

# KINERJA EKSPOR MINYAK KELAPA SAWIT INDONESIA

## *The Export Performance of Indonesia's Palm Oil*

Tuti Ermawati, Yeni Saptia

Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, Jl. Gatot Subroto No. 10 Jakarta Pusat,  
tuti\_ermawati@yahoo.com,  
ni\_tia04@yahoo.com

Naskah diterima: 30 September 2013

Disetujui diterbitkan: 22 November 2013

### **Abstrak**

Kajian ini menganalisis kinerja ekspor *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel Oil* (PKO) Indonesia diantara negara-negara produsen kelapa sawit, dan kinerja ekspor CPO dan PKO Indonesia ke beberapa negara tujuan ekspor utama. Metode analisis yang digunakan adalah indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share* (CMS). Berdasarkan hasil analisis RCA menunjukkan bahwa kinerja ekspor CPO dan PKO Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand, tetapi sama dengan Colombia. Sementara hasil dari analisis CMS, kinerja ekspor CPO dan PKO cenderung menurun dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor seluruh produk dunia. Di samping itu, parameter dari efek komposisi produk, efek distribusi pasar maupun efek daya saing, masih banyak yang bernilai negatif. Beberapa hal yang perlu dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan daya saing dan kinerja ekspor baik CPO maupun PKO adalah kebijakan yang mendukung pengembangan ekspor CPO maupun PKO dengan mempertimbangkan daya saing hilirisasi industri sawit, peningkatan kualitas CPO dan PKO yang sesuai dengan standar negara yang menjadi tujuan ekspor.

**Kata kunci:** Daya Saing, Kinerja, Ekspor, *Crude Palm Oil*, *Palm Kernel Oil*

### **Abstract**

*The study analyzes the export performance of Indonesia's Crude Palm Oil (CPO) and Palm Kernel Oil (PKO) among palm oil producers and the performance of Indonesia's CPO and PKO exports in some major importing countries. The analytical methods used in this study are Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share (CMS) indices. Based on RCA analysis, the performance of Indonesia's CPO and PKO exports are lower than those of Malaysia and Thailand, but it is still similar to to Colombia. Meanwhile, the CMS analysis shows that the performance of Indonesia's CPO and PKO exports tend to decrease compared to export growth of all the world products. In spite of these performances, the parameters from the effect of product composition, market distribution and competitiveness are still negative. Several ways that the government should perform to increase the competitiveness and performance of Indonesia's CPO and PKO exports are supporting policy to the development of CPO and PKO exports by considering the competitiveness of downstreaming palm oil industries, and improving the quality of them in compliance with the standard applied by the export destination countries.*

**Keywords:** Competitiveness, Performance, Export, *Crude Palm Oil*, *Palm Kernel Oil*

**JEL Classification:** F10, F11, F12, F13

## PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan yang mengalami pertumbuhan produksi yang cukup pesat dibandingkan dengan tanaman perkebunan lainnya di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian (2012), produksi kelapa sawit Indonesia sebesar 17,54 juta ton pada tahun 2008 menjadi 23,52 juta ton pada tahun 2012, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7,7% per tahun pada periode 2008-2012. Sementara karet hanya mengalami pertumbuhan produksi sebesar 2,95%, lada 2,33%, cengkeh, 2,69%, dan kakao sebesar 3,11%. Dengan tingkat produksi kelapa sawit yang cukup tinggi maka tidaklah mengherankan jika Indonesia menjadi salah satu negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia.

Kelapa sawit yang diproduksi di Indonesia sebagian kecil dikonsumsi di dalam negeri sebagai bahan mentah dalam pembuatan minyak goreng, *oleochemical*, sabun, *margarine*, dan sebagian besar lainnya diekspor dalam bentuk minyak sawit atau *Crude Palm Oil* (CPO) dan minyak inti sawit atau *Palm Kernel Oil* (PKO). Dari total kelapa sawit yang dihasilkan, menurut Kementerian Keuangan (2011), ekspor CPO pada tahun 2010 sebesar 50%, sementara *Crude Palm Kernel Oil* (CPKO) mencapai 85% dari total minyak sawit yang dihasilkan oleh Indonesia. PKO mempunyai produk turunan yang relatif lebih sedikit dibandingkan dengan CPO.

Pada tahun 2004, nilai ekspor CPO Indonesia ke dunia sebesar USD 1,06 miliar atau 1,74% dari total ekspor Indonesia, dan terus mengalami perkembangan yang signifikan pada tahun 2012 menjadi USD 8,42 miliar

atau 4,43% dari total ekspor Indonesia. Nilai ekspor PKO Indonesia ke dunia pada tahun 2004 sebesar USD 385 juta atau sebesar 0,53% dari total ekspor produk Indonesia, dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2011 nilai eksponya menjadi USD 1,64 miliar atau sebesar 0,80% dari total ekspor Indonesia (UN *Comtrade*, 2012).

Peningkatan ekspor komoditas ini tidak terlepas dari semakin tingginya tingkat produktivitas. Sebagaimana Casson (1999) menjelaskan bahwa peningkatan produksi kelapa sawit bisa disebabkan beberapa faktor antara lain efisiensi dan ketersediaan lahan panen, biaya produksi yang rendah, pasar domestik dan internasional yang menjanjikan, serta kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan industri kelapa sawit. Negara-negara yang menjadi tujuan utama ekspor CPO dan PKO Indonesia adalah Cina, India, Pakistan, Belanda, Malaysia, dan Singapura.

Selain Indonesia, negara lain yang menjadi produsen kelapa sawit terbesar di dunia antara lain Malaysia, Thailand, Nigeria, dan Colombia. Pada tahun 2011, Indonesia mampu menghasilkan 23.900 ribu ton atau 40,27% dari total produksi minyak sawit dunia sebesar 50.894 ribu ton, sementara Malaysia 40,26%, Thailand 2,78%, Nigeria 2,03%, dan Colombia 1,80% (Kementerian Pertanian, 2012). Dengan tingkat produksi yang tidak terlalu jauh dari Indonesia, Malaysia sangat berpotensi menjadi pesaing utama Indonesia. Berangkat dari kondisi tersebut, maka tujuan dari tulisan ini adalah memberikan gambaran bagaimana posisi daya saing Indonesia di antara negara-negara

produsen kelapa sawit serta kinerja dari produk kelapa sawit khususnya produk CPO dan PKO Indonesia di beberapa negara pengimpor terbesar kelapa sawit dari Indonesia. Alat analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share* (CMS).

## TINJAUAN PUSTAKA

Dalam konsep keunggulan bersaing dalam perdagangan setiap negara diharapkan untuk mengkhususkan diri dalam memproduksi barang-barang yang diproduksi dengan biaya paling murah (Asheian dan Ebrahimi, 1990, seperti dikutip oleh Suprihatini, 2005). Menurut Salvatore (2007) keunggulan komparatif merupakan biaya marginal tenaga kerja suatu negara untuk menghasilkan produk maupun jasa lebih rendah dibandingkan dengan tenaga kerja di negara lain. Hal ini menunjukkan produktivitas tenaga kerja untuk semua produk dapat dihasilkan di negara tertentu. Konsep ini memiliki perbedaan dengan keunggulan absolut Adam Smith dimana keunggulan absolut lebih mengacu pada kemampuan tenaga kerja di suatu negara untuk menghasilkan barang tertentu dengan biaya marginal absolut lebih rendah dari mitra dagangnya (Salvatore, 2007).

Teori keunggulan komparatif ini kemudian disempurnakan lagi oleh Haberler pada tahun 1936 dengan menggunakan teori biaya imbalan (*Opportunity Cost Theory*). Berdasarkan teori tersebut, biaya produksi untuk menghasilkan suatu produk dengan cara mengorbankan jumlah produk kedua untuk mendapatkan sumber daya

yang cukup dalam memproduksi satu unit tambahan produk pertama. Artinya negara yang memiliki keunggulan komparatif adalah negara yang memiliki *opportunity cost* lebih rendah dalam menghasilkan suatu produk (Salvatore, 1997). Selanjutnya teori keunggulan komparatif yang lebih modern adalah teori Hecksler-Ohlin. Teori ini menjelaskan bahwa setiap negara akan melakukan spesialisasi produk, mengeksport komoditas yang banyak menyerap faktor produksi yang relatif murah dan melimpah di negara tersebut, serta mengimpor komoditas yang banyak menyerap faktor produksi yang relatif mahal dan langka di negara tersebut (Salvatore, 1997).

Keunggulan komparatif kadang diartikan sebagai daya saing, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sudaryanto dan Simatupang (1993) yang seperti dikutip oleh Saptana (2010), bahwa keunggulan komparatif sebagai ukuran daya saing yang akan dicapai ketika perekonomian tidak mengalami distorsi. Adapun yang menjadi penyebab terjadinya distorsi pasar adalah: kebijakan pemerintah baik langsung (pajak), maupun tidak langsung (misalnya regulasi), adanya ketidak sempurnaan pasar yang diakibatkan oleh monopoli ataupun monopsoni domestik (Saptana, 2010).

Ada beberapa kajian yang telah dilakukan terkait dengan daya saing produk perkebunan di Indonesia, antara lain hasil kajian yang dilakukan oleh Suprihartini (2005) tentang posisi daya saing teh Indonesia di pasar dunia dengan menggunakan CMS menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor teh Indonesia masih jauh di

bawah pertumbuhan ekspor teh dunia, sedangkan negara-negara yang memiliki pengaruh distribusi pasar yang positif dari produk teh adalah Inggris, Vietnam, Bangladesh, dan Jerman. Sementara posisi daya saing teh Indonesia lebih lemah dibandingkan negara-negara produsen teh lainnya.

Poramacom (2002) juga pernah mengkaji daya saing produk karet Thailand dengan menggunakan model RCA dan CMS selama tahun 1991-1993 dan 1995-1996. Hasil kajiannya menunjukkan bahwa keunggulan komparatif karet alam negara Thailand lebih kecil dibandingkan dengan Indonesia di pasar Amerika Serikat. Di sisi lain, berdasarkan analisis CMS selama periode 1997-1998 dan 1995-1996, pertumbuhan ekspor aktual Thailand menunjukkan angka negatif yang berasal dari efek pertumbuhan standar, efek pasar, dan efek kompetitif. Artinya meskipun Thailand merupakan eksportir utama dunia untuk produk karet alam, Thailand menghadapi pasar kompetitif yang tinggi.

Simeh (2004) menghitung indeks RCA untuk beberapa minyak nabati salah satunya minyak sawit Indonesia dan Malaysia. Hasil RCA tersebut mengindikasikan bahwa RCA minyak sawit Indonesia mengalami penurunan dari 3.705 tahun 1990 menjadi 2.474 pada tahun 2002. Sementara, nilai RCA minyak sawit Malaysia sebesar 9.099 pada tahun 2002 mengindikasikan bahwa minyak kelapa sawit Malaysia memiliki keunggulan komparatif terhadap minyak sawit Indonesia.

Prajogo, dan Mardianto (2004) mengkaji analisis komparasi antar negara ASEAN terkait dengan

pertumbuhan ekspor produk pertanian, efek komposisi produk, distribusi pasar dan daya saing terhadap ekspor produk pertanian ke kawasan ASEAN dengan menggunakan metode analisis CMS dengan periode waktu 1997-2001. Kesimpulan dari hasil kajiannya adalah pada periode 1997-1999 pertumbuhan ekspor Indonesia ke kawasan paling tinggi di antara negara-negara ASEAN lainnya, komposisi produk ekspor Indonesia terbaik, daya saing ekspor Indonesia paling kuat, namun distribusi pasar ekspornya masih kalah dibandingkan dengan Singapura. Sementara pada periode tahun 1999-2001 pertumbuhan ekspor Indonesia ke kawasan ASEAN mengalami penurunan, begitu juga dengan komposisi produk, distribusi pasar serta daya saing ekspor Indonesia melemah.

Studi lain yang dilakukan oleh Haque, Sultana dan Momen (2013) untuk mengetahui kinerja produk telekomunikasi di Malaysia dengan menggunakan RCA dan CMS. Hasil studi menunjukkan untuk produk komunikasi khusus perekam suara (SICT 763), nilai RCA nya mengalami penurunan pada tahun 2000-2011. Pada periode tahun yang sama hasil CMS menunjukkan bahwa produk SICT 763 memiliki efek kompetitif yang sangat besar.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Terdapat beberapa metode dalam mengukur tingkat daya saing suatu produk diantaranya adalah CMS dan RCA. Untuk mengukur tingkat daya saing industri suatu negara dengan pendekatan CMS berdasarkan pemahaman bahwa laju pertumbuhan

ekspor suatu negara dibandingkan laju pertumbuhan rata-rata dunia dijabarkan menjadi tiga faktor. Sedangkan RCA yang pertama kali dikembangkan oleh Balassa (1965) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara. RCA merupakan indeks yang menjelaskan perbandingan antara pangsa pasar suatu produk dalam ekspor total suatu negara dengan pangsa pasar produk yang sama dalam total ekspor dunia. Indeks RCA dengan nilai yang sama dengan atau lebih dari 1 ( $RCA \geq 1$ ) mengindikasikan bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk di atas rata-rata dunia. Sebaliknya, jika nilai indeks kurang dari 1 ( $RCA < 1$ ) maka daya saing suatu produk di negara tersebut di bawah rata-rata dunia (Tambunan, 2004). Rumus dari nilai RCA sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

Dimana :  $X_{ik}$  = ekspor produk CPO/  
PKO negara i  
 $X_{wk}$  = ekspor produk CPO/  
PKO dunia  
 $X_i$  = ekspor semua produk  
negara i  
 $X_w$  = ekspor semua produk  
dunia

Sementara indeks RCA adalah perbandingan antara nilai RCA saat ini dengan nilai RCA tahun sebelumnya, sehingga rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Indeks RCA} = RCA_t / RCA_{t-1}$$

Menurut Simonis (2009), analisis CMS adalah metode dekomposisi yang

diterapkan pertama kalinya dalam arus perdagangan internasional. Penggunaan Model CMS dilatarbelakangi adanya kemungkinan bahwa ekspor suatu negara selama periode waktu tertentu mengalami perubahan terhadap dunia sebagai pertumbuhan standar. Menurut De Vries (1967) dan Richardson (1971) seperti dikutip oleh Arshad, M., Fatimah dan A. Radam (1997), model CMS menjelaskan kinerja pertumbuhan ekspor menjadi beberapa komponen antara lain ukuran pasar, distribusi pasar, dan daya saing. Sementara, menurut Suprihartini (2005) terdapat empat terminologi pada model CMS yaitu (1) pertumbuhan standar; (2) pengaruh komposisi komoditas; (3) pengaruh distribusi pasar; (4) pengaruh persaingan. Berdasarkan pada formulasi umum yang digunakan Tyers et al, (1985) dalam Suprihartini (2005), persamaan yang digunakan analisis CMS ini adalah:

$$\text{Pertumbuhan Standar } g = \frac{E(t) - E(t-1)}{E(t-1)}$$

Parameter pertumbuhan standar menunjukkan standar umum pertumbuhan ekspor produk negara-negara di dunia. Ekspor negara-negara pesaing Indonesia dapat dilihat melalui analisis pertumbuhan ini. Jika pertumbuhan standar ekspornya lebih tinggi mengindikasikan kinerja ekspor Indonesia lebih baik. Begitu pula sebaliknya, jika pertumbuhan ekspor standar lebih rendah dibanding pertumbuhan ekspor Indonesia ke negara-negara pengimpor menunjukkan performa ekspor Indonesia lebih buruk.

### Efek Komposisi Produk

$$\frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)}}$$

Efek komposisi produk menunjukkan apakah suatu negara telah berkonsentrasi pada pasar komoditas yang berkembang pesat. Parameter efek komposisi produk ini dapat bernilai positif maupun negatif. Parameter positif menunjukkan bahwa negara eksportir (misalnya Indonesia) mengeksport produk ke negara yang memiliki pertumbuhan impor produk yang lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan impor kelompok produk tersebut. Sebagai contoh, jika pertumbuhan ekspor produk CPO Indonesia ke negara pengimpor lebih tinggi dari pada pertumbuhan impor semua produk oleh negara pengimpor, artinya efek komposisi produk CPO Indonesia di negara pengimpor tersebut akan positif. Demikian halnya apabila terjadi sebaliknya, maka efek komposisi produknya bernilai negatif.

### Efek Distribusi Pasar

$$\frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1)ij}}{E_{(t-1)}}$$

Efek distribusi pasar mengukur kinerja ekspor dengan menganalisa keuntungan atau kerugian pada ekspor negara yang menjadi perhatian (misalnya Indonesia) sebagai akibat dari adanya perubahan pada ukuran relatif pasar ekspor. Parameter efek distribusi pasar dapat bernilai positif atau negatif. Parameter bernilai positif jika negara eksportir (misalnya Indonesia) untuk mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan

permintaan. Contohnya, apabila ekspor CPO maupun PKO Indonesia ke negara dengan pertumbuhan impor minyak sawit dari Indonesia lebih tinggi, maka efek distribusi pasar akan positif. Jika sebaliknya, maka efek distribusi pasar akan negatif.

### Efek Daya Saing

$$\frac{\sum_i \sum_j (E_{(t)ij} - E_{(t-1)ij} - g_{ij} E_{(t-1)ij})}{E_{(t-1)}}$$

Dimana;

$$g = \frac{W_{(t)} - W_{(t-1)}}{W_{(t-1)}}$$

$$g_i = \frac{W_{(t)i} - W_{(t-1)i}}{W_{(t-1)i}}$$

$$g_{ij} = \frac{W_{(t)ij} - W_{(t-1)ij}}{W_{(t-1)ij}}$$

$E_{(t)}$  = Total ekspor semua produk Indonesia pada tahun (t)

$E_{(t-1)}$  = Total ekspor semua produk Indonesia pada tahun (t-1)

$E_{(t)i}$  = Total ekspor produk CPO/PKO Indonesia pada tahun (t)

$E_{(t)j}$  = Total ekspor semua produk ke negara j pada tahun (t)

$E_{(t)ij}$  = Total ekspor produk CPO/PKO Indonesia ke negara j pada tahun (t)

$W_{(t)}$  = Total ekspor semua produk dunia pada tahun (t)

$W_{(t)i}$  = Total ekspor produk CPO/PKO dunia pada tahun (t)

$W_{(t)j}$  = Total ekspor semua produk dunia ke negara j pada tahun (t)

$W_{(t)ij}$  = Total ekspor produk CPO/PKO dunia ke negara j pada tahun (t)

$W_{(t-1)}$  = Total ekspor semua produk dunia pada tahun (t-1)

Parameter daya saing menunjukkan kenaikan atau penurunan pangsa ekspor Indonesia secara relatif terhadap ekspor standar setelah menghitung perubahan komposisi produk dan distribusi pasar. Sebagaimana Richardson (1971) yang mengemukakan bahwa efek daya saing mengindikasikan pertumbuhan ekspor yang timbul dari adanya perubahan pada pangsa pasar ekspor. Asumsinya adalah bahwa efek daya saing yang didasarkan pada perubahan pangsa pasar ekspor negara pengekspor (misalnya Indonesia) di negara-negara pengimpor untuk produk tertentu hanya dapat terjadi selama periode analisis sebagai respon terhadap perubahan harga relatif produk asal Indonesia. Jika parameter efek daya saing adalah positif, berarti Indonesia adalah kuat di antara pesaing lainnya. Sebaliknya jika yang negatif yang berarti Indonesia lemah (Hadi, 2004).

Analisis CMS biasa digunakan untuk menganalisis kinerja ekspor dengan pendekatan berbagai macam produk, akan tetapi kajian ini menggunakan metode tersebut hanya untuk produk kelapa sawit khususnya CPO dan PKO. Disamping metode CMS, tulisan ini juga memaparkan daya saing ekspor CPO dan PKO Indonesia dibandingkan dengan negara-negara pengekspor lainnya dengan menggunakan metode analisis RCA.

## **Data**

Data yang digunakan dalam studi berupa data statistik ekspor-impor produk kelapa sawit yang diperoleh dari database *United Nations Commodity Trade Statistics* (UNCOMTRADE). Produk kelapa sawit yang dianalisis

dalam kajian ini lebih dikhususkan pada dua produk kelapa sawit antara lain nilai ekspor CPO (HS 1996 Kode 151110) dan nilai ekspor PKO (HS 1996 Kode 151321). Kinerja ekspor Indonesia untuk produk CPO dan PKO dengan metode CMS akan dibagi menjadi dua periode yakni (2005-2008) sebelum terjadinya krisis ekonomi global pada tahun 2008 dan periode (2009-2012) pasca terjadinya krisis ekonomi global.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Analisis Revealed Comparatif Advantage***

Berdasarkan hasil perhitungan indeks *Analisis Revealed Comparatif Advantage* (RCA) dari 4 negara yang menjadi produsen utama minyak kelapa sawit dunia menunjukkan bahwa negara yang memiliki kinerja ekspor tertinggi adalah Malaysia dengan indeks RCA rata-rata di atas 1 untuk CPO (1,04) dan PKO (1,08). Artinya Malaysia mempunyai daya saing yang cukup bagus dibandingkan dengan Indonesia, Colombia, dan Thailand. Sementara untuk Indonesia, indeks RCA rata-rata tahun 2004-2012 masih di bawah 1 yaitu CPO sebesar 0,98 dan PKO 0,94 (Tabel 1). Dengan demikian, Indonesia dapat dikatakan masih belum optimal dalam memanfaatkan keunggulan komparatif yang dimilikinya, terutama lahan yang luas, biaya tenaga kerja serta biaya input yang rendah. Sementara Malaysia yang areal perkebunan sawitnya terbatas mampu berekspansi dengan melakukan investasi-investasi di negara lain termasuk Indonesia.

Menurut Marks, Larson dan Pomeroy (1998), Malaysia telah menjadi pemasok utama di pasar global

dikarenakan Malaysia memiliki kebijakan orientasi ekspor yang dapat mendorong dan mengembangkan perusahaan untuk mengatasi terjadinya in efisiensi, sehingga biaya produksi yang lebih tinggi di Malaysia dibandingkan Indonesia tidak menjadi masalah yang signifikan bagi perusahaan. Argumen tersebut diperkuat juga dengan pernyataan Gumbira (2006) seperti dikutip oleh Gumbira (2010) yang menyatakan bahwa Malaysia lebih unggul dibandingkan dengan Indonesia dalam kancah perdagangan internasional kelapa sawit karena faktor dukungan koordinasi dan konsolidasi kebijakan pemerintah yang lebih baik, kondisi investasi swasta yang kondusif dan penguasaan teknologi dan pengetahuan yang lebih maju. Upaya pemerintah Malaysia untuk memperluas ekspor minyak sawit merupakan bagian dari upaya restrukturisasi ekonomi guna mengurangi kemiskinan dan ketimpangan ekonomi. Sedangkan di Indonesia, kebijakan pemerintahannya dalam mengembangkan kelapa sawit lebih fokus pada intervensi substitusi impor guna menstabilkan harga domestik minyak goreng. Namun upaya tersebut kurang berhasil dalam menciptakan

lingkungan yang dinamis guna mendorong pengembangan produk baru dan keterkaitannya ke depan.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata RCA Thailand untuk produk CPO pada periode yang sama juga menunjukkan angka  $RCA > 1$ , artinya Thailand memiliki daya saing produk CPO yang lebih bagus dibandingkan dengan Indonesia. Meskipun negara ini termasuk baru menyandang gelar sebagai negara pengeksport kelapa sawit setelah Indonesia dan Malaysia, namun kinerja ekspornya cukup baik. Meningkatnya kinerja daya saing Thailand tersebut terkait dengan semakin tingginya permintaan dunia khususnya pasar Uni Eropa terhadap produk CPO Thailand. Hal ini dimungkinkan, mengingat Thailand selain memiliki ketersediaan lahan yang masih luas untuk ditanami kelapa sawit, Thailand juga mampu memasok CPO yang bersertifikasi sesuai dengan kriteria RSPO. Semakin baiknya performa ekspor Thailand dalam hal produk kelapa sawit merupakan tantangan bagi Indonesia untuk lebih giat dalam meningkatkan daya saing produk CPO maupun PKO di pasar internasional.

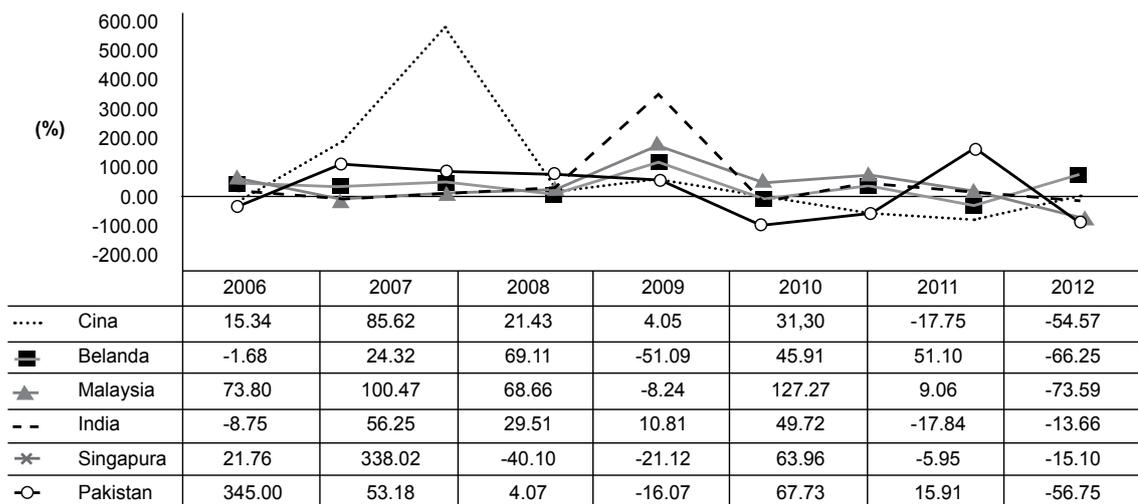
**Tabel 1. Nilai Indeks RCA Negara Pengeksport CPO dan PKO Terbesar Dunia**

Tahun	Indonesia		Malaysia		Colombia		Thailand	
	CPO	PKO	CPO	PKO	CPO	PKO	CPO	PKO
2004	1,10	0,99	0,82	0,99	1,65	0,98	NA	1,03
2005	0,97	1,01	0,99	0,81	0,71	0,89	NA	0,89
2006	0,94	1,08	1,27	0,76	0,76	0,80	NA	0,96
2007	1,08	0,96	0,81	1,63	1,24	0,89	1,26	0,63
2008	1,01	0,98	0,92	0,88	0,76	0,99	1,09	1,12
2009	0,95	0,97	1,05	0,94	0,47	0,66	0,18	0,24
2010	0,92	0,91	1,01	0,97	0,32	0,96	0,89	1,33
2011	0,78	0,82	1,27	1,51	2,02	1,30	4,61	1,11
2012	1,08	0,79	1,24	1,22	0,93	1,32	0,68	1,18
<i>Rata-rata</i>	<i>0,98</i>	<i>0,94</i>	<i>1,04</i>	<i>1,08</i>	<i>0,98</i>	<i>0,98</i>	<i>1,45</i>	<i>0,94</i>

Sumber: Hasil perhitungan penulis

Secara lebih rinci terlihat bahwa kinerja CPO Indonesia pada tahun 2004-2012 mengalami perkembangan yang cukup fluktuatif. Pada tahun 2007-2008, kinerja ekspor CPO Indonesia cukup bagus dengan nilai indeks RCA di atas 1, dan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2005-2006 karena adanya kenaikan permintaan CPO yang cukup signifikan dari Pakistan, Singapura, India, Malaysia, dan Belanda sehingga nilai ekspor CPO Indonesia meningkat (Gambar 2). Namun pada tahun 2009, kinerja ekspor mulai menurun dengan nilai indeks RCA 0,95. Hal ini diduga akibat adanya penurunan nilai ekspor CPO dari beberapa negara

terutama Pakistan (-83,45), dan juga India (20,74) (Gambar 2), padahal India selama ini menjadi negara pengimpor terbesar CPO Indonesia dimana pada tahun 2008 nilai ekspor CPO nya mencapai USD 3,3 miliar, tetapi pada tahun 2009 menjadi USD 2,6 milyar. Ada banyak faktor yang mengakibatkan terjadinya penurunan nilai ekspor CPO pada tahun 2009, salah satunya adalah melemahnya harga CPO di pasaran dunia, pada tahun 2009 harga CPO turun sebesar 25,36% dari USD 862,94 per metrik ton pada tahun 2008 menjadi USD 644,07 per metrik ton pada tahun 2009 (Tabel 2).



**Gambar 1. Pertumbuhan Nilai Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke 6 Negara, 2004-2012**

Sumber: Hasil perhitungan penulis

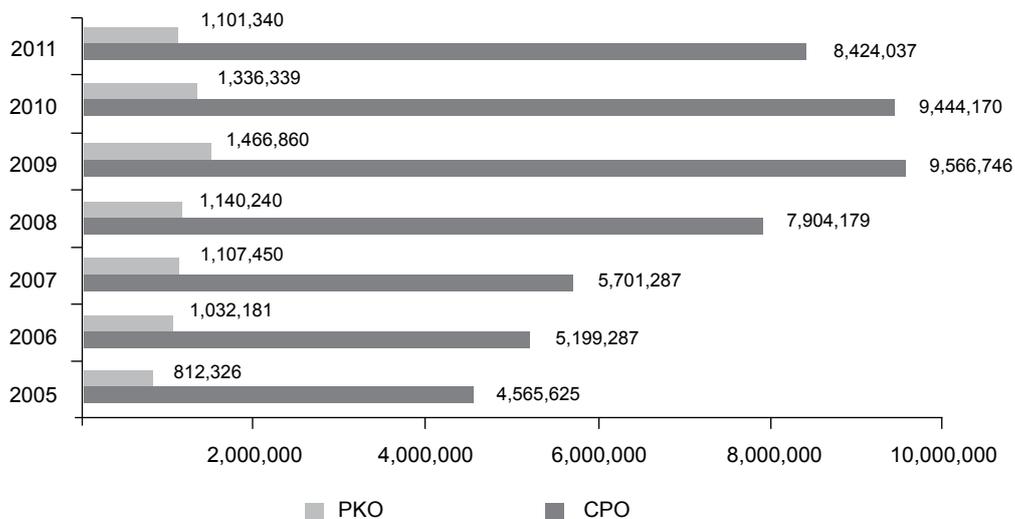
Pada tahun 2011, harga CPO mulai menguat menjadi USD 1076,50 per metrik ton atau naik 25,18% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun hal tersebut belum cukup mampu menaikkan kinerja ekspor CPO bahkan nilai indeks RCA CPO pada tahun 2011 sebesar 0.78 yang berarti bahwa kinerja ekspor CPO tahun tersebut terendah sepanjang 9 tahun terakhir (Tabel 1). Hal ini terjadi

karena pada tahun tersebut volume ekspor CPO Indonesia mengalami penurunan sebesar -10,8% dari 9,44 juta ton pada tahun 2010 menjadi 8,42 juta ton pada tahun 2011 (Gambar 2), sehingga nilai ekspor CPO Indonesia menurun cukup besar terutama dari Cina (-68,41%) dan Belanda (-24,85%) (Gambar 1).

Penurunan volume ekspor terjadi disebabkan permintaan CPO dari

beberapa negara menurun, diantaranya Cina yang mengurangi impornya karena pertumbuhan ekonomi Cina yang masih melambat, kemudian Pakistan yang mengurangi impornya pada tahun 2011 karena tertundanya penyelesaian *Preferential Trade Agreement* (PTA) yaitu perjanjian perdagangan antara Indonesia dengan Pakistan dimana

di dalam perjanjian ada kesepakatan penghapusan bea masuk oleh kedua negara terhadap produk unggulan masing-masing. Dalam PTA yang mulai berlaku 1 September 2013, Indonesia mendaftarkan CPO dan Pakistan memasukkan jeruk kino sebagai komoditas yang bebas bea masuk.



**Gambar 2. Volume Ekspor CPO dan PKO Indonesia, 2005-2011 (dalam Ton)**

Sumber: Badan Pusat Statistik (2005-2011)

Pada tahun 2012 kinerja ekspor CPO Indonesia di pasar dunia kembali mengalami peningkatan dengan nilai indeks RCA sebesar 1,08. Meskipun terjadi penurunan nilai ekspor CPO ke beberapa negara, namun adanya peningkatan permintaan CPO yang tinggi dari Belanda mampu membuat kinerja ekspor CPO Indonesia meningkat. Hal ini terjadi karena ekspor CPO ke Belanda nilainya jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nilai ekspor ke Singapura dan Malaysia sehingga

perubahan permintaan CPO dari negara tersebut sangat berpengaruh terhadap kinerja ekspor CPO Indonesia. Selain Belanda, India merupakan negara tujuan ekspor CPO Indonesia dengan nilai ekspor yang cukup besar, namun di tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 25,90% dari USD 4,47 Miliar pada tahun 2011 menjadi USD 3,3 Miliar pada tahun 2012, hal ini diakibatkan India mengalami inflasi dan adanya rencana kenaikan pajak impor *refined vegetable oils*.

**Tabel 2. Perkembangan Harga CPO dan PKO Menurut CIF Rotterdam, 2004-2012.**

Tahun	CPO (USD Per Metrik Ton)	Perubahan CPO (%)	PKO (USD Per Metrik Ton)	Perubahan PKO (%)
2004	434,72		648,08	
2005	367,69	-15,42	626,98	-3,26
2006	416,81	13,36	581,10	-7,32
2007	719,12	72,53	888,46	52,89
2008	862,94	20,00	1129,50	27,13
2009	644,07	-25,36	700,00	-38,03
2010	859,94	33,52	1185,75	69,39
2011	1076,50	25,18	1649,08	39,08
2012	939,83	-12,70	1111,08	-32,62

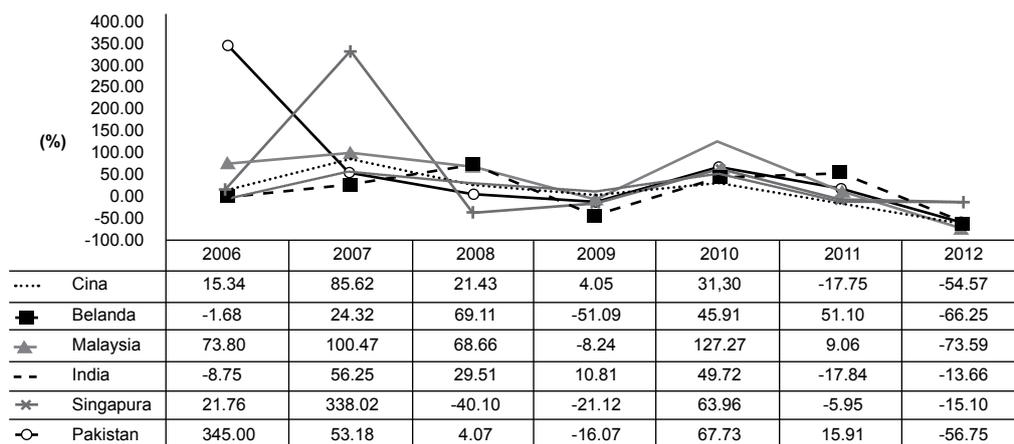
Sumber: Index Mundi (2004-2012)a dan Index Mundi (2004-2012)b, diolah oleh penulis

Kinerja produk PKO Indonesia dengan nilai indeks RCA di atas 1 ( $RCA > 1$ ) hanya pada tahun 2005-2006. Sedangkan pada tahun 2007-2012 indeks RCA produk PKO mengalami penurunan menjadi kurang dari 1 ( $RCA < 1$ ). Menurunnya kinerja ekspor PKO pada periode tersebut diduga kuat karena adanya penurunan nilai ekspor dari beberapa negara yang menjadi tujuan utama ekspor PKO, bahkan pada tahun 2012 penurunan permintaan lebih dari 50% terutama dari Cina, Belanda, Malaysia, dan Pakistan (Gambar 3).

Rendahnya volume permintaan negara-negara importir terhadap produk PKO Indonesia dimungkinkan juga karena harganya yang terlampaui tinggi dibandingkan produk CPO (Tabel 3). Berdasarkan Tabel 3 tampak bahwa harga PKO mengalami tren yang fluktuatif. Pada tahun 2004 harga PKO sebesar USD 648,08 per metrik ton cenderung mengalami penurunan 10% menjadi USD 581, 10 per metrik ton

pada tahun 2006, kemudian kembali meningkat menjadi 1129,50 per metrik ton pada tahun 2007.

Faktor lain penyebab menurunnya kinerja ekspor PKO khususnya pada tahun 2009-2012, dimungkinkan karena dampak krisis keuangan global yang terjadi pada tahun 2008. Adanya krisis *financial global* yang terjadi pada pertengahan tahun 2008 menyebabkan terdepresiasi nilai mata uang yang tidak hanya terjadi di Indonesia, melainkan di beberapa negara importir kelapa sawit sehingga menyebabkan daya beli masyarakatnya pada umumnya mengalami penurunan. Akibatnya, pertumbuhan nilai ekspor PKO Belanda yang tren pada awalnya meningkat menjadi menurun hingga 51,09% pada tahun 2009. Begitu pula dengan negara Singapura, Malaysia dan Pakistan tren pertumbuhan nilai ekspor menurun menjadi 26,12%, 8,24% dan 16,07% di tahun yang sama.



**Gambar 3. Pertumbuhan Nilai Ekspor PKO Indonesia ke 6 Negara, 2004-2012**

Sumber: Hasil perhitungan penulis

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa produk PKO merupakan potensi besar bagi Indonesia untuk memperoleh keuntungan ekonomi yang tinggi dalam mengekspor PKO karena memiliki nilai jual yang cukup tinggi dibandingkan CPO. Namun, mahalnya harga produk PKO di pasaran internasional menyebabkan permintaan dunia akan produk PKO ini tidak sebanyak CPO. Secara umum, daya saing ekspor CPO maupun PKO Indonesia masih di bawah Malaysia. Kinerja ekspor Malaysia yang lebih baik dibanding dengan negara-negara pengekspor minyak sawit lainnya dikarenakan kebijakan pemerintah Malaysia konsisten dalam mendukung ekspor minyak sawitnya dengan membebaskan secara penuh pajak komoditas CPO. Sementara di Indonesia, kebijakan pajak ekspor yang diberlakukan pada produk minyak sawit sebagai upaya untuk menstabilkan harga minyak goreng justru cenderung “menggemukkan” keuntungan para *rent seeker* sehingga merugikan para produsen, pengolah dan konsumen (Marks, Larson dan Pomeroy, 1998). Namun demikian, posisi Indonesia yang

saat ini masih menjadi produsen terbesar kelapa sawit di dunia merupakan peluang dan tantangan ke depan dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing ekspor minyak kelapa sawitnya.

#### **Analisis *Contant Market Share***

Berdasarkan hasil perhitungan *Contant Market Share* (CMS) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor seluruh produk, CPO, maupun PKO Indonesia ke dunia lebih besar dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor seluruh produk dunia (pertumbuhan standar) pada tahun 2005-2008. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia banyak mengambil keuntungan dari adanya pertumbuhan perdagangan dunia baik CPO maupun PKO. Permintaan dunia yang cukup tinggi terhadap minyak sawit telah mampu digunakan oleh Indonesia dalam meningkatkan kinerja ekspor CPO maupun PKO nya. Selain itu, perkembangan kesepakatan AFTA telah menjadi stimulus dalam meningkatkan perdagangan ekspor Indonesia.

**Tabel 3. Pertumbuhan Standar dan Ekspor Seluruh Produk, CPO, dan PKO Indonesia Ke Dunia, 2005-2008 dan 2009-2012**

Komponen	2005-2008	2009-2012
Pertumbuhan Standar Seluruh Produk	0,15	0,02
Pertumbuhan Ekspor Seluruh Produk Indonesia	0,18	0,11
Pertumbuhan Standar CPO	0,08	0,08
Pertumbuhan Ekspor CPO Indonesia	0,50	0,08
Pertumbuhan Standar PKO	0,31	0,01
Pertumbuhan Ekspor PKO Indonesia	2,70	-0,03

Sumber: Hasil perhitungan penulis

Pada periode 2009-2012, pertumbuhan ekspor seluruh produk Indonesia (0,11) masih lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan standar (0,02). Namun, adanya krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 sedikit berpengaruh terhadap permintaan ekspor CPO Indonesia sehingga pada periode 2009-2012 pertumbuhan ekspor CPO Indonesia (0,08) sama dengan pertumbuhan standar CPO (Tabel 3). Selain itu, diduga beberapa kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan bea keluar periode 2009-2012 sedikit banyak berpengaruh terhadap kinerja ekspor CPO di periode tersebut.

Kebijakan tersebut diantaranya adalah Peraturan Menteri Keuangan No.128/PMK.011/2011 tentang penetapan barang ekspor yang dikenakan bea keluar dan tarif bea keluar menggantikan Peraturan Menteri Keuangan No.67/PMK.011/2010. Dalam perkembangannya, keberadaan Permen tersebut dianggap oleh banyak kalangan tidak efektif dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing industri hilir kelapa sawit di dalam negeri karena kedepannya diharapkan Indonesia tidak hanya mengekspor minyak kelapa sawit mentah, melainkan produk turunannya yang memiliki nilai tambah. Pada tahun

2012 pemerintah menerbitkan kebijakan baru yakni PMK No. 75/PMK.011/2012 yang menetapkan tarif bea keluar atas kelapa sawit, CPO serta produk turunannya dan membagi jenis barang yang dikenakan bea keluar dalam lima kelompok, sesuai dengan jenjang hilirisasi produk kelapa sawit, CPO, dan turunannya (Kementerian Keuangan, 2013). Indonesia harus berjuang cukup ekstra jika ingin memenangkan pasar CPO dunia karena pada periode ini juga terjadi penurunan permintaan CPO dari beberapa negara akibat perlambatan ekonomi yang terjadi di negara tujuan ekspor.

Selanjutnya, pertumbuhan ekspor PKO Indonesia pada periode 2009-2013 nilainya jauh lebih rendah (-0,03) dibandingkan dengan pertumbuhan standar PKO dunia (0,01). Pertumbuhan ekspor PKO yang negatif tersebut diduga karena faktor komposisi produk PKO yang di ekspor Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar sebagaimana yang tercermin dari angka efek komposisi produk PKO Indonesia di periode yang sama bertanda negatif (-0,00004).

Dilihat dari efek komposisi komoditasnya, hasil perhitungan menunjukkan bahwa efek komoditas untuk PKO dan CPO di kedua periode

negatif (Tabel 3). Kontribusi dari komposisi produk CPO maupun PKO Indonesia di pasar internasional pada periode tersebut masih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia kurang cermat dalam mengambil peluang ekspor produk sawit dengan memperhatikan pertumbuhan impor CPO dan PKO di negara-negara pengimpor menurut komposisi produk. Kondisi demikian tidak mengherankan, sebab dibentuknya sertifikasi *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) sebagai upaya membendung penolakan minyak sawit di pasar Eropa, ternyata kurang mendapat respon dari para pengusaha di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa pengusaha yang tergabung dalam Gabungan Pengusaha Kepala Sawit Indonesia (GAPKI) merasa bahwa sertifikasi RSPO kurang memberikan banyak keuntungan bagi pihak Indonesia sebagai produsen kelapa sawit dimana *bargaining position* dari pembeli lebih kuat dibandingkan produsennya sehingga harga jual dari kelapa sawit Indonesia menjadi tidak premium. Berikut kutipan wawancara dengan narasumber (GAPKI).

*“Sebenarnya kita dulu welcome dengan RSPO, Mengapa? Karena di tengah-tengah sawit diserang oleh NGO, kemudian RSPO datang*

*dengan semangat roundtable. Kemudian semangat roundtable itu hilang, makanya tahun 2005 dibuatlah usulan sertifikasi (selalu dengan RSPO keputusannya diambil dengan suara terbanyak). Sementara suara grower 30%, yang lain anggotanya consumer, trader, buyer, LSM, dll (70%). Jadi setiap ambil keputusan, grower selalu kalah. Saat ini grower tinggal 17%. Jadi dengan kata lain RSPO sekarang disetir oleh NGO.”<sup>1</sup>*

Hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia untuk lebih meningkatkan pertumbuhan ekspornya dengan meningkatkan kualitas komoditi CPO dan PKO berstandar internasional sehingga meningkatkan minat negara lain untuk mengimpor minyak CPO dan PKO dari Indonesia. Terlebih lagi sejak tahun 2011 Indonesia telah memiliki standarisasi sendiri akan produk kelapa sawit dalam bentuk *Indonesian Sustainable Palm Oil* (ISPO). ISPO merupakan acuan pengembangan kelapa sawit berkelanjutan Indonesia yang merupakan rangkuman dari seluruh peraturan perundangan yang terkait dengan kelapa sawit di Indonesia, dimana bersifat *mandatory* sehingga ketentuan ISPO wajib dipatuhi oleh pelaku usaha perkebunan di Indonesia.

**Tabel 4. Efek Komposisi Produk CPO dan PKO, 2005-2008 dan 2009-2012**

Jenis Produk	2005-2008	2009-2012
CPO	-0,00344	-0,00099
PKO	-0,00060	-0,00004

Sumber: Hasil perhitungan penulis

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan GAPKI, April 2012

Efek distribusi pasar CPO di kedua periode lebih banyak bernilai negatif kecuali di pasar Pakistan pada tahun 2009-2012 yang bernilai positif (Tabel 5). Berarti pertumbuhan ekspor CPO Indonesia ke Cina, Belanda, India, Malaysia, dan Singapura masih lebih rendah dibandingkan dengan pertumbuhan impor CPO di negara-negara tersebut. Distribusi pasar komoditas CPO Indonesia kurang memperhatikan pertumbuhan impor di negara Cina, Belanda, India, Malaysia dan Singapura. Jadi Indonesia belum menjadi negara pengekspor CPO tertinggi di 6 negara di atas, dan hanya Pakistan yang menjadikan Indonesia sebagai pengekspor utama.

Dengan kondisi di atas maka tidaklah mengherankan jika kemudian Indonesia dengan Pakistan membuat PTA, karena dengan adanya PTA maka kedua negara dapat lebih meningkatkan kerjasama perdagangannya yang tidak hanya sebatas perdagangan minyak kelapa sawit. Selain faktor kurang cermatnya Indonesia dalam memperhatikan pertumbuhan impor menurut komposisi komoditas yang tepat di negara-negara pengimpor, Hadi (2004) juga menambahkan karena adanya faktor lemahnya *market intellegence* para eksportir Indonesia sehingga dinamika penawaran dan permintaan komoditas pertanian tidak terpantau secara baik.

**Tabel 5. Distribusi Pasar Dunia Ekspor CPO dan PKO Indonesia, 2005-2012**

Distribusi pasar Dunia	Negara	2005-2008	2009-2012
<i>Crude Palm Oil (CPO)</i>	Cina	-0,00047384	-0,00010866
	Belanda	-0,00141301	-0,00050290
	India	-0,00332409	-0,00187002
	Pakistan	-0,00044282	0,00003940
	Malaysia	-0,00077190	-0,00061410
	Singapura	-0,00098745	-0,00023951
<i>Palm Kernel Oil (PKO)</i>	Cina	0,00019202	-0,00004384
	Belanda	-0,00009232	-0,00002197
	India	0,00000612	-0,00002410
	Pakistan	0,00000156	0,00000027
	Malaysia	0,00008979	0,00013476
	Singapura	-0,00000528	-0,00000289

Sumber: Hasil perhitungan penulis

Sementara untuk PKO, efek distribusinya pada tahun 2005-2008 bernilai positif kecuali Belanda dan Singapura yang bernilai negatif (Tabel 5). Hal ini dapat dimaklumi mengingat Belanda dan Singapura merupakan negara yang agak ketat

menerapkan komoditas yang masuk ke negaranya sehingga Indonesia tidak termasuk dalam pengekspor utama di negara tersebut. Namun pada tahun 2009-2012, parameter efek distribusi yang bernilai positif hanya Pakistan dan Malaysia. Pada tahun 2009-2012, hanya

Pakistan dan Malaysia yang menjadikan Indonesia sebagai pengeksport utama di negara mereka. Pemerintah Indonesia dalam hal ini harus segera bertindak dan sesegera mungkin mengatasi hal tersebut karena CPO dan PKO merupakan komoditas yang menjadi andalan ekspor Indonesia.

Apabila dilihat dari efek daya saing, pada periode 2005-2008 hampir semua parameternya daya saing CPO bernilai positif kecuali Cina dan Pakistan yang bernilai negatif (Tabel 6). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Indonesia bukan merupakan negara yang menjadi pengeksport utama di Belanda, India, Malaysia, dan Singapura pada tahun 2005-2008, namun Indonesia memiliki daya saing yang cukup kuat

dan merupakan pesaing terkuat dengan negara pengimpor CPO lainnya, kecuali Cina dan Pakistan.

Tahun 2009-2012, adanya krisis ekonomi tahun 2008 menyebabkan terjadinya perubahan pangsa pasar sehingga parameter daya saing Indonesia di India, Pakistan, Malaysia, dan Singapura bernilai negatif, dan hanya di Cina, dan Belanda yang bernilai positif (Tabel 6). Berarti di Cina dan Belanda, Indonesia masih memiliki daya saing yang cukup kuat dan mampu berdaya saing dengan negara kompetitornya, namun di India, Pakistan, Malaysia, dan Singapura, persaingan Indonesia dengan negara pengeksport lainnya mulai melemah.

**Tabel 6. Daya Saing Ekspor CPO dan PKO Indonesia, 2005-2012**

Distribusi pasar Dunia	Negara	2005-2008	2009-2012
<i>Crude Palm Oil (CPO)</i>	Cina	-0,00013910	0,00007085
	Belanda	0,00324745	0,00463192
	India	0,00180149	-0,00190831
	Pakistan	-0,00014927	-0,00024771
	Malaysia	0,00001383	-0,00013550
	Singapura	0,00001626	-0,00030141
<i>Palm Kernel Oil (PKO)</i>	Cina	-0,00009759	-0,00017148
	Belanda	-0,00006596	-0,00017422
	India	-0,00001531	0,00002543
	Pakistan	0,00000271	0,00000004
	Malaysia	0,00012092	0,00001856
	Singapura	-0,00000280	0,00000312

Sumber: Hasil perhitungan penulis

Efek daya saing PKO Indonesia pada tahun 2005-2008 memiliki parameter negatif dan hanya Pakistan dan Malaysia yang bernilai positif. Pada tahun 2009-2012, daya saing ekspor PKO mengalami perubahan signifikan,

hampir semua memiliki parameter yang positif kecuali Cina dan Belanda. Di Cina dan Belanda, daya saing PKO Indonesia masih lemah karena di kedua negara tersebut Indonesia bukan pengeksport utama.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**

Indonesia merupakan salah satu negara produsen kelapa sawit terbesar di dunia, diikuti oleh Malaysia, Thailand, Nigeria, dan Colombia, tidaklah mengherankan jika Indonesia menjadi salah satu negara pengeksport PKO utama minyak kelapa sawit di dunia. Meskipun menjadi negara utama pengeksport minyak sawit, perhitungan indeks RCA menunjukkan bahwa daya saing Indonesia baik CPO maupun PKO lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia, dan untuk CPO lebih rendah dibandingkan dengan Thailand, dan sama dengan Colombia.

Sementara dilihat dari CMS, pertumbuhan ekspor CPO pada periode 2005-2008 masih lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan standar, pada periode tersebut Indonesia masih mampu mengambil keuntungan dari pertumbuhan ekspor minyak sawit dunia. Namun pada tahun 2009-2012, pertumbuhan ekspor CPO Indonesia mengalami penurunan sehingga nilainya sama dengan pertumbuhan CPO standar. Dilihat dari efek komposisi produk, ekspor CPO dan PKO Indonesia memiliki nilai parameter yang negatif, begitupun dengan efek distribusi pasar dunia pada periode 2005-2008, semua bernilai negatif untuk CPO dan periode 2009-2012 hanya Pakistan yang memiliki nilai positif. Sementara untuk efek daya saing, hanya di Belanda dan India, Indonesia dipandang sebagai pesaing yang kuat dalam memperebutkan pangsa pasar minyak sawit, dan pada 2009-2012 hanya di Cina dan Belanda, Indonesia dianggap sebagai pesaing yang kuat oleh kompetitornya. Untuk PKO, pangsa

pasar yang kuat ada di India, Pakistan, Malaysia, dan Singapura sehingga di negara tersebut Indonesia merupakan pesaing yang kuat untuk negara pengeksport PKO. Dikeluarkannya PMK Nomor 75/PMK.011/2012 sebagai upaya program hilirisasi industri kelapa sawit diduga menjadi salah satu penyebab turunnya daya saing ekspor CPO dan PKO. Namun di sisi lain dengan adanya penurunan ekspor tersebut diharapkan akan meningkatkan pasokan bahan baku CPO dan PKO dalam negeri, untuk diolah kembali sehingga dapat menghasilkan produk turunan CPO dan PKO dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Kedepannya diharapkan ekspor CPO dan PKO tidak hanya dalam bentuk bahan mentah yang seperti selama ini terjadi, tetapi lebih pada produk turunan dari CPO dan PKO.

Berdasarkan perhitungan RCA, kinerja CPO dan PKO Indonesia agak lemah dibandingkan dengan negara lain, hal ini didukung hasil dari perhitungan CMS yang menunjukkan bahwa efek komposisi produk, daya saing, dan distribusi pasar masih banyak yang bernilai negatif, meskipun pertumbuhan ekspor minyak sawit Indonesia meningkat. Meningkatnya pertumbuhan ekspor minyak kelapa sawit tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia masih mampu mengambil keuntungan dari pertumbuhan ekspor minyak sawit dunia sehingga dianggap sebagai kompetitor yang kuat oleh negara pesaingnya.

Banyak hal yang menyebabkan kinerja dan daya saing minyak kelapa sawit Indonesia agak lemah di perdagangan dunia terutama periode 2009-2012, antara lain: Pertama,

krisis ekonomi global pada tahun 2008 menyebabkan permintaan minyak kelapa sawit beberapa negara pengimpor minyak sawit menurun akibat terjadinya perlambatan pertumbuhan ekonomi di beberapa negara. Kedua, adanya penetapan standar yang berbeda antara penawaran dan permintaan. Selama ini standarisasi produk minyak kelapa sawit mengacu pada RSPO, namun kemudian GAPKI pada tahun 2011 keluar dari RSPO dan Indonesia sendiri memiliki ISPO yang menjadi standar produk kelapa sawit di Indonesia. Meskipun diyakini oleh pemerintah bahwa keluarnya GAPKI tidak akan berpengaruh terhadap ekspor Indonesia ke dunia karena sifatnya *government to government*, dan masih ada beberapa pengusaha minyak kelapa sawit yang masih bergabung dengan RSPO, namun hal tersebut sedikit banyak berpengaruh. Disini perlu pembuktian dari Indonesia, bahwa dengan adanya ISPO maka kualitas minyak sawit Indonesia tetap terjaga bahkan memiliki kualitas yang lebih tinggi. Ketiga, adanya beberapa peraturan pemerintah tentang penetapan tarif bea keluar yang menjadikan Indonesia kurang kompetitif dibandingkan dengan Malaysia, dan negara lainnya.

Ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh pemerintah agar daya saing dan kinerja minyak kelapa sawit dapat meningkat, antara lain: Pertama, perlu adanya sinergitas kebijakan pemerintah yang mendukung daya saing hilirisasi industri sawit. Kedua, Indonesia lebih memperhatikan komposisi produk CPO dan PKO sesuai dengan kebutuhan negara-negara pengimpor dengan meningkatkan kualitas CPO dan

PKO yang sesuai dengan standarisasi negara yang menjadi tujuan ekspor. Ketiga, Indonesia harus lebih teliti dalam mengeksport produk CPO maupun PKO dengan memperhatikan dinamika impor di negara yang menjadi tujuan ekspor Indonesia. Hal ini penting dilakukan mengingat, selama ini distribusi pasar Indonesia lemah karena kurangnya *market intelligence* para eksportir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arshad, M., Fatimah dan A. Radam. (1997). *Export Performance of selected Electrical and Electronic Product*. Department of Agricultural Economics Faculty of Economics and Management Universiti Putra Malaysia. Diunduh pada tanggal 20 September 2013 dari [www.econ.upm.edu](http://www.econ.upm.edu).
- Ashegian, P dan B. Ebrahimi. (1990). *Internasional Business*. New York: Harper and Row Publisher, Inc.
- Balassa, B. (1965). *Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage*. *Manchester School of Economic and Social Studies Journal*, 33(2): 99-124
- Casson, A. (1999). *The Hesitant Boom: Indonesia's Oil Palm Sub-Sector in an Era of Economic Crisis and Political Change*. Appendix C-Malaysian Investment in The Indonesian Oil Palm Sector. Center for International Forestry Research (CIFOR), November 1999
- De Vries, B.A. (1967). *The Exsport Experience of Developing Countries*. World Bank Staff Occasional Papers, No 3 pp. 18-31. Baltimore: Johns Hopkins Press.
- Gumbira, S.E. (2010). Review Kajian, penelitian dan Pengembangan Agroindustri Strategis Nasional: Kelapa Sawit, Kakao dan Gambir. *Jurnal Teknologi Pertanian* Vol. 19(1), 45-55. Diunduh pada tanggal 19 September 2013 dari <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/viewFile/1109/186>

- Hadi, P dan S. Mardianto. (2004). Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara ASEAN dalam Era Perdagangan Bebas AFTA. *Jurnal Agro Ekonomi*, Volume 22 No.1, Mei 2004: 46-73
- Haque, A, S. Sultana and A. Momen. (2013). Export Performance of Malaysian Telecommunication Products: Market Prospects and Challenges. *Proceeding of 3rd Asia-Pacific Business Research Conference 25-26 February 2013*. Malaysia.
- Harbeler, G. (1936). *The Theory of International Trade with its Application to Commercial Policy*. Londong: William Hodges and Co.
- Index Mundi. (2004-2012a). *Palm Oil Monthly Price-US Dollars Per Metric Ton*. Diunduh pada 19 September 2013 dari <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=palm-oil&months=120>
- Index Mundi. (2004-2012b). *Palm Kernel Oil Monthly Price-US Dollars Per Metric Ton*. Diunduh pada 19 September 2013 dari <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=palm-kernel-oil&months=120>
- Kementerian Keuangan. (2013). *Nota Keuangan dan Rancangan Anggaran dan Pendapatan Negara RI*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Kementerian Pertanian. (2012). *Statistik Pertanian 2012*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Marks, S., D. Larson, and J. Pomeroy. (1998). Economic Effects of Taxes On Exports of Palm Oil Products. *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Vol 34 No. 3, December 1998
- Poramacom, N (2002). Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Model (CMS) on Thai Natural Rubber. *Kasetsart Journal*. (Soc.Sci):23:54-60.
- Prajogo, H dan S. Mardianto. (2004). Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara ASEAN dalam Era Perdagangan Bebas AFTA. *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol. 22, No 1, Mei 2004
- Richardson, J.D. (1971). Some Sensitivity Tests for a Constant Market Share, Analysis of Exsport Growth. *Review of Economics and Statistics*. Vol 53, PP. 300-204
- Salvatore, D. (2007). *International Economics 9th edition*. USA: Wiley and Sons Inc.
- Saptana. (2010). Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya saing dan Strategi Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Volume 28 No 1, Juli 2010:1-18
- Simeh, M.A. (2004). Comparative Advantage of the European Rapeseed Industry vis-a-vis Other Oils and Fats Producers. *Oil Palm Industry Economic Journal*, Vol 4 (2), pp. 14-22.
- Simonis, D. (2009). Belgium Export Performance, A Constant Market Share Analysis. Working Paper 2-00, Economic Analysis and Freedom.
- Sudaryanto, T dan P. Simatupang. (1993). *Arah Pengembangan Agribisnis: Suatu Catatan Kerangka Analisis dalam Prosiding Prespektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia*. Bogor: Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Suprihartini, R . (2005). *Daya Saing Ekspor Teh Indonesia Di Pasar Teh Dunia*. Bogor: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia
- Tambunan, T.H. (2004). *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tyers, R, P. Phillips and D. Lim. (1985). ASEAN-Australia Trade in Manufactures: a Constant Market Share Analysis. 1970-1979. In Lim,D (ed). 1985. *ASEAN-Australia Trade in Manufactures*. Melbourne: Longman Chashire.
- UN Comtrade. (2003-2012). *Trade Flow*. Diunduh tanggal 1 s.d 15 September 2013 dari <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults>

