinya kebutuhan CPO dalam negeri, melindungi kelestarian sumber daya alam, mengantisipasi meningkatnya harga CPO internasional, dan menjaga stabilitas harga CPO di dalam negeri.

BK atas ekspor CPO Indonesia ditetapkan lebih besar dibandingkan produk turunannya ialah untuk membatasi ekspor kelapa sawit dalam bentuk CPO dengan tujuan agar kebutuhan CPO dalam negeri. Harga CPO yang lebih tinggi di pasar internasional dibandingkan di pasar domestik membuat produsen dalam negeri bersemangat untuk mengekspor CPO sebanyak mungkin agar mendapatkan laba yang tinggi, sehingga menyebabkan kelangkaan CPO dalam negeri. Kelangkaan CPO memicu harga yang tinggi, sehingga menyebabkan hilirisasi kelapa sawit terhambat.

Kebijakan tarif BK yang tinggi bertujuan untuk mendorong produsen agar menjual produknya di dalam negeri dan juga agar perusahaan perkebunan kelapa sawit terpicu untuk mendirikan pabrik pengolahan CPO menjadi produk baru yang hanya membutuhkan sedikit olahan sebelum dikonsumsi atau pun produk jadi. Setelah ditetapkan BK yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan, volume ekspor CPO Indonesia yang terdapat dalam lampiran 1 mengalami penurunan, tapi ekspor produk olahan

CPO semakin meningkat. Semangat hilirisasi ini disambut baik oleh para investor, yaitu semakin meningkatnya investor dalam industri hilir minyak sawit.

Kontribusi ekspor CPO ke negara Indonesia, membuat minyak sawit hingga saat ini masih menjadi komoditi primadona. Kontribusi langsung ekspor CPO yang paling terlihat jelas ialah terhadap neraca perdagangan Indonesia. Minyak sawit merupakan komoditi dari sektor non migas yang berkontribusi terbesar terhadap cadangan devisa negara. CPO merupakan salah satu “dewa penyelamat” defisit neraca perdagangan Indonesia, dimana CPO berkontribusi sebesar 13% dari keseluruhan total ekspor Indonesia (kompasiana: 2015).

Luasnya lahan perkebunan, besarnya jumlah produksi CPO, dan destrukturisasi kebijakan Bea Keluar ekspor minyak sawit membuat Indonesia berkesempatan untuk memiliki daya saing ekspor yang kuat atas produk turunan CPO dan bahkan produk turunan KPO. Apabila produk ekspor turunan minyak sawit memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional maka cadangan devisa Indonesia pun akan semakin lebih cepat bertambah banyak. Selain itu, para investor asing juga semakin banyak yang bersedia menanamkan modalnya ke sektor perkebunan Indonesia. Peningkatan produksi dan hilirisasi minyak sawit juga membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat di Indonesia, sehingga pengangguran berkurang dan pendapatan riil masyarakat bertambah.

Tantangan bagi Indonesia saat ini adalah menghasilkan minyak sawit dan turunannya yang ramah lingkungan. Beberapa pasar yang membatasi ekspor CPO dari Indonesia ialah Amerika Serikat dan Eropa. Negara-negara tersebut sangat serius dalam menjaga kehidupan ekosistem alam. Faktanya, Indonesia terkadang masih merusak ekosistem alam saat melakukan pengembangan produksi CPO, misalnya kebakaran hutan ataupun lahan.

Berdasarkan analisis *Diamond Porter*, faktor yang mendukung daya saing CPO Indonesia di pasar internasional ialah karena luasnya lahan kelapa sawit yang dimiliki Indonesia, letak dan kondisi lahan tanah Indonesia mendukung produksi minyak sawit, kemudahan mendapatkan bahan baku dan bahan pendukung dalam negeri, rendahnya biaya produksi sawit. Selain itu faktor lain yang mendukung daya saing CPO Indonesia ialah tersedianya industri pendukung dan terkait seperti industri penyedia benih dan kelapa sawit

(TBS) serta industri pengolahan sawit di dalam negeri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia dilihat dari hasil perhitungan indeks RCA nya selama periode 1999-2014 ialah lebih besar dari 1, yakni sebesar 66,12. CPO Indonesia memiliki daya saing yang paling kuat di pasar internasional dibandingkan Malaysia dan Thailand. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata nilai RCA Indonesia sebesar 66,12 di atas Malaysia (19,81), dan Thailand (1,61). Besarnya keunggulan komparatif Indonesia dibandingkan Malaysia dan Thailand dikarenakan nilai perbandingan nilai ekspor CPO Indonesia terhadap nilai ekspor CPO dunia jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai perbandingan nilai ekspor CPO Malaysia dan Thailand terhadap nilai ekspor CPO dunia.
2. Rata-rata nilai ISP CPO Indonesia selama periode 1999-2014 ialah sebesar 1,0. Berdasarkan nilai ISP tersebut CPO Indonesia memiliki tingkat daya saing ekspor dalam perdagangan dunia. CPO Indonesia paling kompetitif untuk bersaing dalam perdagangan dunia dibandingkan Malaysia dengan ISP sebesar 0,571 dan Thailand dengan ISP sebesar -0,002. Besarnya keunggulan kompetitif CPO Indonesia dibandingkan Malaysia dan Thailand dikarenakan selisih nilai ekspor dengan nilai impor CPO Indonesia lebih besar dibandingkan selisih nilai ekspor dengan nilai impor CPO Malaysia dan Thailand.
3. Berdasarkan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) selama periode 1999-2014 yaitu sebesar 1,0 Indonesia cenderung sebagai negara pengekspor CPO. Berdasarkan teori siklus hidup, nilai ISP tersebut menunjukkan bahwa ekspor CPO Indonesia berada pada tahap kematangan atau Indonesia bisa disebut sebagai net exporter dalam perdagangan dunia. Ekspor CPO Malaysia dengan ISP sebesar 0,571 berada pada tahap pertumbuhan dan ekspor CPO Thailand dengan ISP sebesar -0,002 pada tahap pengenalan dalam perdagangan dunia.
4. Faktor – faktor yang mendukung daya saing CPO Indonesia dalam perdagangan dunia ialah (1) Faktor produksi yaitu tersedianya lahan

yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, yaitu: Sumatera, Jawa D.I. Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara dan Bali, Sulawesi, Maluku dan Papua dengan suhu, cahaya, curah hujan yang mendukung untuk memproduksi kelapa sawit; tersedianya sumberdaya manusia dalam jumlah yang besar dan murah; rendahnya biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi sawit; serta kemudahan untuk mendapatkan bahan baku dan bahan pendukung di dalam negeri (2) Tersedianya industri pendukung dan terkait yaitu: industri penyedia bibit kelapa sawit, industri penyedia tandan buah segar, dan industri pengolahan kelapa sawit di dalam negeri.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu:

1. Agar kebijakan pemerintah tentang peningkatan Bea Keluar CPO sebaiknya diterima positif oleh semua pengusaha perkebunan kelapa sawit di Indonesia karena hal ini bertujuan agar Indonesia tidak hanya unggul dalam mengekspor produk minyak mentah saja, melainkan juga unggul dalam mengekspor produk turunan sawit yang lebih bernilai.
2. Sebagian pemasukan dari peningkatan Bea Keluar ekspor CPO sebaiknya dialokasikan untuk replanting bagi perkebunan rakyat agar konsistensi dan peningkatan produksi kelapa sawit di Indonesia tetap terjaga, sehingga daya saing Indonesia pun tetap terjaga.
3. Pemerintah Indonesia sebaiknya mengusahakan agar Indonesia bisa menjadi negara penentu harga di pasar internasional. Indonesia adalah produsen CPO terbesar di dunia, namun walaupun volume ekspor CPO Indonesia cenderung meningkat, konsistensi nilai ekspor CPOnya belum bisa terjaga mengikuti volume ekspornya karena selama ini ekspor CPO Indonesia masih menggunakan harga yang ditentukan oleh Eropa.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrini, N. N. A. P. 2013. Analisis Daya Saing Komoditi Crude Palm Oil (CPO) Indonesia Tahun 2001-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 4 (1): 12 – 20.
- BPS. 2015. “Nilai Produksi dan Biaya Produksi per Hektar Usaha Perkebunan Kelapa Sawit dan Tebu, 2014”, diakses pada tanggal 26 Juni

2016 dari
<https://bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1853>.

Ernawati, T dan Yeni S. 2013. Kinerja Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 7 (2): 129 – 147.

Rifin, Amzul. 2010. “Export Competitiveness of Indonesia’s Palm Oil Product”, diakses pada tanggal 01 Juni 2016 dari
<http://docsdrive.com/pdfs/ansinet/tae/2010/1-18.pdf>.

Kementerian Perdagangan. 2012. “Indeks Perdagangan”, diakses pada tanggal 09 Maret 2016 dari
<http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/trading-index>.

Nyantakaningtyas, Jauhar S. dan Heny K. D. 2012. Dya saig dan strategi pengembangan minyaksawitdi indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9 (3): 194 – 201.

Rifin, Amzul. 2010. “Export Competitiveness of Indonesia’s Palm Oil Product”, diakses pada tanggal 01 Juni 2016 dari
<http://docsdrive.com/pdfs/ansinet/tae/2010/1-18.pdf>.

Tambunan, Tulus. 2001. *Perdagangan Internasional*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

_____. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Bogor: Ghalia Indonesia.

United Nation Comtrade. 2016. “Extract Data”, diakses pada tanggal 23 Maret 2016 dari
<http://comtrade.un.org/data/>.

Y.A.D Anggit, Rashid., Ni M. S.Y.P., Antik S. 2012. “Analisis dya saig Crude Palm Oil (CPO) Indonesia Di Pasar Internasional”, diakses pada tanggal 23 Maret 2016 dari
<http://agribisnis.fp.uns.ac.id/analisis-daya-saing-crude-palm-oil-cpo-indonesia-di-pasar-internasional>