

ANALISIS DAYA SAING PRODUK EKSPOR INDONESIA

Oleh: Asnur Elly Samah

ABSTRAK

Ekspor non migas memberikan sumbangan sekitar 78,8 % terhadap total ekspor tahun 2006, dengan didominasi oleh ekspor hasil industri olahan yang mencapai rata-rata sekitar 70% tiap tahun. Sejalan dengan berbagai perkembangan eksternal dan internal, serta munculnya negara pesaing baru untuk komoditi tertentu, mengakibatkan produk Indonesia mengalami pergeseran pangsa pasar baik di dalam negeri maupun luar negeri. Pergeseran pangsa pasar ini ditenggarai oleh adanya penurunan daya saing beberapa produk ekspor non migas.

Berkaitan dengan dengan hal diatas, maka tulisan ini menganalisis kinerja daya saing beberapa produk non migas beberapa tahun terakhir. Analisis daya saing menggunakan instrumen (tools) seperti RCA (Revealed Comparatif Advantage), AR (Acceleration Ratio) dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan).

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan lingkungan eksternal dan internal yang cepat dewasa ini telah memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai aspek sosial dan ekonomi seperti proses liberalisasi/ globalisasi dan desentralisasi sebagai implementasi dari Undang-undang Otonomi Daerah. Liberalisasi perdagangan yang berlangsung sangat cepat dan meluas merupakan tantangan, namun sekaligus juga merupakan peluang yang perlu dimanfaatkan dalam proses pembangunan ekonomi. Saat ini Indonesia menghadapi dua tantangan utama yang terkait dengan proses globalisasi dan desentralisasi. Pertama, upaya peningkatan daya saing industri nasional melalui peningkatan efisiensi dan pembangunan keunggulan kompetitif yang pada gilirannya akan memperkuat ketahanan dan pertumbuhan ekonomi. Kedua,

pelaksanaan proses desentralisasi ekonomi dilakukan secara bertahap agar potensi sumberdaya ekonomi di seluruh daerah dapat segera digerakkan secara bersamaan menjadi kegiatan ekonomi yang meluas.

Disamping itu pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dibidang industri, secara tidak langsung telah mengubah kebiasaan, perilaku serta cara pandangan konsumen terhadap produk industri. Sebagai pengguna akhir dari produk industri saat ini konsumen cukup selektif dalam memilih produk. Produk yang dipilih yang telah terjamin kualitasnya dan aman digunakan. Kesadaran konsumen di negara-negara maju akan produk berkualitas serta memenuhi unsur kesehatan dan keselamatan bagi sipengguna sudah sangat tinggi.

Seperti diketahui bahwa sektor industri dan perdagangan yang merupakan penggerak utama dan ujung tombak pembangunan ekonomi nasional mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Pada tahun 2006, sektor industri pengolahan (non migas) mempunyai peranan sebesar 27,8% dan sektor perdagangan termasuk hotel dan restoran mempunyai peranan sebesar 16,9% terhadap PDB, masing-masing mengalami pertumbuhan sebesar 4,6% dan 6,3% dibanding tahun sebelumnya.

Kemajuan di sektor industri telah mendorong perubahan struktur perekonomian. Pada tahun 2002 sumbangan sektor industri pengolahan (non migas) sebesar 27,50% meningkat menjadi 28,1% tahun 2005 terhadap PDB. Sementara itu, sektor perdagangan termasuk hotel dan restoran mempunyai peranan sebesar 18,11% tahun 2002 menurun menjadi 16,8% pada tahun 2005. Sedangkan sektor pertanian pada tahun 2002 menyumbang sebesar 15,4% menjadi sebesar 14,5% tahun 2005 dan menurun menjadi sebesar 14,1% tahun 2006. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa selama 6 (enam) tahun terakhir (2002-2006), pergeseran struktur tidak terlalu menyolok. Dari gambaran tersebut menunjukkan adanya kecenderungan pergeseran kinerja daya saing disektor pertanian, industri maupun perdagangan. Penurunan tersebut tercermin dari penurunan daya saing ekonomi, dimana berdasarkan data World Economic Forum (WEF) daya saing ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun cenderung menurun yang mana pada tahun 2004 pada peringkat 69 menurun menjadi peringkat ke 74 tahun 2005.

B. TUJUAN.

Tulisan ini bertujuan menganalisis kinerja daya saing beberapa produk dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

C. METHODOLOGI

Dalam analisis ini digunakan metodologi yang mencakup upaya-upaya untuk melihat keunggulan komparatif dari produk-produk ekspor Indonesia dan juga beberapa indikator lain yang membantu pengamatan. Sedangkan rumus-rumus yang digunakan untuk menganalisis, antara lain :

1. Revealed Comparative Advantage (RCA):
$$\frac{X_{a.x}/X_x}{X_{a.z}/X_z}$$

2. Acceleration Ratio (AR) :
$$\frac{\text{Trend Ekspor Patner} + 100}{\text{Trend Ekspor Dunia} + 100}$$

3. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) :
$$\frac{(X - M)}{(X + M)}$$

D. RUANG LINGKUP

- Data yang dianalisis dalam tulisan ini dibatasi pada HS 6 (enam) digit dan bersumber dari Biro Pusat Statistik (BPS), dan ITC Jenewa.
- Analisa daya saing hanya untuk beberapa komoditi yaitu: biji kakao, Uang, Video Recording of Magnitic Tape, Still Image Video Camera and, Video Camerareg, Plywood, outer ply tropical hardwood.

II. KINERJA EKSPOR NON MIGAS

Total nilai ekspor Indonesia tahun 2006 mencapai US\$ 100.798,8 juta, mengalami kenaikan sebesar 17,7% dibanding tahun sebelumnya. Pertumbuhan nilai ekspor tersebut didorong kenaikan ekspor non migas sebesar 19,8%. Ekspor non migas tahun 2006 masih didominasi oleh hasil sektor industri yang memiliki pangsa terbesar (

68,7%), diikuti oleh ekspor hasil pertambangan (15,4%) dan hasil pertanian sebesar 15,9%.

Laju pertumbuhan ekspor non migas selama 6 (enam) tahun terakhir (2001-2006) sebesar 13,0% dengan nilai tertinggi terjadi pada tahun 2006 yaitu mencapai US\$ 79.589,1 juta. Nilai ekspor non migas pada tahun 2006 mengalami kenaikan 19,8% dibanding tahun sebelumnya. Komoditi ekspor non migas terdiri dari bermacam-macam jenis produk antara lain pertanian, pertambangan, industri dan lain-lain. Pada tahun 2006 ekspor produk manufaktur sekitar 68,5% dari total ekspor non migas, dan terjadi peningkatan nilai sebesar 13,8% dibanding tahun sebelumnya. Peranan produk manufaktur rata-rata diatas 70% selama 5 (lima) tahun terakhir terhadap produk ekspor non migas.

Produk yang memberikan sumbangan terbesar terhadap kinerja ekspor non migas antara lain kelompok Biji Tembaga dan Pekatannya; Pesawat Telekomunikasi dan Bagian-bagiannya; Batubara tidak diaglomerasi; Sepatu dan Peralatan Kaki Lainnya; Minyak Kelapa Sawit dan Minyak Nabati Lainnya; serta Mesin Otomatis Pengolahan Data dan Satuannya.

Dalam struktur ekspor non migas sejalan dengan perkembangan Lingkungan eksternal maupun internal, telah menunjukkan adanya pergeseran yang semula ekspor didominasi oleh sektor migas menjadi non migas dengan sub sektor industri (manufacture) sebagai faktor pendorong utama.

Faktor-faktor penyebab terjadinya penggeseran struktur ekspor sehingga munculnya sektor manufaktur sebagai salah satu sumber pertumbuhan yang utama antara lain, devaluasi yang ditujukan untuk menjaga stabilitas makro ekonomi yang dilakukan pemerintah. Devaluasi yang diikuti oleh serangkaian deregulasi di sektor perdagangan sebagai langkah restrukturisasi ekonomi Indonesia, secara substansi telah memberikan dampak besar kepada pertumbuhan ekspor Indonesia. Disamping itu kondisi perekonomian dunia yang membaik, juga menjadi salah satu faktor pendorong.

Dengan terjadinya pergeseran ekspor migas dalam total ekspor, diikuti juga terjadinya penurunan peran sektor migas yang sebelumnya mendominasi ekspor Indonesia. Sumber utama ekspor manufaktur yang dominan antara lain: Tekstil dan

Produk Tekstil, Pakaian Jadi, Elektronik, Produk Kayu, CPO, Batu Bara, Produk Karet, dan Biji Tembaga. Komoditi-komoditi tersebut pangsa tahun 2005 diatas 40% dari total ekspor non migas.

Sementara itu , apabila dilihat berdasarkan penggolongan industrinya, komoditi-komoditi manufaktur yang diekspor terdiri dari : Natural Recource Intensive (NRI); Unskilled Labor Intensive (ULI); Physical Capital Intensive (PCI); Human Capital Intensive (HCI); dan Technologytal Intensive (TI). Pada taun 2005 NRI menyumbang sebesar 6,9% dari total ekspor, ULI 22,4%; PCI 3,2%; HCL 5,9% dan TI sebesar 19,1%.

Selama lima tahun terakhir tidak semua komoditi ekspor andalan mengalami pertumbuhan yang positif, ada beberapa mengalami laju pertumbuhan yang negatif. Komoditi yang mengalami laju pertumbuhan negatif antara lain : plywood, udang, sepatu olah raga, spare part mesin-mesin , video tape, televisi berwarna, dan lain-lain.

Negara tujuan ekspor non migas sebagian besar ditujukan ke pasar tradisional seperti Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Korea Selatan, Hongkong, Taiwan, Australia, Kanada dan Uni Eropa. Selama periode 2000-2005 ekspor non migas ke negara-negara tersebut mencapai 75% dari total ekspor non migas, dan sisanya ke pasar non tradisional sekitar 25% dari total ekspor non migas.

Saat ini peran lembaga promosi dari negara-negara pesaing dalam pembentukan jaringan pemasaran diluar negeri sudah sangat efektif, khusus dalam melakukan intelijen pasar dan memfasilitasi pemasaran secara langsung. Sementara itu peran Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) masih sebatas pada kegiatan promosi,memfasitasi hubungan dagang antara eksportir Indonesia dengan importir setempat, dan belum optimal dalam melakukan intelijen pasar. Ekspor Indonesia sampai saat ini masih banyak mengandalka peran negara ketiga, hal ini terlihat dari nilai ekspor Indonesia ke Singapura sekitar 10% dari total ekspor non migas, dan negara ini merupakan negara tujuan ketiga setelah Jepang dan Amerika. Singapura bukan merupakan negara ujuan akhir, karena produk asal Indonesia akan diekspor kenegara lain. Ekspor yang masih mengandalkan negara ketiga disebabkan karena terbatasnya perwakilan-perwakilan dagang atau pemasaran ekspor Indonesia.

Hambatan yang sering dihadapi oleh eksportir Indonesia di negara tujuan antara lain peraturan kebijakan impor di negara tersebut, tariff dan hambatan non tariff seperti eco labeling dan hak asasi manusia. Kendala ekspor lainnya ialah pada umumnya ekspor non migas Indonesia tidak menggunakan merek sendiri atau bahkan tidak bermerek sama sekali, sehingga harga jual komoditi tersebut masih rendah. Agar produk ekspor tersebut memiliki nilai tambah dan jual yang tinggi, maka perlu dikembangkan produk ekspor bermerek nasional (national brand)

III. LINGKUNGAN STRATEGIS

Perkembangan industri dan perdagangan nasional dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh lingkungan strategis. Oleh karena itu faktor-faktor lingkungan strategis pada skala nasional maupun skala global perlu dipertimbangkan kecenderungannya kedepan. Pembangunan industri dan perdagangan tidak akan terlepas dari pengaruh dan pasang surutnya persaingan global. Sektor industri dan perdagangan nasional diharapkan mampu mempertahankan eksistensinya dan berkembang di lingkungan peaturan dan iklim persaingan global yang semakin tajam dengan mengantisipasi keadaan lingkungan strategis dalam penyusunan kebijakan.

3.1 Lingkungan Dalam Negeri

Faktor-faktor sumber daya alam (endowment factor) bila dimanfaatkan optimal secara arif dan bijak maka akan membawa suatu negara ke tingkat kemakmuran yang lebih tinggi. Sementara itu faktor internal dan eksternal akan selalu mengalami perubahan yang dinamis dalam era globalisasi ini, dan keunggulan komparatif ditentukan oleh kemampuan dan pertumbuhan suatu negara serta pengaruh dari negara lain. Oleh karena itu dalam menyusun kebijakan di bidang ekonomi perlu dikombinasikan antara asset, alam dan manusia yang dikemas kedalam suatu perencanaan sehingga mampu membuat suatu negara berproduksi dan memiliki daya saing dipasar internasional

a. Sumber Daya alam

Sumber daya alam yang potensial seperti cadangan hutan produksi yang beragam, hutan tanaman keras (tanaman perkebunan), hutan tanaman pangan/hortikultura (seperti sayur mayur) dapat dimanfaatkan secara optimal terutama untuk menumbuh kembangkan industri yang berbasis sumber daya alam tropis. Disamping itu kekayaan alam berupa pertanian, perkebunan, kehutanan, pertambangan dan kelautan jika didukung oleh system perdagangan yang efisien, maka dapat memenuhi kebutuhan pokok masyarakat

b. Faktor Geografi

Indonesia merupakan negara terbesar di kawasan Asia Tenggara dan merupakan negara kepulauan terbesar didunia dengan luas daratan sekitar 1,9 juta km² dan lautan sekitar 3,2 km² dan terdiri dari 17.000 pulau. Bila industri dengan keunggulan comparative dan keunggulan kompetitif di masing-masing daerah dengan didukung oleh perdagangan yang efisien, maka dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

c. Sumber Daya Manusia

Jumlah penduduk yang besar dapat merupakan modal bagi tumbuhnya industri yang berbasis tenaga kerja , dan juga peluang bagi tumbuhnya industri yang berbasis padat teknologi. Peluang tersebut akan semakin memiliki keunggulan yang kompetitive , jika didukung dengan tenaga kerja bermutu yang memadai melalui peningkatan ketrampilan teknis, keahlian professional, kecerdasan akademi, serta pembinaan kemampuan dalam masyarakat secara terus menerus.

d. Sarana, Prasarana dan Jasa Penunjang

Pembangunan ekonomi pada umumnya perlu dukungan ketersediaan sarana, prasarana dan jasa penunjang yang memadai, seperti jalan raya, pelabuhan, transportasi, pergudangan, energi, persediaan air, telekomunikasi, lahan peruntukan industri dan kawasan industri serta jasa penunjang lainnya.

e. Budaya

Dalam pengembangan industri nasional, banyak keseragaman etnik atau budaya yang dapat memacu berkembangnya, dan meningkatkan nilai tambah industri kecil/menengah kerajinan dan barang seni, batu mulia dan perhiasan serta keramik hias. Begitu juga dengan adanya berbagai seni tari daerah, dapat menunjang berkembangnya industri pariwisata, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, serta keinginan untuk membeli produk-produk kerajinan/barang seni.

f. Teknologi

Dalam rangka meningkatkan daya saing barang dan jasa yang berbasis sumber daya local diperlukan peningkatan penguasaan, pengembangan dan pemanfaatan iptek, termasuk teknologi bangsa sendiri. Perubahan yang cepat sebagai dampak globalisasi menuntut peran ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing nasional, serta investasi juga akan mendorong terjadinya impor teknologi baru.

g. Otonomi Daerah

Terjadinya perubahan pemerintahan dari sentralistik menjadi desentralistik atau otonomi daerah, telah menimbulkan dampak positif dan negatif pada penyelenggaraan program pemerintahan dan pembangunan secara keseluruhan. Dampak positifnya masing-masing daerah dapat mengembangkan sector industri dan perdagangan sesuai dengan potensi daerah dan kebutuhan masyarakat local. Sedangkan dampak negatif dari otonomi adalah diperlukan waktu dan tenaga untuk koordinasi antara daerah dan pusat.

3.2. Lingkungan Internasional

a. Kecenderungan Bisnis Global

Perlu dilakukan indentifikasi peluang dan ancaman bagi Indonesia melalui analisis kecenderungan bisnis global yang berlangsung saat ini, karena lingkungan intemasional berkembang secara cepat. Kondisi tersebut dapat berdampak positif dengan terciptanya peluang pasar,

dan dapat juga berdampak negative dengan munculnya berbagai ancaman. Kecenderungan bisnis global memunculkan beberapa hal seperti keterkaitan secara global; munculnya proteksionisme, liberalisasi perdagangan dan blok perdagangan; transnionalisasi (multinational corporations /MNCs) informasi; perkembangan teknologi informasi yang cepat; meningkatnya kesadaran akan nilai-nilai universal; serta munculnya isu baru non perdagangan.

b. Peringkat Daya Saing

Selama kurun waktu 10 tahun terakhir peringkat daya Indonesia di pasar dunia terus merosot, jauh dibawah peringkat daya saing negara negara lain. Tahun 1997 daya saing Indonesia masih relative baik yaitu pada peringkat ke 15 dari 47 negara. Tahun 2005 peringkat daya saing Indonesia turun drastic ke urutan 74 dari 117 negara. Rendahnya daya saing Indonesia sangat terkait dengan penilaian terhadap variable yang menjadi kriteria penilaian peringkat daya saing yaitu keterbukaan terhadap perdagangan dan investasi, peran Negara, keuangan dan infrastruktur.

c. Arah Perkembangan Pasar Dunia

Selama kurun waktu 1998 s/d 2005 arah perkembangan pasar dunia untuk produk-produk manufaktur yang bercirikan padat teknologi mengalami pertumbuhan yang pesat, sementara itu produk manufaktur yang bercirikan padat tenaga kerja dan padat sumber daya alam mengalami pertumbuhan yang jauh lebih rendah. Sedangkan Indonesia ekspornya masih terfokus pada hasil industri pengolahan sumber daya alam yang pertumbuhan impor dunianya relative rendah.

IV. METODE PENGUKURAN DAYA SAING

Perdagangan internasional secara konseptual terjadi karena 2 (dua) alasan utama yaitu karena adanya perbedaan geografis antara satu negara dengan negara lainnya, sehingga perdagangan internasional akan meningkatkan kesejahteraan rakyat bagi kedua negara dan juga memberikan keuntungan bagi keduanya. Adapun alasan kedua adalah bahwa suatu negara melakukan perdagangan dengan tujuan mencapai skala ekonomi dalam produksi. Maksudnya jika tiap negara hanya memproduksi sejumlah barang tertentu, maka negara tersebut dapat memproduksi dalam skala besar dan akan lebih efisien jika dibandingkan bila memproduksi semua jenis barang. Argumen ini mengarah kepada spesialisasi.

Perbedaan atau keunggulan komparatif dan spesialisasi yang dapat menyebabkan terjadinya proses perdagangan. Oleh karena itu komoditas yang dapat diunggulkan dalam perdagangan harus mampu bersaing dalam menghadapi pasar internasional. Untuk itu metoda yang dapat digunakan dalam memilih komoditas yang dapat diunggulkan melalui pendekatan yang mampu menunjukkan kekuatan keunggulan komparatif dan juga daya saing.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif yaitu metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Pada dasarnya metode ini mengukur kinerja ekspor suatu komoditi dari suatu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor komoditi tertentu dalam ekspor total suatu negara dibandingkan dengan pangsa komoditi tersebut dalam perdagangan dunia.

Rumus Umum RCA sebagai berikut:

$$RCA : \frac{X_{a.x}/X_x}{X_{a.z}/X_z}$$

Keterangan :

- X_{a.x} = Nilai ekspor produk a negara x
- X_x = Nilai total ekspor negara x
- X_{a.z} = Nilai impor produk a dunia
- X_z = Nilai total impor dunia.

Contoh :

- Xa.x. = Nilai ekspor produk Indonesia = A
Xx = Nilai total ekspor Indonesia ke dunia = B
Xa.z = Nilai impor produk dunia = C
Xz = Nilai total impor dunia = D

$$RCA : \frac{A/B}{C/D}$$

RCA dapat dihitung untuk nilai atau volume ekspor komoditi tertentu. Jika RCA > (lebih dari satu) menunjukkan bahwa pangsa komoditi tertentu dalam total ekspor negara tersebut lebih besar dari pangsa komoditi yang bersangkutan di dalam ekspor dunia. Ini menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki keunggulan komparatif pada komoditi yang dimaksud. Semakin besar nilai RCA menunjukkan semakin kuat keunggulan komparatif yang dimiliki. Implikasinya, negara tersebut memiliki kemampuan untuk mengekspor komoditi dimaksud tanpa meninggalkan prinsip-prinsip efisiensi produksi.

Nilai RCA < 1 (kurang dari satu) menunjukkan bahwa negara tersebut tidak mempunyai keunggulan komparatif untuk komoditi tertentu. Jadi sebaiknya negara yang bersangkutan tidak memproduksi komoditi yang dimaksud untuk tujuan ekspor karena tidak ada daya saing dan dapat mengganggu efisien produksi.

RCA dapat dikembangkan menjadi pengukuran yang bersifat dinamis dengan memasukkan unsur waktu, sehingga dapat menunjukkan perkembangan pangsa relatifnya dari waktu ke waktu. Dengan membandingkan nilai RCA antara dua waktu, maka akan diperoleh indeks RCA. Indeks ini menggambarkan perkembangan RCA dari waktu ke waktu. Nilai indeks yang kecil dari satu menunjukkan terjadinya penurunan RCA yang artinya kinerja ekspor komoditi tertentu di negara X mengalami kemunduran relatif dibandingkan dengan kinerja ekspor rata-rata dunia. Sebaliknya nilai indeks yang lebih besar dari satu menunjukkan bahwa ekspor komoditi tertentu negara X mengalami peningkatan relatif dibanding dengan rata-rata dunia, sehingga pangasanya di pasar dunia meningkat.

Kelemahan dengan menggunakan metode RCA antara lain :

- Diasumsikan bahwa semua negara mengekspor komoditi dimaksud.
- Indeks RCA memang dapat menjelaskan pola perdagangan yang telah dan sedang berlangsung, tetapi tidak dapat menjelaskan apakah pola tersebut adalah optimal.
- Tidak mampu mendeteksi dan memprediksi produk-produk yang berpotensi dimasa yang akan datang.
- Kemungkinan keunggulan komparatif yang tercermin dari hasil perhitungan ini bukan merupakan keunggulan komparatif yang sesungguhnya, bisa saja akibat adanya kebijakan Pemerintah di bidang ekonomi dan perdagangan seperti nilai tukar, proteksi dan lain-lain.

Perangkat analisis lainnya untuk melengkapi RCA salah satunya yang sering digunakan adalah metode Acceleration Ratio (AR). Metode ini dipergunakan untuk melihat perbandingan antara percepatan pertumbuhan ekspor suatu negara terhadap percepatan pertumbuhan impor dunia. Suatu komoditi dikatakan memiliki keunggulan komparatif apabila ARnya lebih besar dari satu ($AR > 1$) artinya pertumbuhan ekspor komoditi a dari negara x lebih besar dari pertumbuhan impor (penyerapan) dunia.

Adapun mekanisme penggunaan metode AR adalah sebagai berikut :

- Menentukan barang ekspor yang mempunyai kecenderungan (trend) dunia yang positif (+) dan menyusun urutan trend tersebut dari yang terbesar hingga terkecil.
- Berdasarkan hasil tersebut dihitung Acceleration Ratio, kemudian dibuat peringkat mulai dari komoditi yang memiliki AR terbesar.

Rumus (Acceleration Ratio) AR sebagai berikut :

$$\text{AR} = \frac{\text{Trend Ekspor Partner} + 100}{\text{Trend Ekspor Dunia} + 100}$$

Berdasarkan data trend ditentukan komoditi yang mempunyai Peringkat Tertimbang (Weighted Rank) yang lebih besar dari 50.

$$\text{AR} = \frac{\text{Trend Ekspor Partner} + 100}{\text{Trend Ekspor Dunia} + 100}$$

Jika $\text{AR} < 1$ menunjukkan daya penetrasi pasar lemah

$\text{AR} > 1$ menunjukkan daya penetrasi pasar semakin kuat

$\text{AR} > 10$ perlu dianalisa faktor apa yang menyebabkan AR dominan

Dengan menggunakan metode RCA, AR dan WRK memiliki beberapa kelemahan terutama sifatnya yang statis. Artinya keunggulan komparatif yang dimiliki oleh komoditi-komoditi merupakan gambaran masa lalu setidaknya sampai saat sekarang, tetapi tidak punya bayangan tentang prospeknya di masa datang.

Sementara itu pendekatan analisis yang dapat memberikan gambaran tentang prospek dimasa datang adalah dengan metode Indek Spesialisasi Perdagangan (ISP). Berdasarkan ISP dapat dipantau apakah suatu komoditi mengalami kejenuhan atau sedang mengalami pertumbuhan.

$$\text{ISP} = \frac{(X - M)}{(X + M)}$$

X = nilai ekspor

M = nilai impor

Angka ISP berkisar antara - 1 sampai +1

- ISP sekitar -1 hingga -0,5 tahap pengenalan.
- ISP sekitar -0,5 hingga 0 tahap substitusi impor
- ISP sekitar 0 hingga +0,8 tahap perluasan ekspor

- ISP sekitar + 1 tahap pematangan
- ISP sekitar 0,8 sampai 0 tahap mengimpor kembali.

Metode-metode diatas belum dapat menangkap potensi daya saing yang dimiliki komoditi-komoditi yang belum atau baru memasuki pasaran internasional, yang nilai ekspornya masih relatif kecil tetapi mengalami pertumbuhan yang pesat. Untuk itu dibutuhkan pula indikator pelengkap seperti laju pertumbuhan ekspor, tingkat potensi efektif dan dilengkapi informasi kualitatif.

IV. ANALISA DAYA SAING.

Perkembangan nilai dan volume ekspor dari suatu negara dapat dianalisa dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor negara tersebut. Faktor pertama yang mempengaruhi perkembangan nilai ekspor dari suatu negara adalah kondisi pasar dunia secara umum. Karena perkembangan pasar dunia secara pesat akan mendorong terjadinya peningkatan permintaan akan impor dari berbagai negara. Peningkatan tersebut akan mendorong pertumbuhan ekspor secara umum. Faktor kedua yang mempengaruhi secara signifikan adalah pertumbuhan pasar dari negara-negara tujuan ekspor negara tersebut. Jika pasar utama dari ekspor adalah negara-negara yang mempunyai pertumbuhan permintaan yang tinggi, maka ekspor negara tersebut juga akan cenderung meningkat, sebaliknya jika permintaan di negara tujuan utama ekspor mengalami penurunan, maka ekspor negara tersebut mengalami perlambatan pertumbuhan. Faktor ketiga yang sangat penting, yang sangat mempengaruhi nilai ekspor adalah daya saing produk-produk dari negara tersebut. Karena daya saing yang kuat, baik dari segi kualitas maupun harga akan membuat produk-produk tersebut dapat diterima dengan baik dipasar dunia, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai dan volume ekspor. Sebaliknya daya saing produk yang rendah akan menyebabkan permintaan pasar menjadi turun dan mengurangi nilai dan volume ekspor.

Dalam analisis ini akan dibahas daya saing beberapa komoditi ekspor non migas sebagai berikut:

- a. Nilai ekspor Cocoa Beans, whole or broken, raw or roasted (HS.180100) tahun 2000 sebesar 12,451.1 ribu US\$ meningkat menjadi 52,418.2 ribu US\$ tahun 2003, dan turun sekitar 3,36% pada tahun 2004 menjadi 50,656.2 rjbu US\$ dengan laju pertumbuhan 41,46% pertahun.

Berdasarkan data dari ITC dengan menggunakan metode RCA untuk komoditi biji coklat daya saingnya tahun 2000 sebesar 5,4, ini menunjukkan produk dari Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat. Pada tahun 2004 keunggulan komparatif biji ciklat dari Indonesia semakin kuat diatas 10 (sepuluh). Sementara itu jika menggunakan metode AR terlihat bahwa pertumbuhan ekspor biji coklat lebih besar dari pertumbuhan impor (penyerapan) pasar internasional.

Dengan menggunakan metode ISP, gambaran tentang prospek dimasa datang produk biji coklat memasuki tahap perluasan ekspor atau melakukan penetrasi pasar untuk meningkatkan ekspor. Kekuatan daya saing ini dapat dipertahankan jika pemerintah dapat mengatasi semua permasalahan yang sering terjadi dilapangan. Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang terjadi maka strategi yang dilakukan pemerintah antara lain:

1. Melakukan koordinasi dengan Pemerintah Daerah untuk menghilangkan hambatan-hambatan yang menimbulkan biaya ekonomi tinggi
2. Melakukan koordinasi dengan Departemen Keuangan untuk dapat mengecualikan pajak pertambahan nilai untuk kakao.
3. Memberikan insentif kepada investor asing maupun domestik yang bergerak disektor perkebunan.
4. Melakukan promosi investasi.
5. Memperluas areal lahan tanaman perkebunan dan meningkatkan produktivitas tanaman perkebunan.
6. Memfasilitasi pengadaan perangkat keras seperti laboratorium pengujian mutu.

- b. Nilai ekspor Shrimps and prawns, frozen, in shell or not, including boiled in shell (HS.030613) tahun 2000 sebesar 7,101.9 ribu US\$, tiap tahun mengalami peningkatan ekspor sehingga nilainya menjadi 52,827.0 ribu US\$ tahun 2004.

Daya Saing Udang dengan menggunakan metode RCA pada tahun 2000 di pasar internasional sebesar 0,87. Angka ini menunjukkan bahwa pada tahun tersebut udang yang berasal dari Indonesia tidak mempunyai keunggulan komparatif. Pada tahun 2004 daya saingnya diatas 1, kondisi ini menunjukkan bahwa udang dari Indonesia menjadi kuat keunggulan komparatif yang dimilikinya.

Jika menggunakan metode AR maka terlihat bahwa udang dari Indonesia memiliki daya penetrasi pasar semakin kuat. Walaupun hasil penghitungan dengan RCA dan AR menunjukkan hasil yang positif Indonesia harus tetap waspada karena laju pertumbuhan impor dunia selama 5 (lima) tahun terakhir negatif. Ada kemungkinan pasar produk dari Indonesia direbut oleh negara lain jika daya saing tidak kuat dan stabil, serta tidak dapat memenuhi persyaratan yang telah dikeluarkan pasar tertentu seperti isue lingkungan hidup, kandungan kimia yang mengganggu kesehatan manusia dan lain-lain. Untuk itu pemerintah perlu mensosialisasikan peraturan yang dikeluarkan oleh negara tertentu tentang ketentuan impor produk tersebut kepada petani udang dan pelaku usaha.

- c. Nilai ekspor Video recording or reproducing apparatus magnetic tape-type (HS. 852110) tahun 2000 sebesar 272.5 ribu US\$ meningkat menjadi 1,275,3 ribu US\$ tahun 2003 dan turun sebesar 4,99% tahun 2004 menjadi 1,211.7 ribu US, dengan laju pertumbuhan 71,74% pertahun.

Daya saing produk Video Recording of Magnitic Tape – Type dengan menggunakan metode RCA pada tahun 2000 sebesar 0,05. Angka ini menunjukkan bahwa produk dari Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif. Pada tahun 2004 daya saingnya mencapai 0,10, masih lebih kecil dari angka 1. Berdasarkan perhitungan RCA tersebut dapat disimpulkan sebaiknya negara yang bersangkutan memproduksi komoditi tersebut sebaiknya lebih ditujukan untuk memenuhi pasar dalam negeri, dapat untuk tujuan ekspor dengan meningkatkan daya saing baik mutu maupun desain.

d. Nilai ekspor Still image and other video cameras (HS. 852540) tahun 2000 sebesar 1,061.1 ribu US\$ dan meningkat tiap tahun sehingga tahun 2004 menjadi 9,459.6 ribu US\$ dengan laju pertumbuhan rata-rata 71,26% pertahun.

Daya Saing Produk Still Image Video Cameras and other Video Camera reg berdasarkan perhitungan dengan metode RCA pada tahun 2000 sebesar 0,18 dan tahun 2004 sebesar 0,01. Data ini menunjukkan bahwa produk dari Indonesia keunggulan komparatifnya masih lemah, jadi sebaiknya produk yang bersangkutan ditingkatkan daya saingnya sehingga dapat memasuki pasar internasional.

Sementara itu berdasarkan metode AR ditemukan hasil sebesar 0,72, kondisi ini menunjukkan bahwa daya penetrasi pasar komoditi ini lemah. Daya saing dilihat dengan metode RCA hasilnya hampir sama dengan metode AR. Berarti komoditi tersebut sebaiknya hasil produksi ditujukan untuk memenuhi kebutuhan di dalam negeri.

e. Nilai ekspor Plywood, outer ply of tropical hardwood, ply < 6mm (HS.441213) tahun 2000 sebesar 338,4 ribu US\$, tahun-tahun berikut nilai ekspornya relatif berfluktuasi. Tahun 2004 nilai ekspornya menjadi sebesar 1,365,5 US\$ dengan laju pertumbuhan rata-rata selama lima tahun sebesar 42,71%.

Daya Saing Plywood, Outer ply of tropical hardwood, ply < 6 mm (HS : 441213) di pasar internasional jika menggunakan metode RCA tahun 2000 sebesar 0,16, dan tahun 2004 sebesar 0,06. Data ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif relatif rendah. Tetapi jika menggunakan metode AR hasilnya diatas 1 kondisi ini menunjukkan bahwa daya penetrasi pasar produk ini semakin kuat tiap tahun.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode RCA dan AR dapat disimpulkan bahwa Indonesia perlu melakukan terobosan ke pasar non tradisional agar dapat meningkatkan nilai ekspornya.

f. Nilai ekspor Paper, Fine, woodfree, inrol/sheets, $\geq 40/m^2$, $\leq 150/m^2$, uncoated, nes (HS. 480252) tahun 2000 sebesar 15,862.0 ribu US\$, nilai ekspornya tiap tahun relatif berfluktuasi dan nilai ekspor tahun 2004 sebesar 7,830.1 ribu US\$ dengan rata-rata pertumbuhan tiap tahun cenderung menurun sebesar 12,03%.

Daya saing Paper, Fine, Woodfree, in rolls or sheet dengan menggunakan metode RCA diukur keunggulan komparatifnya pada tahun 2000 dan tahun 2004 dibawah 1 (0,0004 dan 0,0001). Data ini menunjukkan bahwa kondisi keunggulan komparatif komoditi tersebut relatif rendah. Sementara itu dengan menggunakan AR (0,78) juga terlihat bahwa daya penetrasinya masih lemah. Jadi untuk meningkatkan ekspor produk ini perlu ditingkatkan lagi daya saingnya melalui efisiensi produksi dan perlu campur tangan pemerintah dalam hal tersebut.

V. Penutup

Secara umum kinerja ekspor dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor-faktor internal didalam negeri. Hambatan eksternal pada umumnya karena alasan teknis seperti standar mutu, perkembangan perekonomian negara mitra dagang impor dunia, lingkungan dan faktor non tarif lainnya. Meningkatnya hambatan non tarif antara lain tercermin dari peningkatan jumlah komoditi ekspor yang ditahan oleh mitra dagang dalam bentuk Detention and Automatic Detention dan Holding Order. Faktor yang juga mempengaruhi kinerja ekspor non migas Indonesia ialah meningkatnya persaingan di pasar internasional dampak munculnya pesaing-pesaing baru dipasar global dengan keunggulan komparatif yang relatif tinggi.

Sementara itu faktor internal yang menjadi hambatan dalam mengembangkan usahanya antara lain masalah permodalan karena tingginya tingkat suku bunga; masalah struktur industri antara hulu dan ilir; masih tingginya ketergantungan terhadap impor bahan baku dan penolong, terutama untuk komoditi unggulan seperti tekstil dan produk tekstil, sepatu dari kulit dan produk kuli, serta elektronika.

(Asnur Elly Samah)

DAFTAR PUSTAKA

- Litbang Perdagangan Luar Negeri; Produk Ekspor Non Migas Unggulan dan Diunggulkan, tahun 2000.
- LPEM FE-UI Penyusunan Peta Keunggulan Komparatif Produk Ekspor Indonesia di Beberapa Pasar Internasional , tahun 2001.
- ITC, Jenewa, tahun 2005
- Biro Pusat Statistik, tahun 2005
- World Bank; World Bank Projections, tahun 2005
- Bussiness News, July 2006
- World Economic Forum., tahun 2005
- World Trade Organization, tahun 2005
- Trade Newsletter, April 2006.

Lampiran

Tabel : 1
Ekspor Indonesia Berdasarkan Klasifikasi Komoditi

KLASIFIKASI	1996	1997	1998	1999	2000
Manufaktur	20.383,37	18.389,21	17.121,77	20.692,31	27.819,24
(%) terhadap total ekspor	53,51	43,79	41,54	52,88	58,25
Natural resource Intensive	4.808,48	4.445,34	2.564,71	3.414,31	3.325,91
(%) terhadap total ekspor	12,62	10,58	6,22	8,73	6,96
Inskilled Labor Intensive	8.892,37	6.784,78	5.889,97	8.962,66	10.714,73
(%) terhadap total ekspor	23,34	16,15	14,29	22,91	22,44
Physical Capital Intensive	701,36	1.335,04	1.003,62	1.047,11	1.524,18
(%) terhadap total ekspor	1,18	3,18	2,43	2,68	3,19
Human Capital Intensive	1.748,29	1.979,98	3.467,04	2.561,30	2.852,56
(%) terhadap total ekspor	4,59	4,71	8,41	6,55	5,97
Technological Intensive	4.087,47	3.969,57	3.379,67	4.224,74	9.115,73
Technological Intensive	10,73	9,45	8,20	10,80	19,09

Sumber : BPS (diolah)

Tabel 2
Perkembangan Ekspor Non Migas
Menurut Sektor Ekonomi, (Juta Dollar AS)

Tahun	Hasil Pertanian	Hasil Industri	Hasil Pertambangan
1981	1,638.8	2,598.0	202.8
1982	1,297.0	2,390.3	179.1
1983	1,451.1	3,141.4	170.2
1984	1,618.9	3,896.5	184.0
1985	1,468.8	4,164.8	195.8
1986	1,843.2	4,419.3	246.7
1987	1,665.9	6,666.6	234.9
1988	1,909.1	9,262.0	348.7
1989	1,943.1	11,028.1	503.0
1990	2,083.2	11,878.5	636.0
1991	2,281.9	15,067.5	889.0
1992	2,212.0	19,613.1	1,453.
1993	2,296.8	23,292.8	1,485.8
1994	2,818.8	25,702.2	1,837.1
1995	2,887.0	29,329.8	2,735.3
1996	2,912.7	32,124.7	3,054.2
1997	2,869.8	35,248.0	3,170.5
1998	3,653.4	34,593.2	2,724.4
1999	2,901.4	33,332.4	2,634.5
2000	2,709.1	42,002.9	3,040.8
2001	2,438.5	37,671.1	3,569.6
2002	2,568.3	38,729.6	3,743.7
2003	2,526.1	40,879.9	3,995.6
2004	2,496.2	48,677.3	4,761.4
2005	2,891.0	56,928.0	6,438.0

Sumber : BPS dan BI, (diolah)
- untuk pertambangan mineral