

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan diterbitkan sejak tahun 2007 secara periodik dua kali dalam satu tahun (Juli dan Desember), memuat hasil penelitian terkait dengan isu perdagangan.

EDITOR

KETUA

Dr. Ir. Kasan, MM (*International Trade*, ABFI Perbanas Jakarta)

ANGGOTA:

Ir. Ernawati Munadi, Msi, Ph.D (*Domestic Trade*, PROSPERA)

Zamroni Salim, Ph.D (*International Trade and Development*, LIPI)

Dr. Maddaremmeng A. Panennungi, S.E (*International Trade*, UI)

Teguh Dartanto, Ph.D (*Applied General Equilibrium, Microeconometrics*, UI)

Kiki Verico, Ph.D (*International Trade*, UI)

MITRA BESTARI:

Prof. Dr. Abuzar Asra, M.Sc (*Trade and Poverty*, BPS)

Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA (*Trade and Development*, LIPI)

Dr. Wayan R. Susila, APU (*Trade and Agricultural Economics*, TCF)

Achmad Shauki, Ph.D (*International Trade*, PROSPERA)

Amirullah Setya Hardi, Ph.D (*Economics, Econometrics*, UGM)

Prof. Dr. Achmad Suryana, MS (*Agriculture Economics*, Kementerian Pertanian)

Dr. Novia Budi Parwanto (*Macroeconomic, Econometric*, STIS)

Fithra Faisal Hastiadi, Ph.D (*International Trade*, UI)

REDAKSI PELAKSANA:

Puspita Dewi, SH, MBA (Koordinator penyelenggaraan penyusunan Buletin)

Maulida Lestari, SE, ME (Penyusun layout, pemeriksa dummy)

Reni K. Arianti, SP, MM (Penyelenggara administrasi)

Primakrisna Trisnoputri, SIP, MBA (pemeriksa dummy)

Dewi Suparwati, S.Si (Pencatatan dan korespondensi)

Dwi Yulianto, S.Kom (Penyusun Layout)

Anggi Permata Dewi, ST (IT Support)

ALAMAT REDAKSI:

Sekretariat Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan

Kementerian Perdagangan, RI

Gedung Utama Lantai 3 dan 4

JL.M.I. Ridwan Rais No.5, Jakarta Pusat 10110

Telp. (021) 23528681

Fax. (021) 23528691

publikasi.bppkp@kemendag.go.id

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan dapat diakses melalui:

jurnal.kemendag.go.id

e-ISSN: 2528-2751

Terakreditasi

Berdasarkan SK Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan,
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Republik Indonesia
No.21/E/KPT/2018 Tanggal 9 Juli 2018

PENGANTAR REDAKSI

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan (BILP) merupakan sarana untuk menyebarkan hasil kajian dan analisis yang telah dilakukan Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan (BPPP), Kementerian Perdagangan kepada seluruh *stakeholders*. Dalam menerima naskah, BILP bersifat terbuka dengan menerima berbagai naskah dari penulis baik dari dalam maupun dari luar Kementerian Perdagangan sepanjang naskah bertemakan sektor perdagangan maupun sektor terkait perdagangan.

BILP Volume 12 No.2, Desember 2018 telah dipublikasikan dalam versi online dan versi cetak pada tanggal 31 Desember 2018. Dalam Volume ini, BILP mempublikasikan enam tulisan ilmiah yang mengkaji berbagai isu di bidang perdagangan. Dari enam naskah yang dipublikasikan, dua diantaranya merupakan naskah ilmiah yang ditulis oleh penulis dari luar Kementerian Perdagangan.

Tulisan pertama dengan judul “Potensi Peningkatan Akses Pasar Produk Indonesia ke Perekonomian APEC Untuk Mengantisipasi Realisasi FTAAP” yang menganalisis potensi peningkatan akses pasar produk Indonesia ke kawasan *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC) untuk mengantisipasi realisasi *Free Trade Area of The Asia-Pacific* (FTAAP). Upaya peningkatan daya saing diperlukan dan bisa dilakukan dengan transfer teknologi terutama dari perekonomian APEC yang lebih banyak impor *intermediate*-nya daripada produk akhirnya. Peningkatan akses pasar agar lebih difokuskan pada permintaan akhir sehingga nilai tambah bisa didapat oleh Indonesia.

Tulisan kedua berjudul “Dampak Kerja Sama Perdagangan Indonesia dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU) Terhadap Perekonomian Indonesia”. Studi bertujuan untuk mengetahui potensi daya saing komoditas serta dampak kerja

sama perdagangan Indonesia-EAEU dengan menggunakan metode analisis *Trade Complementary Index* (TCI), *Revealed Symetric Comparative Advantages* (RSCA) dan *Computable General Equilibrium* (CGE). Indonesia perlu menjajaki kemungkinan kerja sama dengan EAEU dengan pendekatan berupa eliminasi 50% pada seluruh pos tarif secara bertahap. Indonesia juga sebaiknya fokus pada komoditas yang memiliki daya saing di pasar EAEU.

Tulisan ketiga berjudul “Pemanfaatan Kerja Sama Indonesia-Jepang *Economic Partnership Agreement* (IJEPA) dan Indonesia-Pakistan *Preferential Trade Agreement* (IPPTA)” bertujuan untuk mengevaluasi tingkat pemanfaatan IJEPA dan IPPTA dalam ekspor dan impor Indonesia ke Jepang dan Pakistan. Bentuk PTA lebih memberikan dampak positif bagi peningkatan ekspor Indonesia ke negara mitra dibandingkan FTA yang komprehensif. Kebijakan melakukan FTA dalam bentuk *Economic Partnership* perlu disertai dengan kerja sama yang menjamin peningkatan perdagangan yang seimbang antar negara anggota.

Tulisan keempat yang berjudul “Daya Saing Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat dan Republik Rakyat Tiongkok”. Dengan menggunakan metode *Constant Market Share Analysis* (CMSA), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan Model Ekonometrika (*Fixed Effect Model*) diperoleh bahwa produk TPT Indonesia dan Vietnam tidak mempunyai daya saing kuat di pasar RRT, tetapi keduanya memiliki daya saing kuat di pasar AS. Untuk meningkatkan daya saing ekspor TPT, Indonesia perlu memperhatikan PMA manufaktur negara asal dan PDB negara tujuan.

Dengan judul “Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Timur Tengah”, tulisan kelima bertujuan menganalisis daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia di sepuluh negara Timur Tengah. Peningkatan ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah dapat dilakukan dengan cara a) meningkatkan peran Atase Perdagangan dan ITPC, b) melakukan koordinasi di dalam dan luar negeri untuk memperoleh sertifikasi keamanan produk berorientasi ekspor, c) mempercepat perjanjian perdagangan untuk memperluas akses pasar melalui penurunan tarif impor, d) memberikan pelatihan dan pendampingan kepada eksportir UKM, dan e) merundingkan penyederhanaan dokumen ekspor dengan biaya yang terjangkau

Tulisan yang terakhir dengan judul “Pengembangan Pasar Ekspor Lada Indonesia”, bertujuan untuk menganalisis pasar potensial untuk ekspor lada yang bisa dikembangkan, serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada. Pemerintah perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada untuk mengembangkan pasar ekspor diantaranya menjaga stabilitas harga ekspor, memilih pasar dengan PDB per kapita yang tinggi, populasi yang besar dan cenderung meningkat, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun.

Tulisan ilmiah yang diterbitkan dalam Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan masukan bagi para pengambil kebijakan baik dalam lingkungan pemerintah maupun non-pemerintah, dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perdagangan. Kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan dan kemajuan buletin ini.

Jakarta, Desember 2018

Dewan Redaksi

DAFTAR ISI

PENGANTAR REDAKSI	iii
POTENSI PENINGKATAN AKSES PASAR PRODUK INDONESIA KE PEREKONOMIAN APEC UNTUK MENGANTISIPASI REALISASI FTAAP <i>Rino Adi Nugroho, Kumara Jati</i>	135-160
DAMPAK KERJA SAMA PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN <i>EURASIAN ECONOMIC UNION</i> (EAEU) TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA <i>Deky Paryadi, Aziza Rahmaniar Salam</i>	161-180
PEMANFAATAN KERJA SAMA INDONESIA-JEPANG <i>ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT</i> (IJEPA) DAN INDONESIA-PAKISTAN <i>PREFERENTIAL TRADE AGREEMENT</i> (IPPTA) <i>Endah Ayu Ningsih, Telisa Aulia Falianty, Fitri Tri Budiarti</i>	181-204
DAYA SAING EKSPOR TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL INDONESIA DAN VIETNAM KE AMERIKA SERIKAT DAN REPUBLIK RAKYAT TIONGKOK <i>Ragimun</i>	205-234
DAYA SAING EKSPOR PRODUK MAKANAN OLAHAN INDONESIA KE TIMUR TENGAH <i>Hasni</i>	235-266
PENGEMBANGAN PASAR EKSPOR LADA INDONESIA <i>Ely Nurhayati, Sri Hartoyo, Sri Mulatsih</i>	267-288

DDC: 382.6 SAP d

Septika Tri Ardiyanti, Ayu Sinta Saputri
Pusat Pengkajian Perdagangan Luar
Negeri, BPPP, Kementerian Perdagangan-
RI, Indonesia

Dampak *Non Tariff Measures* (NTMs)
Terhadap Ekspor Udang Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan,
Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal.1-20

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kebijakan non tarif terhadap ekspor udang dan olahannya dari Indonesia. Untuk mengetahui dampak NTM terhadap ekspor, penelitian ini menggunakan *gravity model* dengan panel data. Variabel yang digunakan antara lain volume ekspor udang dan olahannya, PDB negara tujuan ekspor, nilai tukar riil, jarak ekonomi, tarif bea masuk dan variabel NTM berupa SPS dan TBT. Hasil menunjukkan bahwa NTM memiliki pengaruh negatif terhadap ekspor udang dan olahan udang nasional. Pengenaan TBT di negara tujuan ekspor memiliki dampak negatif yang lebih besar dibandingkan dengan SPS. Volume ekspor udang dan olahan ke negara mitra yang menerapkan TBT 30,2% lebih rendah dibandingkan dengan negara yang tidak menerapkan TBT, sementara ekspor ke negara dengan SPS 21,3% lebih rendah dibandingkan dengan negara yang tidak menerapkan SPS. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum mampu untuk memenuhi standar dan persyaratan impor yang diterapkan di negara tujuan ekspor. Dengan demikian, pemerintah diharapkan dapat memberikan bantuan bagi para eksportir udang dengan

memberikan bantuan informasi pasar serta regulasi yang berlaku di negara tujuan ekspor. Selain itu, pemerintah juga perlu untuk memberikan dukungan sehingga eksportir dapat memenuhi standar dan persyaratan yang berlaku di negara tujuan ekspor.

Kata kunci : Ekspor Udang, Gravity Model, *Non Tariff Measures* (NTMs)

DDC: 382.6 LIL t

Lili Retnosari, Nasrudin
Badan Pusat Statistik, Kalimantan
Tengah, Indonesia.
Sekolah Tinggi Ilmu Statistika, Jakarta,
Indonesia.

Trade Complementarity dan *Export Similarity* Serta Pengaruhnya Terhadap Ekspor Indonesia ke Negara-Negara Anggota OKI

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan,
Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal. 21-46

Pada tahun 2014, total ekspor Indonesia ke negara anggota OKI sekitar 14% dari total ekspor Indonesia sejak bergabung dengan OKI 1969. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah produk ekspor Indonesia sesuai dengan produk impor yang diminta oleh negara OKI. Metode analisis yang digunakan adalah *trade complementarity index* dan *export similarity index*. Kedua indeks tersebut kemudian diuji pengaruhnya terhadap ekspor Indonesia dengan menggunakan model regresi panel untuk mengidentifikasi pasar ekspor potensial. Hasil kajian menunjukkan bahwa negara anggota OKI adalah pasar ekspor yang potensial karena kesesuaian produk yang

diimpor. Hal ini didukung oleh nilai *trade complementarity index* yang tinggi dan cenderung meningkat serta nilai *export similarity index* yang cenderung menurun selama periode 2000-2014. Hal itu diperkuat dengan hasil regresi panel yang menunjukkan bahwa kedua indeks memberikan dampak positif dan signifikan terhadap ekspor Indonesia. Negara-negara anggota OKI yang merupakan pasar ekspor potensial adalah Turki, Mesir, Yordania, Djibouti, Uni Emirat Arab, Bangladesh, Pakistan, dan Nigeria. Oleh karena itu, penting bagi Pemerintah untuk lebih meningkatkan ekspor ke negara-negara potensial melalui promosi dan pameran dagang secara lebih intensif.

Kata kunci: *Trade Complementarity, Export Similarity*, OKI, Regresi Panel

DDC: 381.4 ILL r

Illia Seldon Magfiroh, Ahmad Zainuddin, Intan Kartika Setyawati
Universitas Jember, Jember, Jawa Timur-Indonesia

Respon Penawaran Jagung di Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal. 47-72

Permintaan terhadap komoditas jagung di Indonesia terus meningkat karena produksi jagung tidak memadai untuk mencukupi konsumsi jagung yang terus meningkat. Dampak dari kondisi ini adalah terjadinya kelangkaan komoditas jagung dan meningkatnya harga jagung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon penawaran petani jagung terhadap perubahan harga input dan output. Dalam

penelitian ini, juga dilakukan upaya untuk menguji respon penawaran petani jagung di Indonesia dengan menggunakan metode Error Correction Model (ECM). Penelitian ini menggunakan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penawaran petani terhadap jagung dipengaruhi oleh harga kedelai, upah tenaga kerja, harga benih, harga pupuk urea, harga pakan, dan harga jagung impor. Petani jagung juga responsif terhadap harga jagung, oleh karena itu, kebijakan stabilitas harga dan kebijakan harga dasar dapat diberlakukan kembali untuk mendukung swasembada jagung. Penelitian ini juga merekomendasikan bahwa masih perlu kebijakan subsidi input dan perluasan lahan untuk meningkatkan penawaran jagung.

Kata Kunci: Respon Penawaran, Jagung, Perubahan Harga, *ECM*

DDC: 382.7 NAN p

Nanda Bagus Rahmawan, Siskarossa Ika Oktora

Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, Jakarta, Indonesia

Pengaruh Kebijakan Penghapusan Tarif Impor dan *Air Pollution Prevention and Control Action Plan* Terhadap Ekspor Batu Bara Indonesia ke Republik Rakyat Tiongkok

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal.73-94

Republik Rakyat Tiongkok (RRT) telah menerapkan kebijakan tarif impor nol persen pada komoditas batu bara pada Januari 2008 dan kebijakan *Air Pollution Prevention and Control Action Plan* pada tahun 2014.

Tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kebijakan tarif impor 0% dan *Air Pollution Prevention and Control Action Plan* terhadap ekspor batu bara Indonesia ke RRT. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis intervensi multi input dengan menggunakan data Badan Pusat Statistik (BPS). Hasil kajian menunjukkan bahwa kebijakan tarif impor nol persen yang diterapkan oleh Tiongkok memiliki pengaruh yang signifikan positif dan permanen terhadap ekspor batu bara Indonesia ke Tiongkok. Sementara itu, kebijakan *Air Pollution Prevention and Control Action Plan* memiliki pengaruh yang signifikan negatif dan permanen. Berdasarkan hal ini, pemerintah harus mengimplementasikan standar minimum kualitas batu bara yang dihasilkan. Dengan demikian, ekspor batu bara Indonesia dapat menyesuaikan spesifikasi kualitas yang diminta oleh negara pengimpor yang menerapkan kebijakan pengendalian pencemaran udara.

Kata kunci: Perdagangan Internasional, Ekspor, Batu Bara, Analisis Intervensi

DDC: 381.3 HIZ p

Hizkia Respatiadi, Hana Nabila
Center for Indonesian Policy Studies
(CIPS), Jakarta, Indonesia

Pilihan Kebijakan Untuk Menurunkan Harga
Beras di Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan,
Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal. 95-116

Di Indonesia, harga beras membuat 28 juta masyarakat prasejahtera menghabiskan nyaris separuh penghasilannya. Menang-

gapi hal ini, pemerintah menerapkan Harga Eceran Tertinggi (HET) dan menugaskan Badan Urusan Logistik (BULOG) untuk menstabilkan harga beras. Sebagai salah satu perwujudan tugasnya, BULOG ditunjuk menjadi importir tunggal beras. Kajian ini menganalisis efektifitas HET, kinerja BULOG sebagai importir beras, dan korelasi antara harga beras di Indonesia dan pasar internasional. Penelitian ini mengusulkan opsi kebijakan untuk menurunkan harga beras dengan menggarisbawahi potensi perdagangan internasional. Dengan menggunakan *Error Correction Model* (ECM) dan hasil wawancara. Hasilnya: (1) HET menekan para pedagang eceran, sementara para tengkulak, pemilik penggilingan, dan pedagang grosir yang mengambil laba terbesar dari sistem distribusi beras dalam negeri; (2) Akibat kendala birokrasi, Bulog kerap mengimpor beras ketika harga internasional sudah telanjur meningkat; (3) Harga beras di Indonesia terdeviasi dan lebih mahal dibandingkan pasar internasional. Penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah mengkaji HET, memberikan kebebasan kepada Bulog untuk menentukan waktu maupun kuantitas beras yang perlu diimpornya dengan berdasarkan pada analisis pasar, dan membentuk forum konsultasi dengan sektor swasta yang memenuhi syarat. Hal ini akan menjaga harga beras senantiasa kompetitif baik bagi konsumen maupun pedagang eceran, serta akan membawa Indonesia lebih dekat dengan rantai nilai regional.

Kata kunci: Perdagangan Beras, Sistem Distribusi, Korelasi Harga Domestik dan Internasional, Harga Eceran Tertinggi, Sektor Swasta

DDC: 332.41 FEB d

Febria Ramana, Nasrudin
Badan Pusat Statistik Kabupaten Kaur,
Bengkulu, Indonesia
Sekolah Tinggi Ilmu Statistika, Jakarta,
Indonesia

Dampak Devaluasi Yuan Terhadap
Perekonomian Indonesia Pendekatan
Model Persamaan Simultan

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan,
Vol.12 No.1 Juli 2018, Hal. 117-133

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak devaluasi yuan terhadap perekonomian Indonesia. Penelitian ini menggunakan skenario simulasi model persamaan simultan dengan metode estimasi *Two Stage Least Square (2SLS)*. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa devaluasi yuan berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia melalui jalur perdagangan dan investasi. Pada blok perdagangan, devaluasi yuan menyebabkan ekspor Indonesia ke negara lain mengalami penurunan, terutama ekspor ke Republik Rakyat Tiongkok (RRT) karena devaluasi yuan lebih besar dibandingkan rupiah. Hal ini membuat produk RRT relatif lebih murah dibandingkan Indonesia. Pada blok investasi, total investasi meningkat karena investor beralih dari RRT ke Indonesia yang didorong tingkat pengembalian modal di RRT menurun. Sementara itu, pada blok moneter, nilai rupiah dan PDB Indonesia menurun akibat penurunan net ekspor lebih

besar dibandingkan peningkatan FDI. Devaluasi rupiah pun memicu *imported inflation*. Secara keseluruhan, devaluasi yuan berdampak negatif bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk mengurangi ketergantungan terhadap RRT, terutama dalam perdagangan. Hal ini dapat dilakukan dengan diversifikasi pasar dan peningkatan kualitas produk ekspor.

Kata Kunci: Devaluasi yuan, Perekonomian Indonesia, 2SLS, Simulasi

DDC: 382.71 RIN p

Rino Adi Nugroho, Kumara Jati
Pusat Pengkajian Kerja Sama Perdagangan Internasional, BPPP, Kementerian Perdagangan-RI, Indonesia.

Potensi Peningkatan Akses Pasar Produk Indonesia ke Perekonomian APEC Untuk Mengantisipasi Realisasi FTAAP

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No. 2 Desember 2018, Hal. 135-160

Tulisan ini mengkaji potensi peningkatan akses pasar produk Indonesia ke kawasan *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)* untuk mengantisipasi realisasi *Free Trade Area of The Asia-Pacific (FTAAP)*. Penelitian ini menggunakan *Export Product Dynamic (EPD)*, *Intra-Industry Trade (IIT)*, dan analisis *Inter-Regional Input-Output (IRIO)*. Hasil analisis EPD dengan menggunakan klasifikasi 21 sektor diperoleh 15 sektor ekspor Indonesia ke pasar Asia-Pasifik berada pada posisi *retreat* dan enam sektor lainnya berada pada posisi *falling star*. Berdasarkan hasil IIT diperoleh lima sektor ekspor Indonesia yang memiliki

integrasi dalam kategori integrasi sangat kuat yaitu sektor hasil panen dan hewan, industri pengolahan makanan dan tembakau, industri farmasi, industri karet dan plastik, serta industri perakitan komputer. Sementara itu berdasarkan analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO) terhadap 10 ekonomi Asia-Pasifik terlihat bahwa proporsi perdagangan bilateral terhadap total ekspor terbesar yaitu Indonesia terhadap Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan Jepang dengan persentase masing-masing sebesar 1,22% diikuti oleh Korea Selatan dan Jepang masing-masing sebesar 0,4% dan 0,32%. Ekspor Indonesia ke Australia, RRT, Jepang, Korea Selatan, Meksiko, Rusia dan Taiwan didominasi oleh barang antara dan ekspor Indonesia ke Amerika Serikat dan Kanada didominasi oleh barang konsumsi langsung. Untuk memperoleh nilai tambah, Indonesia perlu meningkatkan daya saing melalui transfer teknologi dan akses pasar yang fokus pada permintaan akhir.

Kata kunci: *Export Product Dynamic* (EPD), *Intra-Industry Trade* (IIT), *Inter-Regional Input-Output* (IRIO), *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC), *Free Trade Area of The Asia-Pacific* (FTAAP)

DDC: 382.9598 DEK d

Deky Paryadi, Aziza Rahmaniar Salam
Pusat Pengkajian Kerja Sama Perdagangan Internasional, BPPP, Kementerian Perdagangan-RI, Indonesia

Dampak Kerja Sama Perdagangan Indonesia dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU) Terhadap Perekonomian Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Hal. 161-180

Kawasan Eurasia merupakan wilayah yang penting secara geopolitik dan geostrategi bagi perdagangan Indonesia. Melihat potensi yang dimiliki oleh negara-negara yang tergabung dalam *Eurasian Economic Union* (EAEU), Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi daya saing komoditas serta dampak kerja sama perdagangan Indonesia-EAEU. Metode analisis yang digunakan adalah *Trade Complementary Index* (TCI), *Revealed Symetric Comparative Advantages* (RSCA) dan *Computable General Equilibrium* (CGE) model dengan data dasar GTAP versi 9 menggunakan enam simulasi. Berdasarkan analisis TCI, tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia lebih tinggi dibandingkan ekspor Indonesia terhadap struktur impor EAEU. Dengan melihat dampak kerja sama perdagangan Indonesia-EAEU terhadap makroekonomi Indonesia, penurunan tarif bea masuk sebesar 50% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU merupakan alternatif kebijakan terbaik. Indonesia perlu menjajaki kemungkinan kerja sama dengan EAEU dengan pendekatan berupa eliminasi 50% pada seluruh pos tarif secara bertahap. Selain itu, disarankan Indonesia fokus pada komoditas yang memiliki daya saing di pasar EAEU yaitu sektor *animal; vegetable; foodstuffs; plastics/ rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; dan transportation*.

Kata Kunci: Dampak Kerja Sama, EAEU, GTAP, TCI, RSCA

DDC: 382.9598 END p

Endah Ayu Ningsih, Telisa Aulia Falianty, Fitri Tri Budiarti

Pusat Pengkajian Kerja Sama Perdagangan Internasional, BPPP, Kementerian Perdagangan-RI, Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Jawa Barat, Indonesia.

Pemanfaatan Kerja Sama Indonesia-Jepang *Economic Partnership Agreement* (IJEPA) dan Indonesia-Pakistan *Preferential Trade Agreement* (IPPTA)

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Hal. 181-204

Penelitian ini mengevaluasi tingkat pemanfaatan *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) dan *Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement* (IPPTA) dalam ekspor dan impor Indonesia ke Jepang dan Pakistan. Tingkat pemanfaatan FTA untuk ekspor menggunakan rasio nilai perdagangan yang termuat dalam Surat Keterangan Asal (SKA) terhadap nilai ekspor ke negara mitra. Sedangkan tingkat pemanfaatan impor menggunakan rasio nilai impor produk yang memenuhi syarat terhadap total impor Indonesia dari negara mitra. Studi ini menemukan bahwa pemanfaatan IJEPA (2012-2016) cenderung menurun. Pada tahun 2016 tingkat pemanfaatan ekspor sebesar 47,2%. Sementara pemanfaatan IPPTA untuk ekspor ke Pakistan mengalami peningkatan yang signifikan sejak diimplementasi tahun 2013 dengan tingkat pemanfaatan ekspor sebesar 72,0% pada

tahun 2016. Di sisi impor pemanfaatan IJEPA mencapai 67,7% sementara IPPTA hanya 18,8% (2016). Pemanfaatan impor IJEPA dan IPPTA relatif stagnan, jumlah perusahaan yang menggunakan SKA IJEPA sudah pada level jenuh, sementara pengguna SKA IPPTA masih tumbuh 18,2% per tahun. Bentuk PTA lebih memberikan dampak positif bagi peningkatan ekspor Indonesia ke negara mitra dibandingkan FTA yang komprehensif. Kebijakan melakukan FTA dalam bentuk *Economic Partnership* perlu disertai dengan kerja sama yang menjamin peningkatan perdagangan yang seimbang antar negara anggota.

Kata kunci: Utilisasi FTA, IJEPA, IP-PTA

DDC: 382.6 RAG d

Ragimun

Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral, BKF, Kementerian Keuangan-RI, Indonesia

Daya Saing Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat dan Republik Rakyat Tiongkok

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Hal. 205-234

Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) adalah produk ekspor utama Indonesia dan Vietnam. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor TPT Indonesia dan Vietnam di pasar AS dan RRT. Metode yang digunakan adalah *Constant Market Share Analysis* (CMSA), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan Model Ekonometrik (Fixed Effect Model). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk TPT Indonesia dan Vietnam

tidak mempunyai daya saing kuat di pasar RRT, tetapi keduanya memiliki daya saing kuat di pasar AS. Pengembangan ekspor TPT Vietnam lebih terkonsentrasi di pasar RRT, sedangkan Indonesia lebih terkonsentrasi di pasar AS. TPT Indonesia mampu beradaptasi di pasar RRT dan AS, sedangkan TPT Vietnam hanya mampu beradaptasi di pasar RRT. Daya saing TPT Indonesia dan Vietnam di pasar AS dan RRT sangat dipengaruhi oleh Penanaman Modal Asing (PMA) manufaktur negara asal. Daya saing TPT Indonesia sangat dipengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB) negara tujuan, sedangkan Vietnam sangat dipengaruhi oleh faktor nilai tukar riil, tarif, PDB negara tujuan dan PMA manufaktur Vietnam. Untuk meningkatkan daya saing ekspor TPT, Indonesia perlu memperhatikan PMA manufaktur negara asal dan PDB negara tujuan.

Kata Kunci: Tekstil dan Produk Tekstil (TPT), Daya Saing, Ekspor

DDC: 382.6 HAS d

Hasni

Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri, BPPP, Kementerian Perdagangan-RI, Indonesia

Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Timur Tengah

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Hal. 235-266

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia di sepuluh negara Timur Tengah dan rekomendasi kebijakannya. Data yang digunakan adalah data sekunder dan diolah

dengan metode RCA dinamis. Hasil penghitungan RCA dinamis menunjukkan bahwa posisi daya saing produk makanan olahan dengan kategori *Lagging Opportunity* dan *Lost Opportunity* berpotensi untuk ditingkatkan ekspornya ke Timur Tengah. Produk makanan olahan yang perlu ditingkatkan ekspornya adalah minuman ringan, snack/camilan dan makanan olahan lainnya. Peningkatan ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah dapat dilakukan dengan cara a) meningkatkan peran Atase Perdagangan dan ITPC untuk memperoleh informasi pasar, serta melakukan promosi ekspor, b) melakukan koordinasi di dalam dan luar negeri untuk memperoleh sertifikasi keamanan produk makanan olahan yang berorientasi ekspor, c) mempercepat perjanjian perdagangan untuk memperluas akses pasar melalui penurunan tarif impor makanan olahan dari Indonesia, d) memberikan pelatihan dan pendampingan kepada eksportir UKM termasuk desain dan pengemasan, dan e) merundingkan penyederhanaan dokumen ekspor dengan biaya yang terjangkau.

Kata kunci: Makanan Olahan, Ekspor, Timur Tengah, RCA Dinamis

DDC: 382.6 ELY p

Ely Nurhayati, Sri Hartoyo, Sri Mulatsih
Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat, Indonesia

Pengembangan Pasar Ekspor Lada Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Hal. 267-288

Salah satu komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia sebagai negara agraris adalah lada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pasar potensial untuk ekspor lada yang bisa dikembangkan, serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada. Penelitian ini menggunakan metode RCA, EPD, X-Model, dan *Gravity Model*. Hasil analisis dengan menggunakan model RCA, EPD, dan X-model menunjukkan bahwa 'pasar optimis' untuk dikembangkan adalah Belanda. Sedangkan 'pasar potensial' untuk dikembangkan adalah Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia,

Jerman, dan Amerika Serikat. Sementara itu hasil analisis dengan menggunakan model Gravity menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi ekspor adalah domestik bruto per kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada untuk mengembangkan pasar ekspor. Faktor tersebut diantaranya menjaga stabilitas harga ekspor, memilih pasar dengan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang tinggi, populasi yang besar dan cenderung meningkat, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun.

Kata kunci: Daya Saing, Ekspor, Lada

DDC: 382.6 SAP d

Septika Tri Ardiyanti, Ayu Sinta Saputri
The Center for Foreign Trade Policy,
Ministry of Trade-RI, Indonesia

*The Impact of Non-Tariff Measures (NTMs)
on Indonesia's Shrimp Export*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.1 July 2018, Page 1-20*

This study aims to analyze the impact of non-tariff policy on shrimp and processed shrimp in Indonesia. To analyze the impact of NTM on Indonesia's shrimp export, this study uses gravity model with panel data. Variables used are export volume of Indonesia's shrimp and processed shrimp, GDP of export destination countries, real exchange rate, economic distance, import duty and NTM variables (SPS and TBT). This study shows that NTM has negative impact on shrimp exports. The imposition of TBT in export destination countries has a greater negative impact on shrimp export c than SPS. The shrimp export volume to the partner countries applying TBT is 30,2% lower than countries that not applying TBT, while exports to cpuntries imposing SPs is 21,3% lower than countries without SPS. This fact indicates that Indonesia's exporters has not been able to meet standards and requirements applied by export destination countries. Therefore, the government is expected to provide assistance to the exporters by providing market information, regulation and requirements in export destination country. In addition, the government also needs to provide support so that exporters could meet the standards and requirements applied by export destination countries.

*Keywords: Shrimp Export, Gravity Model,
Non-Tariff Measures (NTMs)*

DDC: 382.6 LIL t

Lili Retnosari, Nasrudin
Central Bureau of Statistics, Centre
Kalimantan, Indonesia
Institute of Statistics, Jakarta, Indonesia

*Trade Complementarity and Export
Similarity and Its Impact on Indonesia's
Export to The OIC Member Countries*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.1 July 2018, Page 21-46*

In 2014, total Indonesian export to the Organization of Islamic Cooperation (OIC) member countries reached 14% of its total exports since the country joined the OIC in 1969. This study examines whether Indonesia's export products complement with the OIC member countries's import products. This study uses trade complementarity and export similarity index. Furthermore, those indexes tested the impact on Indonesia's export to the OIC member countries by using panel regression to identify the potential market. The results show that the OIC member countries are the potential export market because their import products match with the Indonesia's export products. It is indicated by high trade complementarity index that tends to rise and export similarity index which tends to decrease from 2000-2014. This is reinforced by panel regression results that conclude that both indexes give a significant positive effect to boost Indonesia's export. The OIC member countries that are potential export markets according to the model are Turkey, Egypt, Jordan, Djibouti, United Arab

Emirates, Bangladesh, Pakistan, and Nigeria. Therefore, the government needs to increase export to potential countries through more intensive trade promotion and exhibition.

Keywords: Trade Complementarity, Export Similarity, OIC Countries, Panel Regression

DDC: 381.4 ILL r

*Illia Seldon Magfiroh, Ahmad Zainuddin, Intan Kartika Setyawati
University of Jember, Jember, East Java, Indonesia*

Maize Supply Response in Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.1 July 2018, Page 47-72

Demand for maize in Indonesia keeps growing due to low maize production, while consumption keep increasing (excess demand). The situation creates scarcity in maize and leads to the commodity's high price. This study aims to analyze the supply response of maize farmers on the changes of input and output prices. This study also examines the supply response of maize farmers in Indonesia by using Error Correction Model (ECM). The study uses secondary data. Results of the study shows that supply of maize farmers is influenced by price of soybeans, wages of labor, prices of seed, of urea fertilizer, of feed, and of imported maize. Maize farmers are also responsive to changes in maize prices and therefore the policy of maize floor price can be re-applied to support the national food self-sufficiency. In addition the input subsidy and land expansion policies are still necessary to increase maize supply.

Keywords: Supply Response, Maize, Price Change, ECM

DDC: 382.7 NAN p

*Nanda Bagus Rahmawan, Siskarossa Ika Oktora
Institute of Statistics, Jakarta, Indonesia*

The Impact of Zero Import Tariff Policy and Air Pollution Prevention and Control Action Plan on Indonesian Coal Export to China

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.1 July 2018, Page 73-94

The People Republic of China (China) has implemented zero import tariff policy on coal product on January 2008 and Air Pollution Prevention and Control Action Plan policy in 2014. The objective of this research is to analyze the impact of the influence of zero import tariff policy and Air Pollution Prevention and Control Action Plan on the Indonesian coal exports to China. The method used in this research is the multi-input intervention analysis using Central Bureau of Statistics (BPS) data. The analysis shows that the zero import tariff policy applied by China has significantly positive and permanent effect on the Indonesian coal exports to China. Meanwhile, the the Air Pollution Prevention and Control Action Plan policy has significantly negative and permanent effect. Based on the analysis the government has to implement the minimum standards policy on coal quality. Thus, Indonesian coal exports will be able to adjust market demand specification quality from importing countries that implement pollution control policy.

Keywords: International Trade, Export, Coal, Intervention Analysis

DDC: 381.3 HIZ p

Hizkia Respatiadi, Hana Nabila
Center for Indonesian Policy Studies (CIPS),
DKI Jakarta - Indonesia

Policy Options to Lower Rice Prices in Indonesia

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.1 July 2018, Page 95-116*

In Indonesia, rice prices cost around 28 million poor nearly half of their income. In response, the government implements price ceiling (HET) and assigns National Logistics Agency (Bulog) to stabilize rice prices. As part of its duties, Bulog was appointed as the sole rice importer. This study analyzed the effectiveness of HET, Bulog's performance as rice importer, and the correlation between rice prices in Indonesia and in international market. This studi explores policy options to lower rice prices by highlighting the potential of international trade. This study used Error Correction Models (ECM) and semi-structured interviews. The results: (1) HET pressures retailers, while middlemen, rice millers, and wholesalers benefit the most from domestic rice distribution; (2) Due to bureaucratic constraints, Bulog frequently imported rice when international prices were already rising; (3) Rice prices in Indonesia deviate away from and higher than the international market. The study recommends the government to review HET, to give freedom to Bulog to determine the timing and quantity of rice importation based on its market analysis, and to organize consultative forums with qualified private sector. This will keep the prices competitive for both consumers and retailers and bring Indonesia closer to the regional value chain.

Keywords: Rice Trade, Distribution System, Domestic-International Price Correlation, Price Ceiling, Private

DDC: 332.41 FEB d

Febria Ramana, Nasrudin
Central Bureau of Statistics, Kaur, Bengkulu,
Indonesia.
Institute of Statistics, Jakarta, Indonesia

Impact of Yuan Devaluation on Indonesian Economy Simultaneous Equation Model Approach

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.1 July 2018, Page 117-133*

This paper examines and provides an analysis regarding the impact of an economic shock, yuan devaluation, on the Indonesian economy. We analyze a simulation scenario by using simultaneous equation model with two-stage least square (2SLS) method. Empirical findings exhibit that shock has the significant impact on Indonesian economy through both of trade and investment transmissions. In trade block, Indonesian export to China has the most decreasing rather than others countries because of yuan more decrease than rupiah. In investment block, a total of investment gets the impact to rise, particularly in Foreign Direct Investment (FDI) from China, caused by decreasing wealth of foreign investors in China. Meanwhile, in the monetary block, the value of rupiah and Indonesian GDP simultaneously get the impact to decline, whereas yuan devaluation leads Indonesian inflation to rise. Therefore, it is essential for the government to decrease Indonesian dependence on China, particularly in trade

block. Some options which government should implement are market diversification and increasing export products quality.

Keywords: Yuan Devaluation, Indonesian Economy, 2SLS, Simulation

DDC: 382.71 RIN p

Rino Adi Nugroho, Kumara Jati
Center for International Trade Cooperation
Policy, Ministry of Trade-RI, Indonesia

Potential Improvement of the Indonesian Product Market Access to APEC Economies to Anticipate the Possibility of FTAAP Realization

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Page: 135-160

This paper examines the potential improvement of market access of Indonesian products to the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) region to anticipate the possibility of the Free Trade Area of The Asia-Pacific (FTAAP) realization. The methods used in this research are Export Product Dynamic (EPD), Intra-Industry Trade (IIT), and Inter-Regional Input-Output (IRIO) analysis. Based on the analysis of EPD using 21 sectors classification, it was obtained 15 export sectors of Indonesia to Asia-Pacific market are in retreat position and other six sectors are in falling star position. While using the IIT method, there are five Indonesian export sectors that have very strong integration, namely and animal sector, food and tobacco processing industry, pharmaceutical industry, rubber and plastics industry, and computer docking industry. In addition, by using IRIO analysis on 10 Asia-Pacific economies, it showed that

the largest share of Indonesia bilateral trade was to China and Japan at about 1.22% respectively. This was followed by South Korea and Taiwan with percentage of 0.4% and 0.32%. The exports of Indonesia to Australia, China, Japan, South Korea, Mexico, Russia and Taiwan were dominated by the intermediate goods, while to the United States and Canada are dominated by final goods. Therefore, to obtain added value, Indonesia's has to improve competitiveness with technology transfer and market access increase which focuses on the final demand.

Keywords: Export Product Dynamic (EPD), Intra-Industry Trade (IIT), Inter-Regional Input-Output (IRIO), Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), Free Trade Area of The Asia-Pacific (FTAAP)

DDC: 382.9598 DEK d

Deky Paryadi, Aziza Rahmaniar Salam
Center for International Trade Cooperation
Policy, Ministry of Trade-RI.

The Impact of Indonesia-Eurasian Economic Union (EAEU) Trade Cooperation on the Indonesian Economy

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Page: 161-180

The Eurasian region is an important area for Indonesia in term of geopolitics and geostrategic. Due to the economic potential of EAEU countries, Indonesia must take advantage of it. This study aims to determine the potential competitiveness of commodities and the impact of trade cooperation between Indonesia-EAEU. Methods used in this study were Trade Complementary Index (TCI), Revealed

Symetric Comparative Advantages (RSCA) and Computable General Equilibrium (CGE) model utilizing basic data of GTAP version 9 of six simulations. By using TCI method it was found that the conformity level of EAEU's export to Indonesia's import structure is higher than Indonesia's exports to the EAEU import structure. Looking at the impact of Indonesia-EAEU trade cooperation on Indonesia's economy, tariff reduction of 50% for all Indonesian products and EAEU is the best policy alternative for Indonesia. Therefore, It is a must to Indonesia to explore the possibility of cooperation with EAEU with a 50% elimination scheme gradually to all tariff lines. Indonesia should also focus on commodities which have competitiveness in EAEU market i.e. animal; vegetable; foodstuffs; plastics/ rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; and transportation.

Keywords: Cooperation Impact, EAEU, GTAP, TCI, RSCA

DDC: 382.9598 END p

Endah Ayu Ningsih, Telisa Aulia Falianty, Fitri Tri Budiarti

Center for International Trade Cooperation Policy, Ministry of Trade-RI, Indonesia Economics and Business Faculty, University of Indonesia, West Java, Indonesia

Utilization of Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) and Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA)

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Page: 181-204

This study aims to address the utilization level of The Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) and Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA). The level of FTA utilization for exports was measured by the ratio of trade value recorded in the Certificate of Origin (CoO) to Indonesia's export value to the related country. While the level of utilization of imports was defined by the ratio of the import value of eligible products to Indonesia's total imports from the related country. The study found IJEPA's utilization during 2012-2016 tended to decrease. In 2016, the level of utilization was about 47.2%. While IPPTA utilization for exports to Pakistan experienced a significant increase since it was implemented in 2013 with a rate of export utilization was 72.0% in 2016. On the import side, the level of utilization under IJEPA reached 67.7% while IPPTA was only 18.8% at the same period. In terms of the imports utilization level of both IJEPA and IPPTA, it was relatively stagnant, while the number of companies utilize IJEPA's CoO was saturated. In contrast, IPPTA's CoO users still grew at 18.2% per year. This study concluded PTA provides more positive impact on increasing Indonesia's exports to related countries than comprehensive FTAs. Thus, establishing an FTA in the form of an Economic Partnership needs to be followed with the cooperation that guarantees trade balance within the parties.

Keywords: FTA Utilization, IJEPA, IP-PTA

DDC: 382.6 RAG d

Ragimun

*Center for Regional and Bilateral Policy,
Ministry of Finance-RI, Indonesia*

*Export Competitiveness of Textiles and
Textile Products of Indonesia and Vietnam to
the United States of America and People's
Republic of China*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.2 Desember 2018, Page:205-234*

*Textile and Textile Product (TPT) are the
main export products of Indonesia and
Vietnam. This study examined the
competitiveness of Indonesian and
Vietnamese TPT in the US and PRC
markets by using the CMSA, RCA methods
and the Fixed Effect Model. The result
showed TPT products from Indonesia and
Vietnam do not have strong competitiveness
in the PRC market, but they are highly
competitive in the US market. The TPT
export from Vietnam is mostly concentrated
in the PRC market, while TPT from
Indonesia was in the US market. Indonesian
TPT is able to adapt in both PRC and US
markets, while the Vietnamese TPT is only
able to adapt in the PRC market. The
competitiveness of Indonesian and
Vietnamese TPT in the US and PRC
markets is strongly influenced by the home
country's FDI manufacturing. Indonesia's
TPT competitiveness is strongly influenced
by the GDP of the destination country, while
Vietnam is strongly influenced by the factors
of real exchange rates, tariff, GDP of
destination countries and Vietnam's FDI
manufacturing. To improve the
competitiveness of TPT export, Indonesia*

*needs to give a great concern toward FDI
manufacture and GDP of US and PRC.*

*Keywords: Textile and Textile Products,
Competitiveness, Export*

DDC: 382.6 HAS d

Hasni

*The Center for Foreign Trade Policy,
Ministry of Trade-RI, Indonesia*

*The Competitiveness of Indonesian
Processed Food Export to the Middle East*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12
No.2 Desember 2018, Page: 235-266*

*The objectives of this study are to analyze
the competitiveness of Indonesian
processed food exports in the ten Middle
East countries and formulate
recommendations to increase Indonesia's
processed food exports to those countries.
The data used in this study was secondary
data and estimated by using dynamic RCA
method. By using the dynamic RCA method,
it was found that the position of the
competitiveness of processed food products
in the Lagging Opportunity and Lost
Opportunity categories have potential to be
increased as exports products to the Middle
East. These processed products are soft
drinks, snacks and other processed foods.
The processed food products export to the
Middle East can be increased by: a)
encouraging Indonesia's Trade
Representatives (Trade Attaches and ITPC)
to facilitate doing business between
Indonesia and Middle East, b) coordinating
domestic and foreign stakeholders to obtain
export-oriented food safety certification, c)
accelerating the establishment of trade*

agreements to expand market access through reduced tariffs on imported processed foods from Indonesia, d) increasing competitiveness of export products by providing training and assistance to SME exporters including design and packaging, and e) Negotiating to simplify export documents process at affordable costs.

Keywords: *Processed Food, Export, Middle East, Dynamic RCA*

DDC: 382.6 ELY p

Ely Nurhayati, Sri Hartoyo, Sri Mulatsih
Bogor Agricultural Institute, Bogor, West Java, Indonesia

Development of Indonesian Pepper Export Markets

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.12 No.2 Desember 2018, Page:267-288

Pepper is one of agricultural commodities that has significant export value for Indonesia. The study aims to analyze the

potential market for pepper exports that can be developed, and the factors that influence pepper commodity exports. This research used RCA, EPD, X-Model, and Gravity Model methods. Using the RCA, EPD, and X-model the study indicated that 'the optimistic market' to be developed was the Netherlands. While 'the potential markets' to be developed were Malaysia, Vietnam, South Korea, Russia, France, Belgium, Germany and the United States. Using the Gravity model, it was confirmed factors affected export were gross domestic product per capita, population, export prices, economic distance and tariffs. This study recommends that the Government needs to consider the following factors including the stability of export prices, a market with high Gross Domestic Product (GDP) per capita and a large population which tends to increase, and a small economic distance and tariff that tends to decline.

Keyword: *Competitiveness, Export, Pepper*

POTENSI PENINGKATAN AKSES PASAR PRODUK INDONESIA KE PEREKONOMIAN APEC UNTUK MENGANTISIPASI REALISASI FTAAP

Potential Improvement of the Indonesian Products Market Access to APEC Economies to Anticipate the Possibility of FTAAP Realization

Rino Adi Nugroho, Kumara Jati

Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan-RI,
Jl.M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta, 10110, Indonesia

Email: ran.kemendag@gmail.com

Naskah diterima: 10/02/2018; Naskah direvisi: 21/03/2018; Disetujui diterbitkan: 11/12/2018
Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Tulisan ini mengkaji potensi peningkatan akses pasar produk Indonesia ke kawasan *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC) untuk mengantisipasi realisasi *Free Trade Area of The Asia-Pacific* (FTAAP). Penelitian ini menggunakan *Export Product Dynamic* (EPD), *Intra-Industry Trade* (IIT), dan analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO). Hasil analisis EPD dengan menggunakan klasifikasi 21 sektor diperoleh 15 sektor ekspor Indonesia ke pasar Asia-Pasifik berada pada posisi *retreat* dan enam sektor lainnya berada pada posisi *falling star*. Berdasarkan hasil IIT diperoleh lima sektor ekspor Indonesia yang memiliki integrasi dalam kategori integrasi sangat kuat yaitu sektor hasil panen dan hewan, industri pengolahan makanan dan tembakau, industri farmasi, industri karet dan plastik, serta industri perakitan komputer. Sementara itu berdasarkan analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO) terhadap 10 ekonomi Asia-Pasifik terlihat bahwa proporsi perdagangan bilateral terhadap total ekspor terbesar yaitu Indonesia terhadap Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan Jepang dengan persentase masing-masing sebesar 1,22% diikuti oleh Korea Selatan dan Jepang masing-masing sebesar 0,4% dan 0,32%. Ekspor Indonesia ke Australia, RRT, Jepang, Korea Selatan, Meksiko, Rusia dan Taiwan didominasi oleh barang antara dan ekspor Indonesia ke Amerika Serikat dan Kanada didominasi oleh barang konsumsi langsung. Untuk memperoleh nilai tambah, Indonesia perlu meningkatkan daya saing melalui transfer teknologi dan akses pasar yang fokus pada permintaan akhir.

Kata Kunci: *Export Product Dynamic* (EPD), *Intra-Industry Trade* (IIT), *Inter-Regional Input-Output* (IRIO), *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC), *Free Trade Area of The Asia-Pacific* (FTAAP)

Abstract

This paper examines the potential improvement of market access of Indonesian products to the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) region to anticipate the possibility of the Free Trade Area of The Asia-Pacific (FTAAP) realization. The methods used in this research are Export Product Dynamic (EPD), Intra-Industry Trade (IIT), and Inter-Regional Input-Output (IRIO) analysis. Based on the analysis of EPD using 21 sectors classification, it was obtained 15 export sectors of Indonesia to Asia-Pacific market are in retreat position and other six sectors are in falling star position. While using the IIT method, there are five Indonesian export sectors that have very strong integration, namely and animal sector, food and tobacco processing industry, pharmaceutical industry, rubber and plastics industry, and computer docking industry. In addition, by using IRIO analysis on 10 Asia-Pacific economies, it showed that the largest share of Indonesia bilateral trade was to China and Japan at about 1.22% respectively. This was followed by South Korea and Taiwan with percentage of 0.4% and 0.32%. The exports of Indonesia to Australia, China, Japan, South Korea, Mexico, Russia and Taiwan were dominated by the intermediate goods, while to the United States and Canada

are dominated by final goods. Therefore, to obtain added value, Indonesia's has to improve competitiveness with technology transfer and market access increase which focuses on the final demand.

Keywords: *Export Product Dynamic (EPD), Intra-Industry Trade (IIT), Inter-Regional Input-Output (IRIO), Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), Free Trade Area of The Asia-Pacific (FTAAP)*

JEL Classification: D57, F13, F15, F41

PENDAHULUAN

Sejak tahun 1990-an, kerja sama perdagangan internasional dan ekonomi sangat pesat berkembang. Namun, Indonesia merupakan negara yang kurang agresif dalam ikut menjalin kerja sama perdagangan. Ini terlihat dari data tahun 2015 bahwa Indonesia hanya tergabung dalam delapan (8) perjanjian perdagangan internasional yang terdiri dari: dua (2) perjanjian bilateral dan enam (6) perjanjian regional. Kerja sama itu sebagai berikut: *ASEAN Free Trade Area (AFTA)*; *ASEAN-Australia dan Selandia Baru FTA*; *ASEAN-China FTA*; *ASEAN-India FTA*; *ASEAN-Jepang FTA*; dan *ASEAN-Korea FTA*. Dua perjanjian bilateral yang ditandatangani Indonesia adalah *Indonesia-Jepang Economic Partnership Agreement (IJEPA)* dan *Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA)*.

Indonesia masih tertinggal dalam hal jumlah perjanjian kerja sama perdagangan internasional jika dibandingkan negara lain di ASEAN.

Singapura memiliki 13 perjanjian perdagangan bilateral, Malaysia memiliki tujuh perjanjian perdagangan bilateral, dan Vietnam memiliki lima perjanjian perdagangan bilateral diluar perjanjian dalam kerangka ASEAN. Perjanjian kerja sama perdagangan bilateral ini termasuk perjanjian dengan pasar-pasar utama seperti Uni Eropa, Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan Amerika Serikat.

Pembukaan pasar baru perlu dilakukan Indonesia melalui perjanjian perdagangan internasional supaya mengurangi dampak negatif kehilangan pasar. Negara-negara utama di ASEAN telah mengambil alih ekspor produk utama Indonesia seperti *Crude Palm Oil (CPO)* dari Malaysia, dan produk alas kaki dan produk kayu dari Vietnam. Indonesia harus lebih agresif dalam membuka pasar baru terutama ke negara-negara yang belum terbuka akses pasarnya seperti negara-negara di kawasan Asia-Pasifik.

Berdasarkan sejarahnya sejak tahun 1989, sudah berdiri APEC (*Asia-*

Pacific Economic Cooperation) yang merupakan forum kerja sama antara 21 *economies* di kawasan Asia-Pasifik yang bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan anggotanya (Puska KPI, 2015). Saat ini telah terbentuk 46 bilateral FTA dan 12 perjanjian perdagangan di kawasan Asia-Pasifik yang dalam proses negosiasi (WTO, 2015). Fenomena FTA yang berkembang juga bisa memiliki efek negatif. Ada indikasi bahwa perjanjian perdagangan ini terjadi tumpang tindih dalam skema perdagangan bebas. Efek negatif tumpang tindih (Efek “*Noodle Bowl*”) ini yang terkadang dikhawatirkan karena bisa menghambat dan membingungkan dunia usaha seperti Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Maka dari itu, APEC sedang mencari bentuk perjanjian perdagangan di kawasan supaya lebih komprehensif dan detail. Pada pertemuan para pemimpin APEC di Santiago, Chili, pada tahun 2004, disepakati untuk dilakukan kajian kelayakan (*feasibility study*) pembentukan *Free Trade Area of the Asia-Pacific* (FTAAP). Tindak lanjut kesepakatan tersebut, APEC telah memprakarsai kajian awal mengenai kemungkinan pembentukan FTAAP.

Pimpinan APEC *economies* memiliki peran yang kuat dalam mendorong visi FTAAP untuk maju. Pernyataan resmi pertama terkait FTAAP dibuat tahun 2006 oleh pimpinan APEC pada pertemuan di Hanoi Vietnam. Deklarasi berikutnya, oleh pimpinan APEC dilakukan tahun 2007 yang mempromosikan FTAAP yang mencerminkan pentingnya ditempatkan FTAAP dalam rangka memperkuat integrasi ekonomi regional di Asia-Pasifik. Pada deklarasi tahun 2007 ini pimpinan APEC sepakat untuk melihat pilihan dan prospek untuk FTAAP melalui berbagai langkah-langkah praktis dan bertahap.

Tahun 2008, Menteri dan pejabat di APEC *economies*, akan melakukan langkah-langkah untuk mencapai FTAAP termasuk melakukan penelitian berjudul “Dampak Ekonomi Kemungkinan dari FTAAP”. Pada tahun 2010, para pemimpin APEC melakukan deklarasi untuk membuat persiapan FTAAP serta mengambil langkah-langkah konkret menuju FTAAP. Menurut mereka, FTAAP harus dikejar sebagai FTA yang komprehensif dengan mengembangkan dan membangun usaha daerah yang sedang berlangsung (APEC, 2016).

Salah satu hasil kajian APEC yang dilakukan oleh Bergsten (2007), berpendapat bahwa FTAAP akan menjadi pilihan kebijakan yang terbaik. FTAAP juga akan menciptakan keuntungan yang positif dari perdagangan bebas tanpa melanggar ketentuan WTO. Selain itu, FTAAP diharapkan dapat mencegah tumpang tindih perdagangan bebas di kawasan Asia-Pasifik dengan mengkonsolidasikan perdagangan sub-regional, dan merevitalisasi APEC.

Indonesia secara ideal harus menjadi bagian dari FTAAP karena perdagangan bebas di kawasan Asia-Pasifik baru terwujud di masa yang akan datang. Pemerintah Indonesia harus hati-hati dalam menyetujui perdagangan bebas di kawasan ini supaya kepentingan nasional tidak dirugikan tetapi bisa menjaga kerja sama perdagangan internasional (DJPEN, 2016). Pertimbangan lain bahwa Indonesia sebaiknya bisa mempertimbangkan ikut serta untuk persiapan kemungkinan realisasi FTAAP yaitu dalam rangka peningkatan akses pasar produk Indonesia ke luar negeri khususnya ke perekonomian APEC. Penelitian ini membahas mengenai kerangka kerja sama

perdagangan dalam FTAAP dikarenakan kerangka kerja sama ini merupakan upaya APEC dalam mewujudkan integrasi ekonomi regional dan capaian deklarasi *Bogor Goals*, yaitu penciptaan investasi dan perdagangan yang terbuka. Selain itu, topik kerangka kerja sama FTAAP dipilih dalam penelitian ini karena APEC *economies* sebagai kandidat kuat anggota FTAAP memiliki kontribusi ekonomi dunia yang cukup besar dengan: *market size* sebesar 41%, GDP sebesar 58% dan perdagangan dunia sebesar 45%.

Berdasarkan penelitian Puska KPI (2015), apabila Indonesia berada di luar FTAAP maka Indonesia bisa kehilangan pangsa ekspor yang besar karena pangsa ekspor Indonesia ke FTAAP sekitar 75% dari total ekspor Indonesia (dengan asumsi seluruh ekonomi APEC bergabung ke FTAAP). Penelitian ini mengidentifikasi bahwa pemotongan tarif sebesar 50% akan memiliki dampak kepada peningkatan kesejahteraan mayoritas *economies* APEC termasuk Indonesia. Peningkatan kesejahteraan juga akan terjadi pada Indonesia jika perjanjian kerja sama FTAAP melakukan liberalisasi penuh.

Namun penelitian Puska KPI (2015) masih terbatas pada ruang lingkup *cost and benefit* dari FTAAP saja, serta belum melihat secara detail produk apa yang seharusnya dipromosikan dan memiliki keterkaitan kuat diantara ekonomi APEC. Perbedaan lain dengan penelitian ini yaitu dari metodologi yang digunakan pada tahun 2015 adalah analisis *Computable General Equilibrium* (CGE) dengan model GTAP (*Global Trade Analysis Project*) dan model *gravity*. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan analisis *Export Product Dynamic* (EPD), Indeks *Intra-Industry Trade* (IIT), dan analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO), serta pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk melihat potensi peningkatan akses pasar produk Indonesia ke FTAAP.

Sejauh pengetahuan kami, masih belum banyak penelitian yang mengkaji secara komprehensif terutama mengenai potensi peningkatan akses pasar produk Indonesia ke perekonomian APEC untuk mengantisipasi realisasi FTAAP dengan EPD, IIT dan IRIO. Ada kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini yaitu sektor unggulan irisan dari perhitungan EPD, IIT dan IRIO bisa menjadi indikasi sektor

yang dapat diminta/*request* kepada ekonomi mitra FTAAP apabila Indonesia bergabung dengan kerja sama ini. Dari penjelasan diatas, maka analisis ini bertujuan untuk melihat bagaimana Potensi Peningkatan Akses Pasar Produk Indonesia ke Perekonomian APEC untuk Mengantisipasi Realisasi FTAAP.

METODE

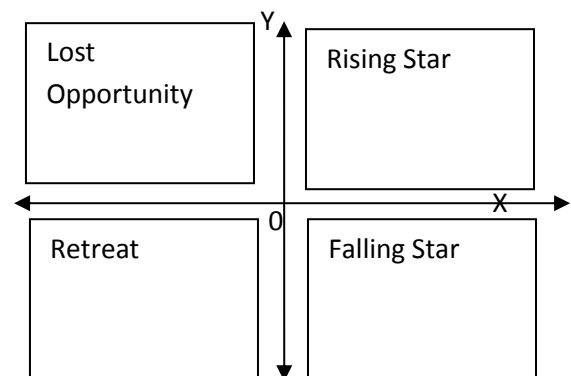
Model Export Product Dynamic (EPD)

Export Product Dynamic (EPD) merupakan metode analisis untuk mengidentifikasi produk atau komoditi atau sektor yang mempunyai daya saing yang tinggi serta pertumbuhan ekspor produk atau komoditi atau sektor yang cepat pada arus perdagangan suatu negara (Pradipta & Firdaus, 2014; Kanaya & Firdaus, 2014; Zuhdi & Suharno; 2015). Terdapat beberapa faktor yang dipakai untuk mengidentifikasi cepatnya (dinamis) pertumbuhan ekspor suatu produk di suatu negara. Jika pertumbuhan ekspornya di atas rata-rata secara kontinyu selama waktu yang panjang, maka pertumbuhan ekspor produk ini dikatakan cepat dan produk ini mungkin menjadi sumber pendapatan ekspor yang penting bagi negara tersebut. Selanjutnya, jika produk dinamis

tersebut mempunyai karakteristik produksi yang spesifik, maka hal ini juga menjadi informasi yang penting bagi kesempatan ekspor produk yang serupa. Adapun metode yang paling sering digunakan untuk mengidentifikasi produk-produk dinamis adalah dengan memilih produk-produk berdasarkan tingkat pertumbuhan pangsa pasar dan permintaan selama periode yang ditetapkan.

Matriks EPD terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, di mana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Kombinasi dari daya tarik pasar dan kekuatan bisnis ini menghasilkan karakter posisi dari produk yang dianalisis ke dalam empat kategori yaitu *Rising Star* (RS), *Lost Opportunity* (LO), *Falling Star* (FS), dan *Retreat* (R). *Rising Star* adalah posisi ideal pada saat suatu komoditi/sektor telah naik atau tumbuh dengan pesat (*fast-growing products*) dimana *share of product* meningkat dan *share of country's export* juga meningkat; *Lost*

Opportunity adalah posisi pada saat terjadi penurunan pangsa pasar suatu komoditi/sektor dimana *share of country's export* turun tetapi *share of product* meningkat; *Falling Star* adalah posisi pada saat *share of country's export* meningkat tetapi *share of product* menurun tetap meningkat; *Retreat* adalah posisi yang biasanya relatif tidak diinginkan, tetapi pada beberapa kasus tertentu 'mungkin' diinginkan jika pergerakannya menjauhi produk-produk yang stagnan dan menuju produk-produk yang dinamik (Bappenas, 2009 dan Nayantakaningtyas et al., 2017).



Gambar 1. Matriks *Export Product Dynamic* (EPD)

Sumber: Nabi & Luthria (2002), Hasibuan, et al. (2012), Estherhuizen (2006) dan Bappenas (2009), diolah

Keterangan:

sumbu x: pertumbuhan pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia

sumbu y: daya tarik pasar dari suatu komoditi / sektor

Komoditi/sektor yang diestimasi posisi daya saingnya akan menempati salah satu dari empat kuadran (Gambar 1 dan Tabel 1), tergantung dari daya tarik pasar dan kekuatan bisnis komoditi/sektor tersebut. Dengan dimasukkannya komoditi/sektor yang diuji ke dalam matriks EPD akan lebih mudah untuk melihat posisi daya saing masing-masing komoditi/sektor.

Tabel 1. Kuadran Export Product Dynamic

Share of Country's Export in World Trade	Share of Country's Product in World Trade	
	Rising (Dynamic)	Falling (Stagnant)
Rising (Competitive)	Rising Star	Falling Star
Falling (Non- Competitive)	Lost Opportunity	Retreat

Sumber: Nabi & Luthria (2002) dan Bappenas (2009) diolah

Adapun yang dimaksud dengan pangsa pasar ekspor suatu negara terhadap dunia (negara *i*) dan pangsa pasar produk (produk *n*) dalam perdagangan dunia adalah sebagai berikut:

Sumbu x: pertumbuhan pangsa pasar ekspor

$$i = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{in}}{X_n} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{in}}{X_n} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Sumbu y: pertumbuhan pangsa pasar produk

$$n = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_n}{X} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_n}{X} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Dimana:

X : Volume Ekspor

T : Jumlah Tahun

t : Tahun ke-*t*

Model Intra-Industry Trade (IIT)

Model *Intra-Industry Trade* (IIT) mencerminkan pertumbuhan intra-regional blok perdagangan dan keuntungan yang dihasilkan dari perdagangan dengan meningkatkan variasi produk (Hamid & Aslam, 2017). *Intra-Industry Trade* (IIT) *index* yang umum digunakan dengan rumus sebagai berikut (Bahari, 2015 dan IAMO, 2004):

$$IIT = \left[1 - \frac{\sum |X - M|}{\sum (X + M)} \right] \times 100\%$$

Dimana : X = ekspor, M = impor. Jika jumlah yang diekspor sama dengan jumlah yang diimpor untuk suatu produk maka indeksinya bernilai 100%, sebaliknya jika perdagangan suatu negara hanya melibatkan satu pihak saja (ekspor/impor saja) maka nilai indeksinya adalah nol.

Data yang digunakan untuk menganalisis dengan IIT dan EPD berasal dari WITS periode tahun 2012-2015 dengan menggunakan HS tahun 2012. Komoditas yang dianalisis telah diklasifikasikan terlebih dahulu untuk menyesuaikan komoditas yang tersedia pada *World Input-Output Database* (WIOD) supaya nanti bisa dibandingkan dengan hasil penghitungan analisis dengan model IRIO.

Model *Inter-Regional Input-Output* (IRIO)

Tabel input-output disusun di tiap negara disusun oleh *National Statistics Agency (NSA)* kalau di Indonesia disusun oleh badan statistik nasional. Data input-output Indonesia berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS), terdiri dari matriks 180 dikali 180 input dan output industri, termasuk penggunaan permintaan akhir (*final demand use*). Analisis tabel input-output merupakan metode yang cocok untuk permasalahan ekonomi yang rumit karena dapat digunakan sebagai analisis lingkungan atau sosial yang menghasilkan studi dengan jangkauan yang luas (Sixta, 2017).

Aspek utama *many-region Input-Output* (Inter-Regional Input-Output/IRIO) adalah mengukur dan

memodelkan inter koneksi ekonomi antar region/wilayah (Gaftea, 2013). Dengan IRIO dapat diperoleh gambaran lebih detail *impact multiplier*, tidak hanya menurut sektor/produk namun juga berdasarkan wilayah. Tujuannya untuk mengidentifikasi *current status* akses pasar suatu produk dari suatu wilayah ke wilayah lain. Analisis input-output dapat mengidentifikasi *linkages* antara industri dengan sektor produksi dalam penggunaan bahan *intermediate* (Akhir et al., 2017).

Terdapat total 43 negara dan satu *rest of the world* yang ada didalam *list* negara dalam tabel *Inter-Regional Input-Output* (IRIO) yang dikeluarkan oleh lembaga OECD. Tabel IRIO ini didapat dari website www.wiod.org yaitu *World Input-Output Database* (WIOD). Inti data dari WIOD ini merupakan harmonisasi dari *Supply and Use Tables* (SUT) bersamaan dengan data perdagangan barang dan jasa internasional. Kedua kumpulan data ini terintegrasi ke dalam kumpulan data tabel input-output antar negara (IRIO).

Dari total 21 ekonomi Asia-Pasifik, ternyata baru ada 10 ekonomi yang tercantum dalam tabel IRIO. Meskipun demikian jumlah 10 ekonomi ini dianggap sudah mewakili dan

mencukupi untuk melakukan penghitungan dengan menggunakan Analisis *Inter-Regional Input-Output*, diantaranya yaitu: (1) Australia (AUS), (2) Kanada (CAN), (3) RRT (CHN), (4) Indonesia (IDN), (5) Jepang (JPN), (6) Korea Selatan (KOR), (7) Mexico (MEX), (8) Russia (RUS), (9) Taiwan (TWN), dan (10) USA (USA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis EPD

Analisis EPD bisa menghasilkan informasi mengenai posisi komoditi/ sektor di Indonesia dalam pasar internasional serta *performance*-nya (Nayantakaningtyas et al., 2017). Berdasarkan hasil analisis EPD dari 21 klasifikasi sektor yang telah dilakukan sebelumnya, sektor-sektor ekspor potensial Indonesia ke Pasar Asia-Pasifik hanya berada pada posisi dua posisi, yaitu *retreat* dan *falling star*. Posisi *falling star* terdapat enam sektor, sisanya sebanyak 15 sektor berada pada posisi *retreat* (Tabel 2). Sebagian besar sektor ekspor utama Indonesia ternyata masih sangat kurang diminati pada pasar Asia-Pasifik yang ditunjukkan dengan masih lebih banyaknya sektor yang berada pada posisi *retreat*. Posisi ini menunjukkan bahwa baik pangsa pasar

ekspor maupun pangsa pasar produk untuk 15 sektor sama-sama mengalami pertumbuhan yang negatif. Sektor yang berada pada posisi ini merupakan sektor yang sebenarnya dapat menjadi sektor unggulan Indonesia tidak hanya ke pasar Asia-Pasifik. Misalnya saja seperti sektor peternakan, perikanan, dan hasil hutan (kayu dan kertas). Peluang ekspor Indonesia seharusnya sangatlah besar mengingat luasnya dan banyaknya sektor-sektor tersebut dihasilkan di Indonesia. Padahal Indonesia adalah negara agraris dengan sektor pertanian, peternakan, perikanan sebagai sumber mata pencaharian mayoritas penduduk yang merupakan penyumbang devisa terbesar setelah sektor minyak dan gas (World Bank, 2003; Rompas, Engka & Tolosang, 2015).

Selanjutnya, posisi enam sektor ekspor potensial Indonesia berada pada posisi *falling star*. Pada posisi ini, sebenarnya pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia di pasar Asia-Pasifik mengalami pertumbuhan yang negatif. Namun, pertumbuhan pangsa pasar ekspor secara keseluruhan di pasar Asia-Pasifik memiliki pertumbuhan yang positif. Hal ini dapat menjadi salah satu pemacu bagi Indonesia untuk dapat

mengembangkan pasar produk untuk sektor pertambangan, industri makanan dan tembakau, industri pakaian, industri farmasi, industri produk non logam, serta industri kendaraan bermotor.

Apabila Indonesia dapat mengembangkan ekspor untuk sektor-sektor tersebut, maka peluang besar masih terbuka lebar bagi Indonesia untuk memasuki pasar Asia-Pasifik.

Tabel 2. Posisi Daya Saing Sektor Ekspor Potensial dan Utama Indonesia di Pasar Asia-Pasifik yang Perlu Dikembangkan

No	Nama Sektor	Kode HS	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Posisi Pasar
1	produk tanaman dan hewan	HS 2012 (01-21 except 03)	-2.05	<i>Retreat</i>
2	kehutanan dan penebangan kayu	HS 2012 (44)	-0.51	<i>Retreat</i>
3	perikanan	HS 2012 (03)	-6.48	<i>Retreat</i>
4	pertambangan dan penggalian	HS 2012 (25-26)	35.95	<i>Falling star</i>
5	industri produk makanan, minuman dan tembakau	HS 2012 (22 and 24)	2.61	<i>Falling star</i>
6	industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit	HS 2012 (41-43 and 50-53)	3.59	<i>Falling star</i>
7	industri kayu	HS 2012 (45)	-15.06	<i>Retreat</i>
8	industri kertas	HS 2012 (46-49)	-0.96	<i>Retreat</i>
9	pencetakan dan reproduksi media rekaman	HS 2012 (37 and 90)	-17.61	<i>Retreat</i>
10	industri coke dan minyak sulingan	HS 2012 (27)	-12.95	<i>Retreat</i>
11	industri kimia	HS 2012 (28,29,31-36,38,84)	-4.10	<i>Retreat</i>
12	industri farmasi	HS 2012 (30)	9.86	<i>Falling star</i>
13	industri karet dan plastik	HS 2012 (39-40)	-15.77	<i>Retreat</i>
14	industri produk mineral non logam	HS 2012 (68,69,71)	15.31	<i>Falling star</i>
15	industri logam dasar	HS 2012 (72-81)	-6.00	<i>Retreat</i>
16	industri produk logam fabricated	HS 2012 (82-83)	-12.37	<i>Retreat</i>
17	industri komputer dan elektronik	HS 2012 (70)	-6.53	<i>Retreat</i>
18	industri peralatan listrik	HS 2012 (85)	-13.52	<i>Retreat</i>
19	industri kendaraan bermotor, trailer & semi trailer	HS 2012 (87)	0.89	<i>Falling star</i>
20	industri alat transportasi	HS 2012 (86, 88, 89)	-19.58	<i>Retreat</i>
21	industri mebel	HS 2012 (94)	-8.28	<i>Retreat</i>

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti

Analisis *Intra-Industry Trade* (IIT)

Metode ini mengukur tingkat integrasi masing-masing sektor antara Indonesia dengan negara anggota yang tergabung dalam kawasan Asia-Pasifik. Tingkat integrasi diukur menggunakan aliran perdagangan yang dapat dilihat dari nilai ekspor dan impornya dari tahun 2012-2015. Semakin besar nilai integrasinya menunjukkan keterkaitan antar negara yang semakin erat. Salah satu kelemahan pengukuran tingkat integrasi model IIT dengan HS dua digit akan ada *aggregation bias*, namun karena keterbatasan data dan fungsi dari penghitungan model IIT ini untuk disinkronkan dengan penghitungan IRIO yang dalam tingkat agregat/sektoral maka harus dilakukan dalam HS dua digit. Penghitungan model IIT dengan HS dua digit juga sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti Bahari (2015) yang meneliti tentang IIT di sektor pertanian dan IAMO (2004) yang menulis tentang IIT di produk makanan negara Ukraina.

Tingkat integrasi tinggi menunjukkan adanya keterkaitan yang bersifat dua arah (*two way trade*) dimana Indonesia melakukan ekspor dan impor dengan negara dalam

kawasan Asia-Pasifik. Hal ini juga dapat disebut sebagai aliran perdagangan yang bersifat intra industri. Sedangkan tingkat integrasi yang rendah menunjukkan adanya keterkaitan yang bersifat satu arah (*one way trade*) dimana Indonesia hanya melakukan ekspor atau impor saja dengan negara anggota dalam kawasan Asia-Pasifik. Hal ini disebut juga sebagai aliran perdagangan yang bersifat inter-industri.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan IIT, sebanyak lima sektor ekspor Indonesia yang memiliki integrasi dalam kategori sangat kuat (Tabel 3). Artinya, sebanyak 23,81% sektor ekspor Indonesia pada pasar Asia-Pasifik selama tahun 2012-2015 memiliki keterkaitan yang tinggi. Sektor-sektor dengan integrasi sangat kuat diantaranya adalah hasil panen dan hewan, industri pengolahan makanan dan tembakau, industri farmasi, industri karet dan plastik, serta industri perakitan komputer.

Tidak terdapat sektor ekspor Indonesia ke pasar Asia-Pasifik yang masuk dalam kategori tidak ada integrasi. Hal ini menunjukkan bahwa antara Indonesia dengan kawasan Asia-Pasifik telah memiliki hubungan

perdagangan yang terbuka, hal ini sejalan dengan penelitian APEC (2009) yang menyatakan bahwa adanya bukti ilmiah ekonomi di APEC menjalani tingkat integrasi yang tinggi secara nyata. Sektor ekspor Indonesia yang masuk dalam kategori integrasi sedang

dan kuat (Sharma, 1999) yaitu sebanyak 66,67% dari total sektor yang dianalisis, dimana kategori integrasi ini berkisar antara 25,00-74,99. Sektor yang masuk dalam kategori ini sebagian besar merupakan industri manufaktur.

Tabel 3. Hasil Perhitungan *Intra-Industry Trade* untuk Sektor Ekspor Potensial dan Utama Indonesia di Pasar Asia-Pasifik

No	Nama Sektor	Kode HS	Tahun			
			2012	2013	2014	2015
1	produk tanaman dan hewan	HS 2012 (01-21 except 03)	88,13	95,17	92,85	84,26
2	kehutanan dan pennebangan kayu	HS 2012 (44)	26,61	24,01	20,62	19,82
3	perikanan	HS 2012 (03)	12,89	12,49	10,90	11,51
4	pertambangan dan penggalian	HS 2012 (25-26)	36,28	32,42	89,45	55,16
5	industri produk makanan, minuman dan tembakau	HS 2012 (22 and 24)	98,24	93,11	85,28	78,03
6	industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit	HS 2012 (41-43 and 50-53)	58,72	62,36	63,47	65,97
7	industri kayu	HS 2012 (45)	8,07	5,09	4,42	4,06
8	industri kertas	HS 2012 (46-49)	65,29	67,49	74,97	69,25
9	pencetakan dan reproduksi media rekaman	HS 2012 (37 and 90)	49,80	46,77	50,40	36,20
10	industri coke dan minyak sulingan	HS 2012 (27)	68,40	74,96	79,07	75,24
11	industri kimia	HS 2012 (28,29,31-36,38,84)	46,61	50,18	53,55	48,25
12	industri farmasi	HS 2012 (30)	82,12	94,38	88,92	80,74
13	industri karet dan plastik	HS 2012 (39-40)	93,21	99,97	88,54	88,22
14	industri produk mineral non logam	HS 2012 (68,69,71)	48,57	40,22	35,19	57,04
15	industri logam dasar	HS 2012 (72-81)	67,59	66,27	70,70	70,03
16	industri produk logam fabricated	HS 2012 (82-83)	37,37	37,48	50,63	31,03
17	industri komputer dan elektronik	HS 2012 (70)	89,99	86,43	86,15	97,07
18	industri peralatan listrik	HS 2012 (85)	68,07	67,61	66,37	64,82
19	industri kendaraan bermotor, trailer & semi trailer	HS 2012 (87)	57,00	57,98	75,23	85,05
20	industri alat transportasi	HS 2012 (86, 88, 89)	31,38	56,87	50,65	46,33
21	industri mebel	HS 2012 (94)	60,77	64,43	62,91	62,78
Share 5 Sektor terhadap 21 Sektor			$= (5/21) \times 100\% = 23,81\%$			

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti

Selanjutnya, terdapat dua sektor ekspor Indonesia yang masuk dalam kategori integrasi rendah, yaitu sektor dari sektor perkebunan dan kehutanan serta sektor perikanan. Sektor perkebunan dan kehutanan Indonesia hingga saat masih tergolong memiliki integrasi yang lemah dan terus menurun nilai indeksinya dikarenakan beberapa negara di kawasan Asia-Pasifik masih menerapkan tarif yang cukup tinggi untuk berbagai sektor hasil hutan dan perkebunan salah satunya produk kelapa sawit. Bahkan, banyak juga negara yang memperlakukan standar mutu yang sangat tinggi, sehingga ekspor Indonesia untuk jenis sektor tersebut sangat kecil karena banyaknya hambatan.

Selain itu, sektor perikanan Indonesia ternyata juga memiliki integrasi yang lemah terhadap negara-negara Asia-Pasifik. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia sebenarnya memiliki potensi sumber daya perikanan yang cukup tinggi. Berdasarkan data FAO (2010), Indonesia dengan total ekspor sebesar 5 juta ton per tahun merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam produksi perikanan dunia di samping RRT dan Peru. Namun, yang masih

menjadi kendala adalah sistem pendistribusian ikan tersebut. Kinerja logistik nasional secara umum masih belum menggembirakan. Hal ini terlihat dari *Logistics Performance Index* (LPI) yang dikeluarkan Bank Dunia dimana peringkat Indonesia menurun dari urutan 43 pada tahun 2007, menjadi urutan 75 pada tahun 2010.

Selain itu, rendahnya integrasi perdagangan yang terjadi antara Indonesia dan negara di kawasan Asia-Pasifik juga dikarenakan produk-produk perikanan Indonesia mengalami kalah saing jika dibandingkan dengan produk pangan lain (Rasyid, 2015). Permasalahan yang terjadi adalah usaha perikanan yang belum efisien maupun kontinuitas produksi yang tidak stabil. Penyebabnya antara lain adalah kurangnya sarana prasarana maupun pengetahuan untuk meningkatkan atau memberikan nilai tambah pada produk perikanan. Dampak dari rendahnya daya saing produk perikanan tangkap adalah berkurangnya lapangan pekerjaan, yang diiringi menurunnya pendapatan masyarakat. Secara global maka negara juga akan mengalami kerugian akibat menurunnya devisa.

Perdagangan Indonesia di pasar Asia-Pasifik selama tahun 2012 hingga

tahun 2015 menunjukkan kinerja yang masih jauh dari harapan. Hal ini ditunjukkan melalui analisis EPD yang lebih banyak berada pada posisi *retreat*. *Retreat* yang menunjukkan adanya kinerja ekspor relatif stagnan atau bahkan turun (Nayantakaningtyas et al., 2017). Apabila disandingkan dengan analisis IIT menunjukkan bahwa sebenarnya antara Indonesia dengan Asia-Pasifik memiliki integrasi yang tergolong kuat. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi Indonesia untuk terus meningkatkan ekspor ke pasar Asia-Pasifik, terutama untuk sektor yang berada pada posisi *falling star*. Apabila Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini, maka Indonesia dapat memaksimalkan manfaat dari pembentukan *Free Trade of the Agreement Asia-Pasific* (FTAAP) pada masa yang akan datang. Pada sektor yang memiliki integrasi yang lemah, Indonesia juga dapat meningkatkan ekspornya dengan terus mengupayakan peningkatan daya saing dan nilai tambah (*value added*) produk agar dapat bersaing di pasar Asia-Pasifik.

Analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO)

Adanya peningkatan jumlah metode analisis menggunakan *Inter-*

Regional Input-Output (IRIO) membuat lebih banyak peneliti menggunakan metode ini untuk analisis khusus di negara tertentu (Marconi et al., 2016; Okadera et al., 2014). Hal ini mengkonfirmasi pentingnya penggunaan analisis IRIO yang telah dikembangkan oleh Timmer et al. (2015). Peran utama dari model IRIO yaitu adanya penjelasan dari proses dekomposisi pengaruh nasional terhadap data tabel input-output regional dimana efek sektor-sektor tertentu di dalam suatu negara bisa berperilaku unik berdasarkan karakteristik masing-masing sektor (Šafr & Vitavská, 2017). Jadi karakteristik sektor industri di suatu negara adalah unik dan penggunaan analisis IRIO bisa menangkap keunikan tersebut dengan melihat hubungan antar sektor dan antar negara yang berinteraksi dalam tabel input-output tersebut.

Dari 21 ekonomi Asia-Pasifik hanya 10 ekonomi Asia-Pasifik yang memiliki data perdagangan dalam Tabel *World Input-Output Database* (WIOD). Menurut (Xing, 2017), data Input-Output diadopsi untuk memodelkan *network* sektor industri yang kompleks sehingga bisa menganalisis secara detail rantai

nilai global/*Global Value Chains* (GVCs). Lebih lanjut Rodrigues et al. (2016), menjelaskan bahwa model Input-Output juga dapat menjelaskan perdagangan antara sektor dan region yang berbeda secara luas yang dapat dipergunakan untuk melihat dampak lingkungan dari aktivitas ekonomi.

Berdasarkan data *Trademap*, terlihat bahwa *share* perdagangan bilateral terbesar Indonesia diantara ekonomi Asia-Pasifik adalah

perdagangan dengan RRT, Jepang, USA, Korea Selatan dan Taiwan dengan persentase ekspor masing-masing sebesar 11,61%; 11,14%; 11,19%; 4,85%; dan 2,53%; sedangkan persentase ekspor masing-masing sebesar 22,7%; 9,57%; 5,4%; 4,92% dan 2,13%. Hal ini mengindikasikan bahwa Jepang, RRT, USA, Korea Selatan dan Taiwan merupakan mitra utama perdagangan Indonesia di Asia-Pasifik (Tabel 4).

Tabel 4. *Share* Perdagangan Indonesia dan Ekonomi Asia-Pasifik dibandingkan dengan Dunia

No.	Ekonomi Asia-Pasifik	Ekspor Indonesia ke Ekonomi Asia-Pasifik dibandingkan dengan Dunia	Impor Indonesia dari Ekonomi Asia-Pasifik dibandingkan dengan Dunia
1	RRT	11,61	22,70
2	Jepang	11,14	9,57
3	USA	11,19	5,40
4	Korea Selatan	4,85	4,92
5	Taiwan	2,53	2,13
6	Australia	2,21	2,09
7	Kanada	0,51	1,02
8	Rusia	0,87	0,63
9	Meksiko	0,56	0,13

Sumber: Trademap (2017), diolah

Berdasarkan Analisis Tabel Input-Output, terlihat bahwa ekspor Indonesia ke beberapa ekonomi di Asia-Pasifik seperti: Taiwan, RRT, Jepang, Australia, Rusia, Korea Selatan, dan Meksiko lebih banyak didominasi oleh produk-produk yang dapat dikategori-

kan sebagai barang *intermediate* atau produk tersebut akan dipakai lagi sebagai input dalam industri. Sedangkan, ekspor Indonesia ke Amerika Serikat dan Kanada didominasi oleh produk *final demand* atau yang dikonsumsi langsung (Tabel 5).

Tabel 5. *Share* Ekspor Indonesia ke Ekonomi Asia-Pasifik Sebagai *Intermediate Input* dan *Final Demand*

No	Negara	Share Ekspor sebagai Intermediate Input	Share Ekspor sebagai Final Demand
1	Taiwan	92,26	7,74
2	RRT	82,28	17,72
3	Jepang	78,14	21,86
4	Australia	70,68	29,32
5	Rusia	63,50	36,50
6	Korea Selatan	61,87	38,13
7	Meksiko	60,46	39,54
8	Kanada	48,26	51,74
9	USA	37,29	62,71

Sumber: Hasil Analisis

Terdapat 10 sektor dengan nilai ekspor terbesar untuk *intermediate input* dari Indonesia ke ekonomi yang nanti tergabung dalam FTAAP yaitu: (1) industri karet dan plastik; (2) industri logam dasar; (3) industri kimia; (4) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (5) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (6) industri

kertas; (7) pertambangan dan penggalian; (8) industri *coke* dan minyak sulingan; (9) industri kayu; dan (10) produk tanaman dan hewan. Ke 10 sektor ini menjadi prioritas *request* untuk dimintakan penurunan hambatan baik tarif dan non-tarif (NTM) ke ekonomi yang nanti tergabung dalam FTAAP (Tabel 6).

Tabel 6. Sepuluh Sektor dengan Nilai Ekspor Terbesar untuk *Intermediate Input* dari Indonesia ke Ekonomi FTAAP

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
1	industri karet dan plastik	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
2	industri logam dasar	V	-	V	V	V	V	V	V	V	8
3	industri kimia	V	-	V	-	V	V	V	V	V	7
4	industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit	V	V	-	V	V	V	V	V	-	7
5	industri produk makanan, minuman dan tembakau	V	V	V	-	V	V	V	-	V	7

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
6	industri kertas	-	V	V	V	V	-	V	V	V	7
7	pertambangan dan penggalian	V	-	V	V	V	-	-	V	V	6
8	industri <i>coke</i> dan minyak sulingan	V	V	V	V	V	-	-	V	-	6
9	industri kayu	V	V	V	V	V	-	-	V		6
10	produk tanaman dan hewan	-	V	-	-	-	V	V	V	V	5

Sumber: Hasil Analisis

Adapun 10 sektor dengan nilai impor terbesar untuk *intermediate input* dari ekonomi yang nanti tergabung dalam FTAAP ke Indonesia yaitu: (1) industri kimia; (2) industri mesin dan peralatan; (3) industri logam dasar; (4) industri komputer dan elektronik; (5) industri logam *fabricated*; (6) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (7) industri kertas; (8) industri peralatan

listrik; (9) industri *coke* dan minyak sulingan; dan (10) produk tanaman dan hewan. Ke 10 sektor ini bisa menjadi prioritas indikasi *offer* dari Indonesia kepada ekonomi yang ingin tergabung dalam persiapan kemungkinan realisasi FTAAP untuk diturunkan tarifnya karena menjadi input untuk industri Indonesia (Tabel 7).

Tabel 7. Sektor dengan Nilai Impor Terbesar untuk *Intermediate Input* dari Ekonomi FTAAP ke Indonesia

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
1	industri kimia	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
2	industri mesin dan peralatan	-	V	V	V	V	V	V	V	V	8
3	industri logam dasar	V	-	V	V	V	V	V	V	-	7
4	industri komputer dan elektronik	-	V	V	V	V	V	-	V	V	7
5	industri logam <i>fabricated</i>	V	-	V	V	V	-	-	V	V	6
6	industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit	-	-	V	V	V	V	-	V	-	5

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
7	industri kertas	-	V	-	-	-	-	V	V	V	4
8	industri peralatan listrik	-	-	V	V	V	V	-	-	-	4
9	industri <i>coke</i> dan minyak sulingan	-	-	-	-	V	-	V	V	V	4
10	produk tanaman dan hewan	V	V	-	-	-	-	-	-	V	3

Sumber: Hasil Analisis

Untuk produk *final product*, 10 sektor dengan nilai ekspor terbesar dari Indonesia ke ekonomi yang nantinya tergabung dalam FTAAP yaitu: (1) industri komputer dan elektronik; (2) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (3) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (4) industri

mebel; (5) industri peralatan listrik; (6) mesin dan peralatan; (7) industri karet dan plastik; (8) industri *coke* dan minyak sulingan; (9) industri kimia; serta (10) akomodasi dan pelayanan makanan. Ke 10 sektor ini bisa diprioritaskan untuk dimintakan penurunan hambatan tarif dan non-tarif (NTM) (Tabel 8).

Tabel 8. Sektor dengan Nilai Ekspor Terbesar untuk *Final Product* dari Indonesia ke Ekonomi FTAAP

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
1	industri komputer dan elektronik	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
2	industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
3	industri produk makanan, minuman dan tembakau	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
4	industri mebel	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
5	industri peralatan listrik	-	-	V	V	V	V	V	V	V	7
6	industri mesin dan peralatan	V	V	-	V	V	V	V	-	-	6

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
7	industri karet dan plastik	V	V	-	V	-	V	-	V	V	6
8	industri coke dan minyak sulungan	V	-	V	V	V	-	-	V	-	5
9	industri kimia	V	-	-	-	V	-	V	-	V	4
10	akomodasi dan pelayanan makanan	V	V	-	V	-	-	-	-	-	3

Sumber: Hasil Analisis

Untuk produk *final product*, 10 sektor dengan nilai impor terbesar dari ekonomi yang nanti tergabung dalam FTAAP ke Indonesia yaitu: (1) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (2) industri mesin dan peralatan; (3) industri kendaraan bermotor, trailer dan semi trailer; (4) industri komputer dan elektronik; (5) produk tanaman dan hewan; (6) industri peralatan listrik; (7) industri kimia; (8)

industri karet dan plastik; (9) transportasi udara; dan (10) produk gambar, video, televisi, suara dan musik. Ke 10 sektor ini harus dilihat lebih detail mana yang dapat diproduksi di Indonesia dan yang belum dapat. Sektor-sektor yang Indonesia sudah mampu memproduksi sendiri, dapat diprioritaskan untuk tidak ditawarkan/ *offer* dalam ekonomi yang akan tergabung dalam FTAAP (Tabel 9).

Tabel 9. Sektor dengan Nilai Impor Terbesar untuk *Final Product* dari Ekonomi FTAAP ke Indonesia

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
1	industri produk makanan, minuman dan tembakau	V	V	V	V	V	V	V	V	V	9
2	industri mesin dan peralatan	-	V	V	V	V	V	V	V	V	8
3	industri kendaraan bermotor, trailer & semi trailer	V	V	-	V	V	V	V	-	V	7

No.	Sektor	Australia	Kanada	China	Jepang	Korea	Meksiko	Rusia	Taiwan	USA	Jumlah
4	industri komputer dan elektronik	-	V	V	V	V	V	V	V	-	7
5	produk tanaman dan hewan	V	V	V	-	-	V	V	-	V	5
6	industri peralatan listrik	-	V	V	V	V	-	-	V	-	5
7	industri kimia	-	-	-	V	V	-	V	V	V	5
8	industri karet dan plastik	-	-	V	V	-	V	-	V	-	4
9	transportasi udara	-	-	-	V	V	-	V	-	V	4
10	produk gambar, video, televisi, suara, dan musik	V	-	-	-	-	V	-	-	V	3

Sumber: Hasil Analisis

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Peningkatan akses pasar produk Indonesia ke ekonomi mitra *Free Trade Area of The Asia-Pacific* (FTAAP) dapat dilakukan dengan cara melihat sektor mana yang memiliki potensi bagus untuk dikembangkan. Sektor unggulan Indonesia bisa dilihat dari irisan perhitungan dari tiga metodologi penelitian yaitu *Export Product Dynamic* (EPD), *Intra-Industry Trade* (IIT), dan *Inter-Regional Input-Output (IRIO) analysis*.

Berdasarkan hasil analisis *Export Product Dynamic* (EPD), dari 21 sektor ekspor potensial Indonesia ke pasar Asia-Pasifik, ekspor potensial tersebut

berada pada posisi *retreat* dan *falling star*. Produk Indonesia yang berada pada posisi *retreat* ada 15 sektor yaitu: (1) produk tanaman dan hewan; (2) kehutanan dan penebangan kayu; (3) perikanan; (4) industri kayu; (5) industri kertas; (6) pencetakan dan reproduksi media rekaman; (7) industri *coke* dan minyak sulingan; (8) industri kimia; (9) industri karet dan produk plastik; (10) industri logam dasar; (11) industri produk logam *fabricated*; (12) industri komputer dan elektronik; (13) industri peralatan listrik; (14) industri alat transportasi; serta (15) industri mebel.

Produk Indonesia yang berada pada posisi *falling star* terdapat 6 sektor yaitu: (1) pertambangan dan

penggalian; (2) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (3) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (4) industri farmasi; (5) industri produk mineral non logam; serta (6) industri kendaraan bermotor. Hal ini berarti Indonesia masih punya peluang untuk dapat mengembangkan pasar ekspor untuk enam sektor produk tersebut.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan *Intra-Industry Trade* (IIT) pada periode 2012-2015 terdapat 12 sektor yang nilai integrasi ke pasar Asia-Pasifik tinggi antara 60 sampai dengan 100 yaitu sektor: (1) industri komputer dan elektronik, (2) industri karet dan plastik, (3) industri kendaraan bermotor, trailer & semi trailer, (4) produk tanaman dan hewan, (5) industri farmasi, (6) industri produk makanan, minuman dan tembakau, (7) industri *coke* dan minyak sulingan, (8) industri logam dasar, (9) industri kertas, (10) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit, (11) industri peralatan listrik, dan (12) industri mebel. Sisanya sembilan sektor memiliki nilai tingkat integrasi rendah (di bawah 60) yaitu: (1) industri non-logam, (2) pertambangan, (3) industri kimia, (4) industri transportasi lainnya, (5) industri

printing, (6) industri logam *fabricated*, (7) kehutanan, (8) perikanan, dan (9) industri kayu.

Berdasarkan Analisis IRIO, sektor ekspor Indonesia yang dapat diprioritaskan untuk dimintakan penurunan hambatan tarif dan non-tarif di pasar Asia-Pasifik baik *intermediate input* dan *final product* yaitu: (1) industri karet dan plastik; (2) industri logam dasar; (3) industri kimia; (4) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (5) industri kertas; (6) industri komputer dan elektronik; (7) industri kimia; (8) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (9) industri mebel; dan (10) industri peralatan listrik.

Jadi berdasarkan analisis EPD, IIT dan IRIO, ada irisan tiga sektor unggulan Indonesia yang memiliki potensi peningkatan akses pasar ke ekonomi mitra FTAAP yaitu: (1) industri produk makanan, minuman dan tembakau, (2) industri farmasi, dan (3) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit. Ketiga sektor ini direkomendasikan untuk bisa menjadi fokus Indonesia supaya dibuka akses pasarnya ke Asia-Pasifik dalam rangka FTAAP karena potensi ekspor dan keterkaitan antar industrinya tinggi. Asistensi dan bantuan teknis dapat diberikan kepada sektor-

sektor ekspor unggulan diantaranya berupa fasilitasi perdagangan apabila sektor tersebut mendapat hambatan terkait kebijakan dan regulasi yang masih relatif tinggi di perekonomian APEC.

Kemudian, sektor impor Indonesia untuk *intermediate input* yang bisa ditawarkan/*offer* untuk penurunan tarif dalam FTAAP yaitu: (1) industri kimia; (2) industri mesin dan peralatan; (3) industri logam dasar; (4) industri komputer dan elektronik; (5) industri logam *fabricated*.

Lalu, sektor impor Indonesia untuk *final product* yang mungkin akan diminta oleh ekonomi FTAAP untuk diturunkan hambatannya baik tarif maupun non-tarif yaitu: (1) industri komputer dan elektronik; (2) industri tekstil, pakaian jadi dan produk kulit; (3) industri produk makanan, minuman dan tembakau; (4) industri mebel; dan (5) industri peralatan listrik.

Berdasarkan analisis *Inter-Regional Input-Output* (IRIO) terhadap 10 ekonomi Asia-Pasifik terlihat bahwa *share* perdagangan bilateral terhadap total ekspor terbesar yaitu Indonesia terhadap RRT dan Jepang dengan persentase masing-masing sebesar 1,22%. Hal ini mengindikasikan bahwa

RRT dan Jepang masih tetap dua ekonomi yang memiliki posisi penting dalam kerja sama perdagangan di Asia-Pasifik, sedangkan *share* perdagangan bilateral terhadap total ekspor terbesar yaitu terjadi dari Korea Selatan dan Taiwan terhadap Indonesia dengan persentase masing-masing sebesar 0,4% dan 0,32%. Adapun ekspor Indonesia ke Australia, RRT, Jepang, Korea Selatan, Meksiko, Rusia dan Taiwan didominasi oleh kategori barang *intermediate* dan ekspor Indonesia ke Amerika Serikat dan Kanada didominasi oleh kategori konsumsi langsung. Pada akhirnya diperlukan upaya peningkatan daya saing yang bisa dilakukan dengan transfer teknologi terutama dari perekonomian APEC yang lebih banyak impor *intermediate*-nya daripada produk finalnya. Kemudian peningkatan akses pasar agar lebih difokuskan pada *final demand* sehingga *value added* bisa didapat oleh Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan, Sekretaris Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan, Kepala Pusat Pengkajian Kerja sama

Perdagangan Internasional, Kepala Bidang Regional, serta tim peneliti di Pusat Pengkajian Kerja sama Perdagangan Internasional. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada tenaga ahli yaitu Ibu Nur Indah Kristiani, S.Si, M.S.E dan Ibu Sri Retno Wahyu Nugraheni, S.E., M.Si. Ucapan terima kasih juga kepada mitra kerja Kementerian Perdagangan yang telah memberikan bantuan berupa ketersediaan data dan informasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhir, N.H.M., Ismail, N.W., Kaliappan, S.R., Said, R. (2017). Intersectoral Linkages of Malaysian Batik Industry: An Application of Input-Output Analysis. *Jurnal Ekonomi Malaysia* 51(1) 2017, 55-66.
- APEC. (2009). Trade Creation in the APEC Region: Measurement of the Magnitude of and Changes in Intra-regional Trade since APEC's Inception. *Research Paper* APEC Policy Support Unit (Asia-Pacific Economic Cooperation PSU).
- APEC. (2016). Collective Strategic Study on Issues Related to the Realization of the FTAAP. *Report paper*, APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), November 2016.
- Bahari, Fitri. (2015). Analisis Perdagangan Intra Industri di Sektor Pertanian. *Skripsi* Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Bappenas. (2009). Trade and Investment in Indonesia: a Note on Competitiveness and Future Challenge. *Report Paper*, Directorate of Trade, Investment and International Economic Cooperation, Ministry of States for National Development Planning/ The National Development Planning Agency (Bappenas).
- Bergsten, C. F. (2007). Toward a Free Trade Area of the Asia-Pacific. *Working Paper*, Policy Briefs in International Economics Number PB07-0, USA.
- DJPEN. (2016). FTAAP, Jalan Menuju Pengintegrasian Ekonomi Asia Pasifik. *Warta Ekspor*, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Kementerian Perdagangan.Jakarta.
- Estherhuizen, D. (2006). *Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework*. University of Pretoria.
- FAO. (2010). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2010*. Office of Knowledge Exchange, Research and Extension Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gaftea, V. (2013). The Input-Output Modeling Approach to The National Economy. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2/2013, pp 211-222, University Tomis.
- Hamid, M. F. S., & Aslam, M. (2017). Intra-regional Trade Effects of ASEAN Free Trade Area in the Textile and Clothing Industry. *Journal of Economic Integration (JEI)* Vol.32, No.3, September 2017, 660-688.
- Hasibuan, A.M., Nurmalina, R., & Wahyudi, A. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin Ristri* Vol 3 (1) 2012.
- IAMO. (2004). Intra-Industry Trade in Agricultural and Food Products: The Case of Ukraine. *Discussion Paper* No.78 2004 of Institut Fur

- Agrarentwicklung in Mittel-Und Osteuropa (IAMO)
- Kanaya, I, A. Firdaus, M. (2014). Daya Saing Permintaan Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia Di Negara Tujuan Utama Periode 2003-2012. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol.11 (3), pp.184-198.
- Marconi, N, I.L. Rocha, G.R. Magacho. (2016). Sectoral Capabilities and Productive Structure: An Input-Output Analysis of The Key Sectors of The Brazilian Economy. *Brazilian Journal of Political Economy*, Vol.36 (143), pp.470-492.
- Nayantakaningtyas, J.S, A. Daryanto, I.T. Saptono. (2017). Competitiveness of Indonesian Tea In International Market. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol.3 (5), pp.14-23.
- Nabi, I. & Luthria, M. (2002). *Building Competitive Firms: Incentives and Capabilities*. The World Bank, Washington, D.C.
- Okadera, T., Okamoto, N., Watanabe, M., Chontanawat, J. (2014). Regional water footprints of the Yangtze river: an interregional Input-Output Approach. *Economic Systems Research*, Vol. 26, No. 4, 2014, pp. 444–462.
- Pradipta, A., Firdaus, M. (2014). Posisi Daya Saing dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Ekspor Buah-buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 11, No.2, Juli 2014.
- Puska KPI. (2015). Analisis Cost and Benefit Asia-Pacific Free Trade Agreement (FTA-AP). *Laporan Akhir Penelitian* Pusat Kebijakan Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan.
- Rasyid, Mohtar. (2015). Potensi Ekonomi Ikan dan Produk Perikanan Indonesia dalam Lingkup Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu dan Call for Papers UNISBANK (Sendi_U)*.
- Rodrigues, J., Marques, A., Wood, R., and Tukker, A. (2016). A Network Approach for Assembling and Linking Input-Output Models. *Economic Systems Research*, 28:4, 518-538, DOI: 10.1080/09535314.2016.1238817.
- Rompas, J., Engka, D., Tolosang, K. (2015). Potensi Sektor Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 15 No.04 Tahun 2015.
- Šafr, K., Vitavská, K. (2017). Illustration of Single-Regional and Inter-Regional Approach in Regional Input-Output Analysis. *Statistika*, 2017, 97(1).
- Sharma, Kishor. (1999). Pattern and Determinants of Intra-Industry Trade in Australian Manufacturing. *Center Discussion Paper* No.813, Economic Growth Center Yale University.
- Sixta, Jaroslav. (2017). Input-Output Approach to Regional Employment. *Statistika*, 2017, 97(1).
- Timmer. M.P., Dietzenbacher, E., Los, B. Stehrer, R., Vries, G.J. (2015). An Illustrated User Guide to the World Input-Output Database: the Case of Global Automotive Production. *Review of International Economics*, Volume 23, Issue 3, August 2015, Pages 575-705.
- Trademap. (2017). Trade Statistics for Internasional Business Development. *Research Database*, Trademap. <https://trademap.org/Index.aspx> didownload 22 Desember 2017.
- World Bank. (2003). Prioritas Masalah Pertanian di Indonesia. *Agriculture Sector Review Indonesia*, August

- 2013, Carana Corporation for USAID and World Bank.
- WTO. (2015). RTA Database. *Research Database*, World Trade Organization (WTO).
http://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm didownload 13 Januari 2015.
- Xing, L. (2017). Analysis of inter-country input-output table based on citation network: How to measure the competition and collaboration between industrial sectors on the global value chain. *PloS ONE* 12(9): e018405.
- Zuhdi, Fadhlán & Suharno. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5. *Habitat*, Volume 26, No.3, Desember 2015, Hal. 152-162.

DAMPAK KERJA SAMA PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN *EURASIAN ECONOMIC UNION* (EAEU) TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA

The Impact of Indonesia-Eurasian Economic Union (EAEU) Trade Cooperation on the Indonesian Economy

Deky Paryadi, Aziza Rahmaniar Salam

Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan-RI,
Jl.M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta, 10110, Indonesia

Email: deckyparyadi@gmail.com

Naskah diterima: 10/02/2018; Naskah direvisi: 25/06/2018; Disetujui diterbitkan: 03/12/2018
Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Kawasan Eurasia merupakan wilayah yang penting secara geopolitik dan geostrategi bagi perdagangan Indonesia. Melihat potensi yang dimiliki oleh negara-negara yang tergabung dalam *Eurasian Economic Union* (EAEU), Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi daya saing komoditas serta dampak kerja sama perdagangan Indonesia-EAEU. Metode analisis yang digunakan adalah *Trade Complementary Index* (TCI), *Revealed Symetric Comparative Advantages* (RSCA) dan *Computable General Equilibrium* (CGE) model dengan data dasar GTAP versi 9 menggunakan enam simulasi. Berdasarkan analisis TCI, tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia lebih tinggi dibandingkan ekspor Indonesia terhadap struktur impor EAEU. Dengan melihat dampak kerja sama perdagangan Indonesia-EAEU terhadap makroekonomi Indonesia, penurunan tarif bea masuk sebesar 50% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU merupakan alternatif kebijakan terbaik. Indonesia perlu menjajaki kemungkinan kerja sama dengan EAEU dengan pendekatan berupa eliminasi 50% pada seluruh pos tarif secara bertahap. Selain itu, disarankan Indonesia fokus pada komoditas yang memiliki daya saing di pasar EAEU yaitu sektor *animal; vegetable; foodstuffs; plastics/rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; dan transportation*.

Kata Kunci: Dampak Kerja Sama, EAEU, GTAP, TCI, RSCA

Abstract

The Eurasian region is an important area for Indonesia in term of geopolitic and geostrategy. Due to the economic potential of EAEU countries, Indonesia must take advantage of it. This study aims to determine the potential competitiveness of commodities and the impact of trade cooperation between Indonesia-EAEU. Methods used in this study were Trade Complementary Index (TCI), Revealed Symetric Comparative Advantages (RSCA) and Computable General Equilibrium (CGE) model utilizing basic data of GTAP version 9 of six simulations. By using TCI method it was found that the conformity level of EAEU's export to Indonesia's import structure is higher than Indonesia's exports to the EAEU import structure. Looking at the impact of Indonesia-EAEU trade cooperation on Indonesia's economy, tariff reduction of 50% for all Indonesian products and EAEU is the best policy alternative for Indonesia. Therefore, It is a must to Indonesia to explore the possibility of cooperation with EAEU with a 50% elimination scheme gradually to all tariff lines. Indonesia should also focus on commodities which have competitiveness in EAEU market i.e. animal; vegetable; foodstuffs; plastics/rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; and transportation.

Keywords: Cooperation Impact, EAEU, GTAP, TCI, RSCA

JEL Clasification: F130, F150, F170

PENDAHULUAN

Secara geografis, Eurasia merupakan perpaduan dari dua wilayah yaitu Eropa dan Asia, dimana sekitar 75% populasi dunia, 60% dari GNP dunia, dan 75% energi di dunia berada di Eurasia (Brzezinski, 1997). Kawasan Asia Tengah menjadi kawasan dimana terdapat persaingan beberapa negara besar seperti Rusia, Amerika Serikat dan RRC (Dugis, 2015). Eurasia dianggap sebagai pusat perdagangan internasional karena merupakan jalur perdagangan yang menghubungkan Asia dengan Eropa. Kawasan Eurasia merupakan wilayah yang penting secara geopolitik dan geostrategi.

Pada tahun 1991, negara *Union of Soviet Socialist Republics* (USSR) atau kita kenal dengan Uni Soviet pecah menjadi 15 negara, yaitu Armenia, Azerbaijan, Byelorusia, Estonia, Georgia, Kazakhstan, Kirgizstan, Latvia, Lituania, Moldavia, Rusia, Tajikistan, Turkmenistan, Ukraina dan Uzbekistan (BPPK, Kemenlu, 2016). 15 negara-negara bekas Uni Soviet umumnya dibagi ke dalam lima kelompok, tiap-tiap wilayah memiliki ciri khas masing-masing, tidak hanya berdasarkan ciri geografis dan budaya saja, tetapi juga sejarah wilayah. Lima kelompok

tersebut antara lain Negara-negara Baltik (Estonia, Latvia dan Lituania), Eropa Timur (Belarus, Moldova dan Ukraina), Kaukus Selatan (Armenia, Azerbaijan dan Georgia), Asia Tengah (Kazakhstan, Kirgizstan, Tajikistan, Turkmenistan dan Uzbekistan) dan Rusia (Yilmaz, 2017).

Selanjutnya berdasarkan *custom union* negara Rusia, Belarusia dan Kazakhstan menginisiasi pembentukan *Eurasian Economic Union* (EAEU) pada tahun 2014. EAEU ini dibentuk oleh Rusia sebagai blok tandingan Uni Eropa. Rusia memiliki kepentingan dalam pembentukan EAEU mengingat negara-negara ini merupakan pemasok gas alam utama di negara Uni Eropa (Dewi, 2011).

Rusia dan beberapa Negara pecahan Uni Soviet ini yang tergabung dalam EAEU merupakan kawasan yang dinamis dan potensial untuk dikembangkan dalam hubungan dengan Indonesia, karena memiliki kekayaan sumberdaya alam yang besar. Rusia masuk dalam negara potensial untuk pengembangan ekspor (*untapped market*) (Sabaruddin, 2016).

Secara geografis kawasan ini merupakan kawasan yang sangat strategis, karena merupakan jendela

dunia timur (Timur Tengah) dan barat (Eropa) (Habova, 2016). Namun demikian Asia Tengah memiliki deposit yang besar di bidang minyak dan gas bumi serta sumber daya alam lainnya sehingga potensi unggulannya adalah minyak, gas bumi serta sumber daya alam lainnya (BPPK, Kemenlu, 2016).

Pemikiran-pemikiran kaum Statis secara resmi telah diadopsi menjadi kebijakan politik luar negeri Rusia. Konsep Keamanan Nasional 1997, misalnya, mengidentifikasi Rusia sebagai “*influential European dan Asian power*”. Konsep ini merekomendasikan bahwa Rusia memelihara jarak yang sama (*equal distance*) dalam hubungan dengan aktor-aktor ekonomi dan politik di Asia dan Eropa (Bakry, 2017).

Pertimbangan lainnya adalah tergabungnya Rusia dan beberapa Negara pecahan Uni Soviet lainnya, yaitu Kazakhstan, Kirgizstan, Belarusia dan Armenia dalam *Eurasian Economic Union* (EAEU) merupakan potensi pasar yang besar. Hal ini membuka peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan ekspor ke negara EAEU, walaupun jumlah populasi negara EAEU relatif lebih kecil (182,7 juta jiwa) dibandingkan dengan Indonesia (257,6 Juta jiwa), namun GDP dan GDP perkapita

negara-negara EAEU relatif lebih besar dibandingkan Indonesia (eurasiancommission.org, 2017).

Bagi Rusia, keamanan energi berarti keamanan permintaan pada harga yang wajar. Untuk mencapai keamanan energinya, Rusia mulai melakukan strategi diversifikasi pasar sehingga tidak hanya tergantung pada Eropa (Satitah, 2016).

Rusia sebagai negara salah satu negara yang dominan di kawasan Eurasia dihadapkan pada pilihan apakah menjadi pusat peradaban dan kekuatan ideologis sesuai keunikannya atau berintegrasi dengan salah satu pusat kekuatan yang telah ada dan kehilangan identitasnya. Jika Rusia memilih independen berdasarkan sejarah dan budayanya, Rusia akan mengembangkan dan mengimplementasikan sejumlah kebijakan sesuai sumber daya yang dimilikinya di Eurasia (Hutabarat, 2017).

Secara teori, ukuran pasar atau ekonomi (*market size*) diukur dengan GDP dan populasi (Walsh, 2006). Tingginya GDP negara eksportir secara positif berhubungan dengan kemampuan negara tersebut untuk mengekspor lebih banyak barang dan jasa. Sedangkan tingginya GDP importir

menunjukkan pasar bagi barang dan jasa. GDP per kapita lebih menggambarkan daya beli (*purchasing power* negara eksportir dan importir) (Walsh, 2006). Selain *market size* dan GDP, komplementaritas dan daya saing produk juga dapat menjadi pertimbangan suatu negara untuk masuk ke pasar negara lain.

Bagi Indonesia pembukaan akses pasar ke negara non tradisional seperti negara Eurasia akan sangat bermanfaat mengingat kondisi negara-negara tujuan tradisional Indonesia yang masih belum stabil. Dari segi politik, Kebijakan luar negeri Rusia di Asia Tengah dipengaruhi oleh tujuan untuk memperluas pengaruh di negara-negara eks-Soviet. Di kawasan laut Kaspia ini, Rusia menginginkan adanya hubungan khusus dengan posisinya adalah sebagai negara pemimpin. Kebijakan Rusia terhadap *near abroad* semakin terlihat sejak masa pemerintahan Vladimir Putin menjadikan negara eks-Soviet sebagai wilayah prioritas dalam kebijakan luar negeri (Siburian, 2016).

Melihat potensi yang dimiliki oleh negara-negara yang tergabung dalam EAEU, Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pasar yang besar akan dapat

menambah daya saing produk Indonesia dibandingkan negara lain. Saat ini negara yang telah mengadakan kerjasama dengan EAEU adalah Vietnam, sementara India, Singapura dan Iran dalam tahap penjajakan.

Itakura (2014) menggunakan model CGE dinamis untuk melihat potensi efek perekonomian dari liberalisasi dan peningkatan fasilitasi dan konektivitas pada perdagangan barang dan jasa diantara anggota ASEAN. Hasil simulasi menunjukkan pengurangan hambatan perdagangan dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi. Penelitian lainnya dari Itakura, Fukunaga & Isono (2013) juga menggunakan simulasi CGE untuk mengevaluasi dampak ekonomi dari akses Hong Kong ke ASEAN-China FTA (HK-ACFTA), dengan skenario penghapusan tarif, logistik dan pengurangan hambatan perdagangan. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa semua negara yang tergabung dalam AC-FTA termasuk Hong Kong akan mendapatkan keuntungan dari akses tersebut dan terjadi peningkatan PDB riil dan kesejahteraan ekonomi.

Secara teori, sejalan dengan analisis statik mengenai manfaat

perdagangan, adanya FTA mendorong berkurangnya hambatan tarif (*tariff-barrier*) maupun hambatan non tarif sehingga biaya transaksi dalam perdagangan akan turun. Berdasarkan teori perdagangan internasional, perdagangan internasional seharusnya akan meningkatkan kesejahteraan negara-negara yang melakukan perdagangan bebas, karena melalui perdagangan bebas akan terjadi peningkatan efisiensi penggunaan sumberdaya domestik dan akses pasar ke negara lain (Stephenson, 1994).

Adanya perdagangan antar negara ini akan mempengaruhi variabel-variabel mikro selanjutnya berdampak pada variabel-variabel makro ekonomi. Negara akan berspesialisasi sesuai dengan keunggulan komparatif sehingga kinerja ekspor akan meningkat. Proses ini menuju ke efisiensi alokasi sumberdaya dan peningkatan GDP.

Terkait dengan hal tersebut, permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi kerja sama perdagangan antara Indonesia dengan negara yang tergabung dalam *Eurasian Economic Union* (EAEU) serta bagaimana dampaknya bagi Indonesia. Terkait

dengan hal tersebut, tulisan ini mencoba untuk mengetahui potensi serta dampak yang terjadi apabila Indonesia melakukan kerja sama perdagangan dengan EAEU.

METODE

Untuk menjawab tujuan penelitian dan mengetahui potensi atau daya saing produk, penelitian ini menggunakan indeksasi perdagangan untuk mengetahui daya saing komoditi Indonesia dan EAEU. Beberapa literatur menggunakan beberapa tehnik untuk mengukur kelemahan dan keunggulan perdagangan suatu negara. Salah satu yang paling banyak digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang dikembangkan oleh Balassa (1965). Indeks RCA Balassa pada dasarnya mengukur pangsa (*share*) ekspor suatu negara yang dinormalkan dengan ekspor pada industri atau produk yang sama dalam satu kelompok negara (Anggoro & Widyatutik, 2016). Formula RCA Balassa dimodifikasi sedemikian sehingga indeks tersebut simetris pada batas nilai satu dengan menggunakan formula berikut ini:

$$RSCA = \frac{RCA - 1}{RCA + 1}$$

Dengan formula tersebut nilai indeks RCA yang lebih dari satu akan memiliki indeks RSCA bernilai positif, sedangkan RCA yang bernilai kurang dari satu akan memiliki indeks RSCA negatif. Untuk mengetahui dampak dari kerja sama perdagangan antar kedua negara digunakan CGE model yang dengan data dasar GTAP versi 9. Hasil dari perkiraan dampak kerja sama dapat digunakan untuk menilai potensi dari suatu kerja sama perdagangan. Selain itu data sekunder yang lain diperoleh melalui data Badan Pusat Statistik (data ekspor impor Indonesia dengan negara anggota EAEU) dan Trademap (untuk mengetahui ekspor impor 6 digit dari dunia). Sementara itu, data-data terkait variabel makroekonomi bersumber dari Bank Indonesia dan UNCTAD. Data tarif EAEU bersumber dari *Eurasia Economic Commission* (2017). Dalam kajian ini akan dilakukan 6 (enam) skenario simulasi, untuk mengetahui dampak yang akan terjadi apabila kerja sama perdagangan antara Indonesia dan EAEU dilaksanakan. Skenario simulasi tersebut antara lain:

- Sim 1 Penurunan tarif sebesar 50% untuk produk unggulan Indonesia dan EAEU.

- Sim 2 Penurunan tarif menjadi 0% untuk produk unggulan Indonesia dan EAEU.
- Sim 3 Penurunan tarif sebesar 50% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU.
- Sim 4 Penurunan tarif sebesar 80% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU.
- Sim 5 Penurunan tarif sebesar 90% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU.
- Sim 6 Penurunan tarif menjadi 0% untuk seluruh produk Indonesia dan EAEU.

Produk unggulan yang ditentukan adalah dari hasil perhitungan daya saing (RSCA) dan tarif yang masih relatif tinggi baik di Indonesia maupun EAEU. Untuk Indonesia sektor komoditi yang memiliki daya saing dan masih dikenakan tarif tinggi di EAEU adalah *Vegetable oils and fats, Leather products, Wood products, Metal products, Manufactures nec* dan *Wearing apparel*. Sedangkan sektor komoditi EAEU yang memiliki daya saing dan masih dikenakan tarif tinggi di Indonesia adalah *Chemical, rubber, plastic prods, Ferrous metals, Transport equipment nec, Raw milk, Food products nec* dan *Vegetables, fruit, nuts*.

Data sekunder utama bersumber dari database GTAP versi 9 yang diterbitkan tahun 2015. GTAP versi 9 terdapat pembaharuan dalam hal data yang menggunakan data referensi tahun 2004, 2007 dan 2011 dan terdiri dari 140 region dan 57 sektor. Terdapat pembaharuan dari GTAP versi 9 yaitu update data referensi 3 tahun yaitu tahun 2004, 2007 dan 2011, total region menjadi 140 region dan 57 sektor. Disamping itu terdapat Data makro ekonomi yang baru yaitu 2004, 2007, and 2011, *update* data perdagangan *merchandise* bilateral baru yaitu untuk 2011, *update* data proteksi baru untuk tahun 2007 dan 2011, *update* data perdagangan bilateral *time series* baru

dari 1995-2013 serta perbaikan dalam data perdagangan bilateral jasa untuk tahun 2004, 2007, and 2011.

Menurut Walmsley *et al.* (2012) data IO GTAP Versi 8, bervariasi antar negara. IO pertanian diperoleh dari FAO, *income taxes* bersumber dari IMF, data *agricultural domestic support* berasal dari kontribusi Hsin Huang untuk negara-negara anggota OECD dan Hans Jensen untuk EU-27 *countries*, data ekonomi makro diperoleh dari World Bank, data perdagangan bersumber dari COMTRADE database, USITC, data perdagangan jasa berasal dari OECD and IMF, data proteksi bersumber dari CEPII dan ITC-Geneva.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Perdagangan Indonesia-EAEU

Tabel 1. Ekspor Non Migas Indonesia Ke Negara EAEU

No	Negara Tujuan	Nilai: USD Juta						Perub(%)	Trend(%)	Share(%)	
		2012	2013	2014	2015	2016	Jan-Mar 2016				Jan-Mar 2017
	Eurasia	885.8	945.4	1069.8	1001.2	1275.3	178.4	341.8	91.6	8.2	100.0
1	Federasi Rusia	867.3	930.3	1052.9	993.7	1261.6	176.9	338.2	91.1	8.5	98.9
2	Kazakhstan	8.4	6.7	8.3	3.2	7.2	0.7	2.2	212.1	-10	0.6
3	Belarusia	3.8	4.0	3.9	0.5	2.9	0.1	0.4	295.7	-22.8	0.2
4	Armenia	3.5	3.7	3.8	2.7	2.2	0.5	0.8	47.1	-11.7	0.2
5	Kyrgyzstan	2.8	0.9	0.9	1.0	1.5	0.2	0.3	62.4	-10	0.1

Sumber: BPS (2018), diolah

Kinerja neraca perdagangan non migas Indonesia dengan EAEU periode 2012-2015 menunjukkan posisi defisit,

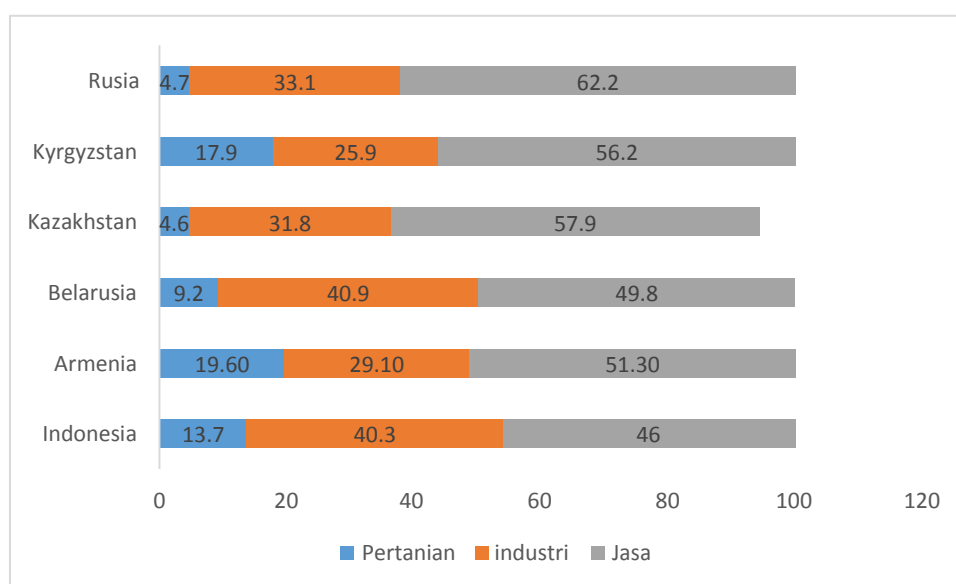
meskipun pada tahun 2016 Indonesia mengalami surplus perdagangan dengan EAEU. Namun pada Januari-

Maret 2017, Indonesia kembali mencatat defisit neraca perdagangan sebesar USD 23,6 juta. Neraca perdagangan yang defisit ini ditunjang dengan tren pertumbuhan total perdagangan Indonesia dan EAEU yang menurun sebesar 12,7% per tahun selama periode 2012-2016.

Total perdagangan Indonesia dengan EAEU di tahun 2016 mencapai USD 2,3 miliar dimana keseluruhan perdagangan di tahun tersebut merupakan kontribusi dari sektor non migas. Pada Januari-Maret 2017

perdagangan Indonesia dengan EAEU mencapai USD 707,3 juta atau naik 77,5% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Rusia merupakan negara tujuan utama ekspor non-migas Indonesia ke kawasan EAEU dengan pangsa mencapai 98,9%. Negara lainnya yang meliputi Kazakhstan, Belarusia, Armenia dan Kyrgyzstan memiliki kontribusi yang minim bagi ekspor Indonesia. Terlebih lagi, tren ekspor ke negara-negara tersebut periode 2012-2016 cenderung mengalami penurunan.



Gambar 1. Komposisi GDP Indonesia dan Negara anggota EAEU Tahun 2016 (%)

Sumber: CIA factbook (2017), diolah

Perekonomian negara EAEU secara umum ditopang oleh sektor pertanian, Industri dan jasa yang berbeda-beda untuk masing-masing negara. Sebagian besar sektor jasa

menjadi penopang terbesar dalam GDP baik itu untuk Indonesia maupun negara EAEU. Sedangkan untuk sektor pertanian, Kyrgyzstan dan Armenia memberikan komposisi 17,9% dan

19,6%. Sementara, walaupun sektor jasa dan industri manufaktur berperan penting dalam ekonomi Indonesia, sektor pertanian tetap memberikan kontribusi yang cukup signifikan. Peran masing-masing sektor dalam ekonomi Indonesia yaitu jasa 46%, industri 40,3% dan pertanian 13,7%.

Negara asal impor Indonesia dari kawasan EAEU didominasi oleh Rusia

dengan pangsa 82,6%, diikuti oleh Belarus (15,9%) dan Kazakhstan (1,5%). Meskipun tren impor non migas Indonesia dari Rusia periode 2012-2016 menurun 20,6% per tahun, namun impor non-migas tahun 2016 meningkat 83,9% YoY. Hal ini mengindikasikan penetrasi produk ekspor Rusia makin kuat di pasar Indonesia.

Tabel 2. Impor Non Migas Indonesia Dari Negara EAEU

No	Negara Tujuan	Nilai: USD Juta							Perub(%)	Trend(%)	Share(%)
		2012	2013	2014	2015	2016	Jan-Mar 2016	Jan-Mar 2017	2016/2017	2012-2016	2016
	Eurasia	1,920.5	2,218.3	1,398.9	1,129.4	1,029.7	220.1	365.4	66	-17.5	100.0
1	Federasi Rusia	1,777.4	2,070.1	1,183.2	903.9	850.6	168.0	309.0	83.9	-20.6	82.6
2	Belarusia	86.9	129.8	186.3	210.9	163.6	47.9	44.2	-7.8	19.2	15.9
3	Kazakhstan	54.8	16.9	28.2	13.8	14.9	3.8	11.9	214.8	-24.4	1.5
4	Kyrgyzstan	1.4	1.3	0.6	0.7	0	0	0	0	0	0.0
5	Armenia	0	0	0.4	0	0	0	0	0	0	0.0

Sumber: BPS (2018), diolah

Ekspor non migas Indonesia ke EAEU selama 2012-2016 menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 8,2% per tahun. Pada tahun 2016 ekspor non migas Indonesia ke EAEU mencapai USD 1,3 miliar dengan pangsa 1,0% terhadap total ekspor non migas Indonesia ke dunia. Pada periode Januari-Maret 2017, ekspor non migas Indonesia ke EAEU mencapai USD 341,8 juta atau mengalami peningkatan signifikan hingga mencapai 91,6% YoY. Peningkatan tersebut merupakan indikasi positif untuk kelanjutan

peningkatan ekspor Indonesia ke EAEU. Produk utama ekspor Indonesia ke Eurasia adalah CPO dan turunannya, Mesin, Kopi, Kakao, Karet dan produk turunannya, Teh dan Alas Kaki.

Sementara itu, kinerja impor non-migas Indonesia dari EAEU selama 2012-2016 menunjukkan penurunan rata-rata sebesar 17,5% per tahun. Pada periode Januari-Maret 2017, impor non migas Indonesia dari EAEU mencapai USD 365,4 juta atau mengalami penurunan 66,0% YoY, dimana produk impor non migas yang

paling banyak dibutuhkan Indonesia dari EAEU adalah *potassium chloride* (HS 3104.20), produk besi/baja setengah jadi (HS 7207.12), komponen pesawat terbang (HS 8803.30), alumunium (HS 7601.20) dan asbes (HS 2524.90).

Analisis Potensi dan Daya Saing Komoditi

Trade Complementary Index (TCI) antara Indonesia dan EAEU dapat memberikan informasi yang berguna bagi prospek perdagangan intra-regional. Hal ini menunjukkan tingkat kecocokan struktur impor dan ekspor suatu negara. TCI merupakan salah satu alat analisis dalam mempertimbangkan pembentukan kerja sama

perdagangan dengan negara mitra. Sejak tahun 2011, tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia lebih tinggi dibandingkan ekspor Indonesia terhadap struktur impor EAEU (Gambar 2). Tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia pada tahun 2015 sebesar 30,07%, lebih tinggi dibandingkan tingkat kesesuaian ekspor Indonesia terhadap struktur impor EAEU yang sebesar 26,86%. Hal ini menunjukkan EAEU memiliki kemampuan yang lebih baik untuk memenuhi permintaan impor Indonesia dibandingkan Indonesia memenuhi permintaan impor EAEU.



Gambar 2. TCI Indonesia-EAEU

Sumber: Trademap (2017), diolah

Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) bilateral antara Indonesia dan EAEU menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing secara relatif di pasar EAEU pada sektor *animal; vegetable; foodstuffs; chemical; plastics/ rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; dan transportation*, sedangkan EAEU memiliki daya saing secara relatif di

pasar Indonesia untuk *mineral products; chemical; metals; dan miscellaneous*. Berdasarkan kinerja perdagangan saat ini, beberapa sektor *vegetables product* menjadi produk yang dominan di ekspor Indonesia ke EAEU, seperti *Palm oil* dengan *share* 27,9%, *coffee* (3,7%), *kopra* (2,8%). Sektor *machinery* juga menjadi produk dengan *share* terbesar kedua dengan *share* sebesar 20,7%.

Tabel 3. Bilateral Revealed Symmetric Comparative Advantage

Sector	RSCA Indonesia Relative to		RSCA Eurasian Relative to	
	Eurasian	Global	Indonesia	Global
animal and animal product	0.10	0.05	-0.10	-0.05
vegetable products	0.63	0.63	-0.63	0.00
foodstuffs	0.44	0.12	-0.44	-0.34
mineral products	-0.37	0.34	0.37	0.64
chemical and allied industries	0.07	-0.16	-0.07	-0.23
plastics/rubber	0.51	0.11	-0.51	-0.42
raw hides, skins, leather and furs	0.48	-0.36	-0.48	-0.72
wood and wooden products	0.32	0.46	-0.32	0.17
textile	0.86	0.27	-0.86	-0.77
footwear/headgear	0.94	0.57	-0.94	-0.81
stone/glass	0.17	-0.01	-0.17	-0.18
metals	-0.19	-0.34	0.19	-0.17
machinery/electrical	0.56	-0.45	-0.56	-0.81
transportation	0.41	-0.48	-0.41	-0.74
miscellaneous	-0.73	-0.51	0.73	0.35
Explanatory Note				
Maximum Value of RSCA	1.00			
Minimum Value of RSCA	-1.00			
Critical Point	Comparative Advantage =>0			

Sumber: Trademap (2017), diolah

Analisis Dampak Ditinjau dari Makro Ekonomi

Kajian akan melakukan enam skenario simulasi, untuk mengetahui dampak yang akan terjadi apabila terjadi kerja sama perdagangan antara Indonesia-EAEU. Berdasarkan simulasi akan dianalisis dampaknya terhadap ekonomi makro dan sektoral Indonesia dan EAEU. Dalam perspektif makroekonomi, analisis prediktif sebagai konsekuensi terbentuknya skema kerja sama perdagangan akan memengaruhi *magnitude* variabel-variabel kunci makroekonomi seperti tingkat kesejahteraan (menggunakan proksi *Equivalent Variation*) dan output

di level nasional (menggunakan proksi GDP riil). Dari sisi pengeluaran, komponen GDP yang dianalisis adalah pengeluaran investasi, konsumsi swasta dan pemerintah serta kinerja perdagangan yang ditunjukkan melalui variabel neraca perdagangan (DTBAL). Komponen makroekonomi yang juga dianalisis adalah tingkat inflasi yang dilihat dari GDP deflator. Selain dampak terhadap indikator makroekonomi, kajian ini juga akan menganalisis dampak kerja sama perdagangan terhadap sektor. Indikator sektoral yang menjadi fokus bahasan adalah output, harga output, ekspor, impor, dan kesempatan kerja.

Tabel 4. Hasil Simulasi GTAP

Indikator Makro	Sim 1		Sim 2		Sim 3	
	Indonesia	EAEU	Indonesia	EAEU	Indonesia	EAEU
Kesejahteraan (Juta USD)	25.5	22.6	40.0	43.8	40.2	27.7
GDP Riil (%)	0.0007	-0.0008	-0.0004	-0.0022	0.0010	-0.0006
Konsumsi (%)	0.015	0.009	0.030	0.020	0.025	0.009
Investasi (%)	0.020	0.013	0.045	0.030	0.025	0.016
Neraca Perdagangan (Juta USD)	-35.9	-39.1	-84.6	-91.8	-43.7	-51.5
Ekspor (%)	0.037	0.010	0.090	0.024	0.042	0.013
Impor (%)	0.066	0.036	0.157	0.084	0.082	0.043
Indikator Makro	Sim 4		Sim 5		Sim 6	
	Indonesia	EAEU	Indonesia	EAEU	Indonesia	EAEU
Kesejahteraan (Juta USD)	60.912	42.491	66.95	46.884	72.457	50.893
GDP Riil (%)	0.00082	-0.00131	0.00058	-0.00161	0.00024	-0.00196
Konsumsi (%)	0.042	0.016	0.047	0.018	0.0533	0.021
Investasi (%)	0.043	0.028	0.05	0.032	0.0566	0.0367
Neraca Perdagangan (Juta USD)	-76.81	-90.042	-89.3	-104.434	-102.603	-119.685
Ekspor (%)	0.076	0.023	0.088	0.027	0.102	0.0306
Impor (%)	0.144	0.075	0.168	0.087	0.1926	0.0996

Berdasarkan keseluruhan simulasi dampak dari skema kerja sama perdagangan Indonesia dan EAEU meningkatkan kesejahteraan Indonesia dan EAEU. Tingkat kesejahteraan menggunakan proksi *Equivalent Variation*. *Equivalent Variation* mengukur kesejahteraan dengan menghitung surplus produsen, konsumen dan pemerintah. Surplus dari sisi produksi dimungkinkan karena penurunan hambatan perdagangan berupa penurunan tarif maupun liberalisasi perdagangan (*zero tariff*) akan memberikan insentif bagi produsen untuk meningkatkan output. Peningkatan kesejahteraan terjadi karena ada peningkatan surplus produsen.

Peningkatan kesejahteraan tertinggi Indonesia terjadi pada Sim 6, ketika disimulasikan terjadi liberalisasi perdagangan penuh dengan penurunan tarif impor menjadi 0. Kesejahteraan yang lebih tinggi pada Sim 6 ini lebih banyak disebabkan karena peningkatan surplus konsumen. Liberalisasi perdagangan mendorong peningkatan impor lebih besar sehingga konsumen memiliki pilihan lebih banyak dan memperoleh harga impor yang relatif lebih murah. Hasil ini konsisten

dengan dampak peningkatan konsumsi baik konsumsi swasta maupun pemerintah yang lebih tinggi pada Sim 6 ini. Peningkatan kesejahteraan Indonesia terendah terjadi pada Sim 1 ketika penurunan tarif hanya sebesar 50% pada produk unggulan yaitu sebesar USD 25,519.

Dampak skema kerja sama Indonesia-EAEU terhadap persentase perubahan GDP riil untuk Indonesia, hanya Sim 2 (Liberalisasi Perdagangan Penuh untuk Produk Unggulan dengan Penurunan Tarif Impor Menjadi 0%) yang berdampak pada penurunan GDP riil Indonesia walaupun relatif kecil yaitu sebesar 0.0004. Hasil simulasi ini mengimplikasikan bahwa adanya liberalisasi pada komoditas unggulan Indonesia maupun Eurasia tidak akan serta merta mendorong peningkatan GDP riil.

Eliminasi tarif yang dilakukan melalui Sim 3 akan mendorong peningkatan output bagi Indonesia di beberapa produk antara lain: *vegetable oil (vol)*; *wearing apparel (wap)*; *leather products (lea)*; *wood products (lum)*; *metal products (fmp)*; *manufactures nec (omf)*; *textile (tex)*; *oilseed (osd)*; *forrest (frs)*; *mineral product nec (nmm)*; dan

meat product nec (omt) dan dua sektor jasa yaitu *constructions (cns)* dan *distributions/trade (trd)*.

Sejalan dengan teori ekonomi, dimana permintaan tenaga kerja merupakan permintaan turunan (*derived demand*) terhadap output, sehingga sektor-sektor yang mengalami peningkatan output pada keseluruhan simulasi, mengalami peningkatan permintaan tenaga kerja. Hasil simulasi mengindikasikan bahwa liberalisasi secara penuh relatif tidak memberikan insentif dan strategi jangka panjang bagi industri untuk meningkatkan produktivitas adalah melalui efisiensi produksi maupun adopsi teknologi. Adopsi teknologi ini diperlukan guna meningkatkan daya saing produk Indonesia, khususnya di pasar EAEU. Alih teknologi ini akan memberikan benefit sehingga akan memberikan output produksi yang optimal bagi industri. Saat ini industri relatif “terlena” dengan proteksi yang diberikan pemerintah. Kebijakan pengenaan tarif ini dikritisi sebagai proteksi terhadap industri domestik yang tidak efisien dari persaingan internasional (Feenstra, 2004). Kelima simulasi lainnya berdampak pada peningkatan GDP riil Indonesia.

Variabel lainnya yang menjadi fokus dalam tataran makro adalah indikator makro neraca perdagangan. Preseden negatif kinerja perdagangan ditunjukkan dengan nilai yang negatif neraca perdagangan pada keseluruhan simulasi baik Indonesia maupun EAEU. Defisit neraca perdagangan Indonesia yang paling tinggi terjadi pada Sim6 yaitu ketika liberalisasi perdagangan penuh. Dengan dibukanya hambatan perdagangan pada seluruh sektor berpotensi meningkatkan impor lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan ekspor sehingga menyebabkan defisit neraca perdagangan sebesar USD 102,603 juta. Demikian juga untuk EAEU, seperti halnya Indonesia, defisit neraca perdagangan tertinggi juga pada Sim 6, yaitu sebesar USD 119,685 juta. Apabila defisit neraca perdagangan Indonesia dibandingkan dengan EAEU, maka defisit neraca perdagangan Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan dengan EAEU di setiap simulasi.

Penurunan bahkan eliminasi tarif dengan adanya skema kerjasama Indonesia dan EAEU, mendorong peningkatan konsumsi riil rumah tangga. Baik konsumsi riil rumah tangga

Indonesia maupun EAEU mengalami peningkatan tertinggi pada Sim 6 (liberalisasi perdagangan penuh dengan penurunan tarif impor menjadi 0%) disusul Sim 5, Sim 4, Sim 2 dan terakhir Sim 1. Besaran persentase peningkatan untuk konsumsi riil rumah tangga Indonesia berturut-turut dari yang tertinggi yaitu 0.0533% (Sim 6), 0.0470% (Sim 5), 0.0420% (Sim 4), 0.0301% (Sim 2), 0.0250% (Sim 3) dan 0.0148% (Sim 1). Penurunan dan eliminasi tarif dari tingkat yang lebih tinggi berpengaruh terhadap besaran impor Indonesia. Selain karena relatif tingginya tarif impor Indonesia dibanding EAEU, hal ini juga mengimplikasikan bahwa respon konsumsi Indonesia terhadap barang impor dibandingkan dengan EAEU relatif lebih besar.

Skema penurunan dan eliminasi tarif secara komprehensif telah menyediakan ruang untuk peningkatan investasi. Persetujuan untuk menurunkan dan bahkan meliberalisasi perdagangan akan mendorong dunia usaha untuk menyesuaikan dengan lingkungan bisnis tanpa hambatan. Daya tarik investasi akan menjadi semakin tinggi dengan penurunan dan eliminasi tarif impor sehingga

memberikan insentif bagi investor untuk meningkatkan investasinya. Baik Indonesia maupun EAEU mengalami peningkatan investasi di seluruh simulasi dimana persentase peningkatan investasi tertinggi terjadi pada Sim 6 (liberalisasi perdagangan penuh dengan penurunan tarif impor menjadi 0%) yaitu sebesar 0.0566% untuk Indonesia dan 0.0367% untuk EAEU.

Hasil simulasi juga menunjukkan dampak terhadap ekspor impor Indonesia konsisten dengan dampak terhadap kinerja perdagangan. Persentase peningkatan impor lebih tinggi dibandingkan dengan persentase peningkatan ekspor. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Oktaviani, Widyastutik & Amaliah (2010) untuk kasus dampak FTA di Indonesia. Adanya persentase perubahan kenaikan impor yang lebih tinggi dari persentase ekspor, mengakibatkan dampak negatif dalam neraca perdagangan (*trade balance*) Indonesia. Kinerja ekspor yang lebih rendah dari impor saat ini di duga dipengaruhi oleh Non Tarif Measures (NTM) suatu negara. Saat ini banyak negara yang memiliki NTM yang banyak untuk melindungi daya saing produk mereka,

di saat tarif bea masuk sudah semakin liberal.

Berdasarkan hasil perhitungan, peningkatan impor dan ekspor tertinggi terjadi pada Sim 6, dimana disimulasikan liberalisasi perdagangan penuh dengan penurunan impor menjadi 0%. Ketika liberalisasi perdagangan secara penuh diberlakukan hanya pada produk *unggulan* (Sim 2), kenaikan impor menduduki posisi kedua, selanjutnya disusul Sim 5, Sim 4, Sim 3 dan Sim 1. Sim 1 (penurunan tarif sebesar 50% untuk produk *unggulan*) dan Sim 3 (penurunan tarif sebesar 50% untuk seluruh produk) relatif tidak menyebabkan peningkatan laju impor seperti pada Sim 6, Sim 5, Sim 4 dan Sim 2. Seperti halnya Indonesia, laju pertumbuhan impor EAEU juga lebih tinggi dibandingkan dengan laju pertumbuhan ekspor. Walaupun arahnya sama, namun besarnya relatif lebih tinggi laju pertumbuhan ekspor dan impor Indonesia dibandingkan dengan EAEU.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Berdasarkan analisis TCI, tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia lebih tinggi dibandingkan ekspor Indonesia

terhadap struktur impor EAEU. Tingkat kesesuaian ekspor EAEU terhadap struktur impor Indonesia pada tahun 2015 sebesar 30,22%, lebih tinggi dibandingkan tingkat kesesuaian ekspor Indonesia terhadap struktur impor EAEU yang sebesar 26,97%. Hal ini menunjukkan EAEU memiliki kemampuan yang lebih baik untuk memenuhi permintaan impor Indonesia dibandingkan Indonesia memenuhi permintaan impor EAEU. Hasil analisis RSCA bilateral antara Indonesia dan EAEU menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing secara relatif di pasar EAEU pada sektor *animal; vegetable; foodstuffs; plastics/ rubber; raw hides; woods; textile; stone/glass; machinery; dan transportation*, sedangkan EAEU memiliki daya saing secara relatif di pasar Indonesia untuk *mineral products; chemical; metals; dan miscellaneous*.

Simulasi 3 merupakan alternatif kebijakan terbaik bagi Indonesia diantara lima simulasi lainnya dengan melihat dampak kerja sama perdagangan Indonesia dan EAEU terhadap makroekonomi. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan GDP sebesar 0,001%, kenaikan kesejahteraan USD 40,2 Juta,

peningkatan konsumsi 0,025%, kenaikan investasi 0,025% dan defisit neraca perdagangan sebesar 43,7% (relatif lebih kecil dibandingkan simulasi lainnya). Namun demikian, penurunan tarif sebesar 50% relatif pada keseluruhan kurang memberikan insentif bagi investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kebijakan perdagangan (dalam bentuk penurunan tarif) yang tidak disertai dengan kebijakan lain tidak akan mampu meningkatkan investasi di Indonesia.

Dalam simulasi tersebut diketahui persentase peningkatan permintaan tenaga kerja tidak terdidik lebih tinggi dibandingkan tenaga kerja terdidik. Hal ini mengimplikasikan sektor-sektor yang meningkat outputnya lebih didominasi sektor yang memiliki tenaga kerja tidak terdidik seperti sektor pertanian maupun industri pengolahan.

Indonesia perlu menjajaki kemungkinan kerjasama dengan EAEU dengan menggunakan alternatif pendekatan berupa eliminasi seluruh pos tarif dengan tingkat pemotongan tarif 50% (Sim 3). Eliminasi tarif ini dapat dilakukan secara bertahap dengan

mengakomodir kesiapan sektor di Indonesia.

Keseluruhan simulasi menunjukkan peningkatan impor Indonesia relatif lebih besar dibandingkan ekspor yang ditunjukkan dengan defisit neraca perdagangan, sehingga daya saing perlu ditingkatkan. Adopsi teknologi agar produksi efisien merupakan syarat mutlak agar Indonesia memperoleh benefit dalam kerja sama perdagangan Indonesia-EAEU.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Internasional atas semua masukannya, serta Ibu Widyastutik dan Ibu Syarifah Amaliah selaku tenaga ahli.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, R., Widyastutik. (2016). *Non-Tariff Barrier and Factors that Influence The Indonesian Cocoa Export to Europe*. Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol 5 (2) October 2016.
- Bakry, Umar Suryadi. (2017) *Perspektif Rusia tentang Hubungan Internasional Pasca Perang Dingin*. Bandung: Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan: Vol 13. No 1 tahun 2017.
- Balassa, B. (1965). *Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage*. Manchester School of Economic and Social Studies 33 99-123.

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2018). *Statistik Indonesia Tahun 2017*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- BPPK, Kementerian Luar Negeri. (2016). *Indonesia dan Asia Tengah: Sebuah Upaya Penguatan Diplomasi Ekonomi*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri.
- Brzezinski, Zbigniew. (1997). *A Geostrategy for Eurasia*. Foreign Affairs, Vol. 76, No. 5 (Sep. - Oct., 1997), pp. 50-64
- Central Intellegency Agency (CIA). (2017). Economic overview of Rusia, Belarusia, Armenia, Kazakhstan and Kyrgyzstan. Diunduh pada Februari 2017 dari <https://www.cia.gov>.
- Dewi, Rosita. (2011). *Konflik Rusia-Ukraina: Rentannya Stabilitas Energi Uni Eropa*. Jakarta: LIPI, Pusat Penelitian Politik.
- Dugis, Vinsensio. (2015). *Defining Eastern Europe*. Masyarakat Budaya Politik Rusia, Eropa Timur, Asia Tengah. Surabaya: Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Airlangga.
- Eurasian Economic Commission. (2017). Makro Ekonomi negara – negara Eurasia. Diunduh pada Januari 2018 melalui <http://www.eurasiancommission.org>.
- Feenstra, R., C. (2004). *Advanced Internasional Trade. Theory and Evidence*. Princenton University Pers.
- Habova, Antonina Ivanova. (2016). *Southeast Europe In The New Geopolitical Context*. IJASOS-International E-Journal of Advances in Social Sciences, Vol.II, Issue 4, April 2016.
- Hutabarat, Leonard F. (2017). *Eurasianisme dan Kebijakan Luar Negeri Rusia*. Bandung: Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan. Vol 13. No 1 tahun 2017.
- Itakura, K. (2014). *Impact of Liberalization and Improved Connectivity and Facilitation in ASEAN*. Journal of Asian Economics. Volume 35, pages 1-106 (December 2014).
- Itakura, K., Fukunaga, Y., & Ishono, I. (2013). *A CGE Study of Economic Impact of Accession of Hong Kong to ASEAN-China Free Trade Agreement*. ERIA Discussion Paper Series, ERIADP-2013-06.
- Oktaviani, R, Widyastutik, Amaliah, S. (2010). *Dampak FTA ASEAN-China terhadap Ekonomi Makro, Sektoral, Regional, dan Distribusi Pendapatan Indonesia*. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia, Desember 2010, hlm. 192-204.
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril. (2016). *Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional*. Bandung: Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan. Vol 12. No 1 tahun 2016
- Satitah, Dinar Okti Noor. (2016). *Implikasi Kerja sama Tiongkok-Rusia Terkait Upaya Menjaga Keamanan Energi Tiongkok*. Surabaya: Jurnal Analisis Hubungan Internasional, Vol. 5 No. 2, Juni 2016
- Siburian, Trisiska Apriani. (2016). *Kepentingan Rusia Dalam Kerjasama Antar Negara negara Laut Kaspia*. Riau : Jurnal Online Mahasiswa. Vol 3 No 2-Okt 2016.
- Stephenson, S.M. (1994). *The Uruguay Round and Its Benefit to Indonesia*. Ministry of Trade, The Republic of Indonesia, Jakarta.
- TradeMap. (2017). Data Ekspor dan Impor Indonesia dan Uni Eropa. Diunduh pada Januari 2016 melalui <http://www.trademap.org/>.
- Walsh, K. (2006). *Trade in Services: Does Gravity Hold? A Gravity Model Approach to Estimating Barriers to*

Services. Institute for International Integration Studies (IIIS), Discussion Paper, No 183/October 2006.

Walmsley, T.L, E. Ianchovichina (Eds.) (2012). *Dynamic Modeling and Applications for Global Economic*

Analysis. New York, NY: Cambridge University Press.

Yılmaz, Serdar. (2017). *Eurasian Economic Union: A Regional Economic Hegemony Initiative*. Journal of Eastern European And Central Asian Research Vol.4 No. 2 2017.

PEMANFAATAN KERJA SAMA INDONESIA-JEPANG *ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT* (IJEPA) DAN INDONESIA – PAKISTAN *PREFERENTIAL TRADE AGREEMENT* (IPPTA)

Utilization of Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) and Indonesia - Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA)

Endah Ayu Ningsih¹, Telisa Aulia Falianty², Fitri Tri Budiarti¹

¹Pusat Pengkajian Kerja sama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan-RI,
Jl.M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta, 10110, Indonesia

²Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Indonesia
Email: ayuningsih.endah@gmail.com

Naskah diterima: 10/02/2018; Naskah direvisi: 26/06/2018; Disetujui diterbitkan: 11/12/2018
Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi tingkat pemanfaatan *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) dan *Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement* (IPPTA) dalam ekspor dan impor Indonesia ke Jepang dan Pakistan. Tingkat pemanfaatan FTA untuk ekspor menggunakan rasio nilai perdagangan yang termuat dalam Surat Keterangan Asal (SKA) terhadap nilai ekspor ke negara mitra. Sedangkan tingkat pemanfaatan impor menggunakan rasio nilai impor produk yang memenuhi syarat terhadap total impor Indonesia dari negara mitra. Studi ini menemukan bahwa pemanfaatan IJEPA (2012-2016) cenderung menurun. Pada tahun 2016 tingkat pemanfaatan ekspor sebesar 47,2%. Sementara pemanfaatan IPPTA untuk ekspor ke Pakistan mengalami peningkatan yang signifikan sejak diimplementasi tahun 2013 dengan tingkat pemanfaatan ekspor sebesar 72,0% pada tahun 2016. Di sisi impor pemanfaatan IJEPA mencapai 67,7% sementara IPPTA hanya 18,8% (2016). Pemanfaatan impor IJEPA dan IPPTA relatif stagnan, jumlah perusahaan yang menggunakan SKA IJEPA sudah pada level jenuh, sementara pengguna SKA IPPTA masih tumbuh 18,2% per tahun. Bentuk PTA lebih memberikan dampak positif bagi peningkatan ekspor Indonesia ke negara mitra dibandingkan FTA yang komprehensif. Kebijakan melakukan FTA dalam bentuk *Economic Partnership* perlu disertai dengan kerja sama yang menjamin peningkatan perdagangan yang seimbang antar negara anggota.

Kata Kunci: Utilisasi FTA, IJEPA, IP-PTA

Abstract

This study aims to address the utilization level of The Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) and Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement (IPPTA). The level of FTA utilization for exports was measured by the ratio of trade value recorded in the Certificate of Origin (CoO) to Indonesia's export value to the related country. While the level of utilization of imports was defined by the ratio of the import value of eligible products to Indonesia's total imports from the related country. The study found IJEPA's utilization during 2012-2016 tended to decrease. In 2016, the level of utilization was about 47.2%. While IPPTA utilization for exports to Pakistan experienced a significant increase since it was implemented in 2013 with a rate of export utilization was 72.0% in 2016. On the import side, the level of utilization under IJEPA reached 67.7% while IPPTA was only 18.8% at the same period. In terms of the imports utilization level of both IJEPA and IPPTA, it was relatively stagnant, while the number of companies utilize IJEPA's CoO was saturated. In contrast, IPPTA's CoO users still grew at 18.2% per year. This study concluded PTA provides more positive impact on increasing Indonesia's exports to related countries than comprehensive FTAs. Thus, establishing an FTA in the form of an Economic Partnership needs to be followed with the cooperation that guarantees trade balance within the parties.

Keywords: FTA Utilization, IJEPA, IP-PTA

JEL Classification: F12, F13, F15

PENDAHULUAN

Free Trade Agreement (FTA) merupakan skema penurunan tarif di mana negara-negara anggota memiliki hak istimewa untuk memperoleh tingkat tarif kurang dari tingkat tarif *Most Favored Nation* (MFN) ketika melakukan ekspor ke mitra FTA mereka. Namun dalam prakteknya, beberapa produk yang memenuhi syarat untuk penurunan tarif di bawah skema FTA tidak benar-benar mendapatkan preferensi tarif seperti yang termuat dalam skema. Dalam pelaksanaan FTA yang sebenarnya, eksportir harus melakukan proses verifikasi untuk memperoleh tarif preferensi. Proses yang diperlukan untuk "memanfaatkan FTA" kadang-kadang membutuhkan biaya yang signifikan bagi eksportir sehingga eksportir memutuskan untuk tidak menggunakan preferensi FTA, dan dengan demikian harus membayar tingkat tarif MFN (Itaravitak et al., 2011).

Literatur tentang pemanfaatan perjanjian perdagangan bebas baru-baru ini berkembang pesat (Candau et.al, 2004; Takashi & Urata, 2008; Takashi & Urata, 2009; Keck & Lendle,

2012; Athukorala & Kohpaiboon, 2011; Itaravitak et.al, 2011; Kawai & Wignaraja, 2011; Hayakawa et.al, 2013a; Kawai & Wignaraja, 2013; Hayakawa et.al, 2014; Ing et.al, 2016) karena menjadi lebih penting untuk mendorong penggunaan FTA ditengah meroketnya jumlah-jumlah FTA yang terbentuk di seluruh dunia (Hayakawa, et al., 2013a). Menurut Okabe (2015) pemanfaatan FTA di ASEAN belum optimal untuk mempromosikan perdagangan antar negara ASEAN. Okabe (2015) menemukan masih terdapat permasalahan selain tarif seperti hambatan non tarif, fasilitas perdagangan antar anggota dan koordinasi Surat Keterangan Asal (SKA).

Dalam rangka meningkatkan akses pasar barang, Indonesia melakukan diplomasi perdagangan melalui *multitrack strategy* di fora multilateral, regional, dan bilateral. Melalui *multitrack strategy* ini, Indonesia telah memperkuat perannya di berbagai fora internasional, baik multilateral, yang bertumpu pada sistem perdagangan multilateral (WTO); regional, yang terfokus pada *Association of Southeast*

Asian Nations (ASEAN) dan *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC); dan bilateral, yang berorientasi pada peninjauan pengembangan *Comprehensive Economic Partnership* dan FTA. Saat ini Indonesia telah memiliki dua kerja sama perdagangan bilateral yaitu *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) dan *Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement* (IPPTA).

Sejak implementasi IJEPA tahun 2008, Indonesia seperti berhenti melakukan FTA bilateral dengan negara mitra dagang lainnya dan lebih memilih untuk melakukan FTA di bawah skema regional ASEAN. Kerja sama bilateral yang dilakukan Indonesia setelah IJEPA yaitu IPPTA yang memiliki cakupan liberalisasi lebih sedikit. Dengan demikian, sebagai contoh kerja sama perdagangan bilateral Indonesia yang sudah ada, kedua forum FTA ini memiliki karakteristik yang sangat berbeda. Pertanyaannya adalah apakah FTA yang komprehensif seperti IJEPA akan berpeluang untuk lebih dimanfaatkan oleh para pelaku usaha atau kerja sama *Preferential Trade Agreement* yang fokus pada produk-produk yang menjadi minat ekspor utama Indonesia yang justru dapat

dimanfaatkan secara optimal. Kajian ini mencoba menjawab pertanyaan tersebut dengan mengevaluasi tingkat pemanfaatan kedua forum FTA ini oleh pelaku usaha baik di sisi ekspor maupun di sisi impor.

METODE

Ada beberapa pendekatan untuk menghitung tingkat pemanfaatan FTA. Beberapa metode telah diusulkan dalam berbagai penelitian Candau et al., (2004) dan Inama (2003) menggunakan rasio cakupan FTA yang didefinisikan sebagai rasio pangsa nilai perdagangan untuk produk yang memenuhi skema FTA (*eligible product*) terhadap total perdagangan. Hayakawa et al., (2013a) mengukur pemanfaatan FTA melalui pangsa jumlah perusahaan pengguna. Lebih jauh Hayakawa (2014) menghitung akumulasi diagonal utilisasi FTA dan pengaruhnya terhadap *trade creation effect* pada FTA yang dilakukan oleh Jepang dan Thailand dalam kerangka bilateral dan multilateral.

Pada prinsipnya, ada dua pendekatan utama untuk menganalisis penggunaan FTA. Yang pertama dengan menggunakan catatan SKA dan yang kedua menggunakan metode survei terhadap perusahaan eksportir dan importir (Ing, et al, 2016). Masing-

masing memiliki aspek positif dan negatif. Pendekatan yang didasarkan pada SKA memiliki dua aspek positif. Pertama, metode ini menyediakan informasi tentang penggunaan rinci FTA dengan produk. Kedua, tidak ada masalah sampel bias. Namun tantangan utamanya adalah ketersediaan data. Selain itu, data penggunaan SKA tidak memberikan informasi tentang karakteristik perusahaan. Penelitian yang menggunakan pendekatan ini adalah Ratananarumitsorn et.al (2008) dan Athukorala & Kohpaiboon (2011).

Metode kedua untuk mengukur pemanfaatan FTA adalah dengan pendekatan survei seperti yang dilakukan oleh Takashi & Urata (2008), Wignaraja et.al (2009), Zhang (2010), Itaravitak (2011), Keck & Lendle (2012) dan Cheong (2014). Dua aspek positif utama dari pendekatan ini adalah, pertama, bahwa pendekatan ini menyediakan karakteristik perusahaan, yang memungkinkan kita untuk menganalisis bagaimana karakteristik perusahaan akan memengaruhi keputusan perusahaan untuk menggunakan FTA. Kedua, memungkinkan kita untuk mengamati motivasi untuk penggunaan FTA serta kendala pada penggunaannya.

Tantangan utama dari pendekatan survei adalah dari segi biaya dan waktu penelitian. Selain itu, ada masalah bias sampel dimana kualitas penelitian sangat bergantung pada strategi survei.

Untuk menghitung tingkat pemanfaatan IJEPA dan IPPTA penelitian ini akan menggunakan pendekatan yang didasarkan pada data penerbitan SKA sebagai ukuran pemanfaatan di sisi ekspor dengan mengikuti metode yang diusulkan oleh Ratananarumitsorn et.al (2008). Sementara untuk menghitung pemanfaatan di sisi impor menggunakan pendekatan *eligible product* dalam Inama (2003) dan Hayakawa et.al (2013a).

Untuk menghitung pemanfaatan FTA dari sisi ekspor digunakan data pemanfaatan SKA. Ratananarumitsorn et al., (2008), pemanfaatan FTA dengan menggunakan SKA didefinisikan sebagai rasio nilai ekspor yang dinyatakan dalam sertifikat SKA oleh eksportir untuk produk yang memperoleh preferensi tarif terhadap total ekspor semua produk yang layak memperoleh preferensi tarif. Pembilang, atau dalam hal ini adalah "nilai ekspor yang dinyatakan dalam sertifikat SKA" dapat diperoleh dari agregat nilai yang

tertera pada setiap SKA yang diajukan. Sementara itu, penyebut, atau "nilai ekspor produk yang layak memperoleh

preferensi tarif" diperoleh dari data BPS. Dengan demikian, pemanfaatan FTA dari sisi ekspor dinyatakan dengan:

$$\text{Utilisasi Ekspor} = \frac{\text{Nilai Ekspor yang Dinyatakan dalam SKA}}{\text{Total Ekspor Indonesia ke Negara Mitra}} \dots\dots\dots(1)$$

Kekurangan dari pendekatan ini adalah bahwa SKA di sisi eksportir kemungkinan akan gagal menerima tarif preferensi impor di negara mitra FTA. Dengan demikian angka tingkat pemanfaatan di sisi ekspor dengan pendekatan ini akan *overestimate* dari pemanfaatan yang terjadi di lapangan (Ratananarumitsorn et.al, 2008). Hayakawa et, al (2013b) menjelaskan bahwa selisih antara nilai yang tertera dalam SKA dengan realisasi ekspor berbanding positif terhadap tingkat volatilitas produk ekspor dan banyaknya pos tarif yang terdapat dalam kode *Harmonized System* (HS) 6 digit yang sama.

Selain menghitung pemanfaatan FTA dalam nilai ekspor, penelitian ini juga menganalisis perkembangan jumlah perusahaan yang memanfaatkan

kan preferensi FTA untuk ekspor mereka. Analisis ini memanfaatkan pendekatan statistik dari penerbitan SKA per perusahaan. Selanjutnya untuk menghitung pemanfaatan dari sisi impor, penelitian ini mengikuti apa yang disarankan oleh Inama (2003) dan Hayakawa et.al (2013a) di mana pemanfaatan FTA dihitung dengan rasio total nilai produk impor yang *eligible* terhadap total nilai impor. Definisi dari *eligible product* adalah produk yang memperoleh preferensi dan tingkat tarif preferensi lebih rendah dari tarif MFN. Untuk beberapa kasus, karena adanya penurunan tarif MFN secara *unilateral* memungkinkan tarif MFN menjadi lebih rendah dari tarif preferensi. Berdasarkan definisi tersebut, pemanfaatan FTA dari sisi impor dinyatakan dengan:

$$\text{Utilisasi Impor} = \frac{\text{Total Impor Produk Eligible}}{\text{Total Impor Indonesia dari Negara Mitra}} \dots\dots\dots(2)$$

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data realisasi penerbitan SKA IPPTA dan IJEPA per produk dan per perusahaan untuk tahun 2012-2016 yang bersumber dari Direktorat Fasilitasi, Kementerian Perdagangan. Data perdagangan ekspor dan impor diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS).

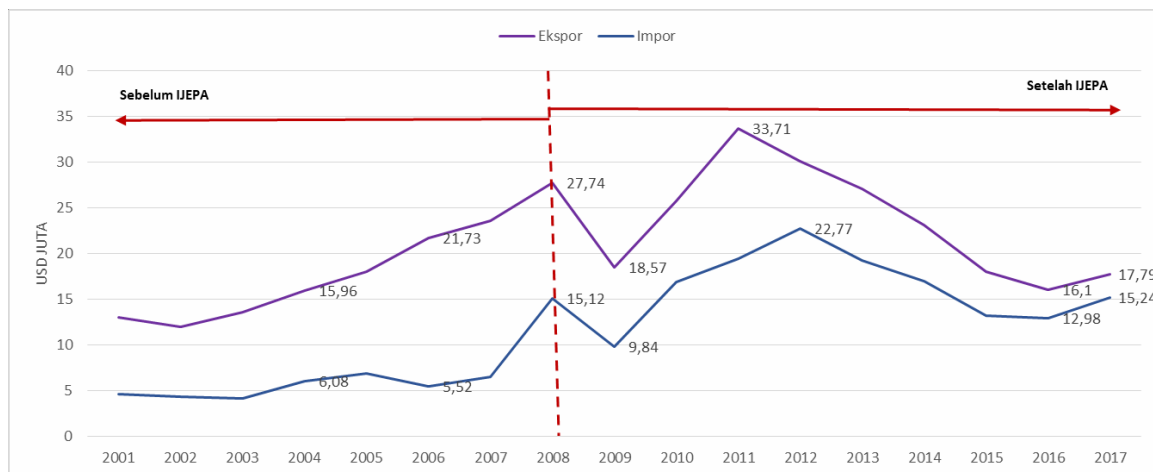
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN Perkembangan Perdagangan Indonesia-Jepang

IJEPA mulai berlaku pada 1 juli 2008 melalui *joint statement* Menteri Luar Negeri Jepang dan Menteri Perdagangan Indonesia yang dilakukan di Tokyo, Jepang. Tujuan dari pembentukan IJEPA diantaranya untuk mendorong kelancaran perdagangan barang dan jasa serta meningkatkan arus investasi dan *natural person* antara kedua negara. IJEPA juga meliputi kerja sama peningkatan kapasitas dalam area kerja sama yang saling menguntungkan seperti industri pengolahan, pertanian, kehutanan dan kelautan (*Ministry of Foreign Affairs of Japan*, 2018).

Berdasarkan komitmen yang tertuang dalam kesepakatan IJEPA, Indonesia akan menurunkan tarif untuk 11.171 pos tarif atau 93% dari total pos

tarif Indonesia (berdasarkan klasifikasi dalam Buku Tarif dan Bea Masuk Indonesia / BTBMI 2004) yang mewakili 93% nilai impor Indonesia dari Jepang pada tahun 2006. Sementara Jepang memberikan penurunan tarif untuk 9.275 pos tarif atau sekitar 90% dari total pos tarif Jepang yang mencakup 99% ekspor Indonesia ke Jepang.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada awal implementasi IJEPA, nilai ekspor Indonesia ke Jepang mengalami peningkatan dari USD 27,7 miliar pada tahun 2008 menjadi USD 33,7 miliar pada tahun 2011. Namun pada tahun-tahun selanjutnya ekspor Indonesia terus turun hingga menjadi USD 17,8 miliar pada tahun 2017. Impor Indonesia dari Jepang juga mengalami pola yang sama di mana peningkatan terjadi pada tahap awal implementasi dari USD 15,12 miliar pada tahun 2008 dan meningkat paling tinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar USD 22,77 miliar kemudian secara bertahap turun menjadi USD 15,24 miliar pada tahun 2017. Selama periode tersebut neraca perdagangan Indonesia masih surplus terhadap Jepang walaupun terus menurun tiap tahunnya, terutama ekspor migas ke Jepang yang penurunannya sangat drastis.



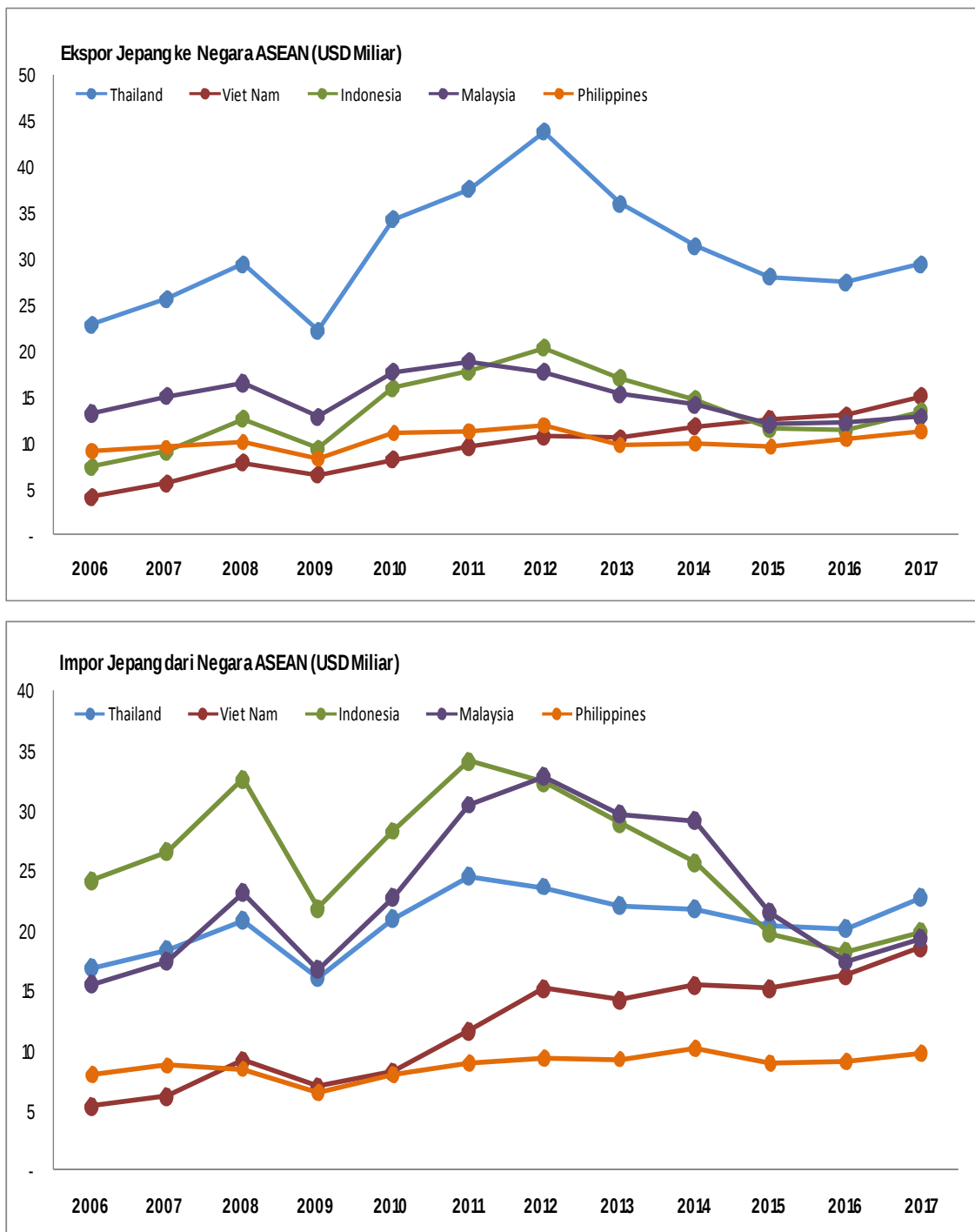
Gambar 1. Neraca Perdagangan Indonesia – Jepang, 2001-2017 (USD Juta)

Sumber: Trademap, (2018) diolah

Jika dicermati lebih lanjut kinerja perdagangan Jepang dengan Indonesia mencerminkan kinerja perdagangan Jepang secara umum. Gambar 2 menunjukkan bahwa ekspor Jepang ke negara ASEAN menurun pada tahun 2009 dan meningkat dengan puncak tertinggi pada tahun 2012 kemudian turun kembali hingga tahun 2017. Naik-turunnya ekspor Jepang juga dipengaruhi oleh kondisi perdagangan dunia pada saat yang sama (Ando & Kimura, 2012).

Dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, nilai impor Jepang dari Indonesia lebih tinggi sejak tahun 2006 hingga tahun 2013. Malaysia mulai mengambil pangsa impor Jepang sejak 2013 dan Thailand sejak 2015. Impor Jepang dari negara-negara ASEAN

pada umumnya merupakan barang elektronik, mesin dan sukucadangnya. Ekspor Jepang ke ASEAN juga didominasi oleh produk elektronik, mesin dan perlengkapannya selain juga produk sukucadang kendaraan. Struktur perdagangan Jepang dengan negara-negara ASEAN tersebut mencerminkan bahwa negara ASEAN dipilih oleh perusahaan-perusahaan Jepang untuk membentuk jaringan produksi internasional di kawasan Asia Timur (Kawai, 2011). Tahakashi dan Urata (2008 dan 2009) juga menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan Jepang yang terkait dengan *Foreign Direct Investment* (FDI) di negara mitra FTA lebih banyak memanfaatkan tarif preferensi FTA dibanding perusahaan lainnya.



Gambar 2. Ekspor dan Impor Jepang ke Negara-Negara ASEAN

Sumber: Trademap (2018), diolah.

Kerja sama IJEPA yang sangat liberal dan komprehensif dari cakupan dan kedalaman integrasi telah menarik minat peneliti untuk mengevaluasi

implementasinya. Ardiyanti (2015), Budiarti & Hastiadi (2015) dan Gocklas & Sulasmiyati (2017) menyimpulkan bahwa IJEPA memberi keuntungan bagi

ekspor Indonesia. Ardiyanti (2015) memanfaatkan data ekspor dan impor bulanan dari tahun 1990 hingga 2014 dan menemukan bahwa IJEPA secara signifikan mampu meningkatkan kinerja ekspor non migas Indonesia ke Jepang namun tidak untuk impor non migas Indonesia dari Jepang. Budiarti & Hastiadi (2015) menyimpulkan bahwa industri pengolahan Indonesia memanfaatkan tarif preferensi IJEPA untuk impor barang modal dan bahan baku yang kemudian menurunkan biaya produksi berupa *Price Cost Margin* (PCM). Skema IJEPA telah memperluas pangsa pasar ekspor industri pengolahan Indonesia.

Gocklas & Sulasmiyati (2017) juga menyimpulkan setelah implementasi IJEPA nilai perdagangan kedua negara mengalami peningkatan signifikan dibanding sebelum implementasi. Setiawan (2012) menganalisis dampak tidak langsung IJEPA terhadap pendapatan nasional dan pertumbuhan ekspor. Setiawan (2012) menyimpulkan bahwa Indonesia menerima manfaat yang lebih besar dari Jepang dalam hal naiknya kontribusi ekspor terhadap pendapatan nasional secara nominal dan persentase. Setiawan (2012) juga menyimpulkan tingkat pertumbuhan

ekspor Indonesia lebih tinggi dari pertumbuhan ekspor Jepang.

Perkembangan Perdagangan Indonesia – Pakistan

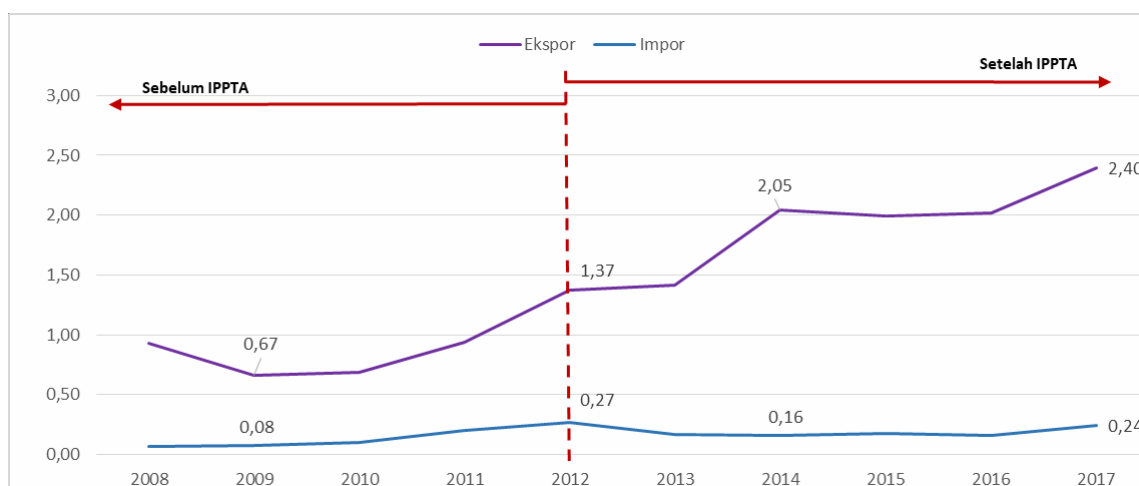
Berbeda dengan IJEPA, kerja sama Indonesia - Pakistan lebih sederhana dan hanya mencakup beberapa pos tarif yang diperdagangkan dalam bentuk IPPTA. Dalam IPPTA, disepakati bahwa Indonesia memperoleh preferensi akses pasar ke Pakistan sebanyak 313 pos tarif, sedangkan Pakistan mendapat preferensi akses pasar ke Indonesia sebanyak 232 pos tarif.

Implementasi IPPTA pada tahun 2013 mengakibatkan kenaikan ekspor Indonesia ke Pakistan sebesar 40% dari USD 1,4 miliar pada tahun 2013 menjadi USD 2 miliar pada tahun 2014. Ekspor Indonesia ke Pakistan didominasi oleh *Palm Oil* (HS 1511) dengan nilai ekspor pada tahun 2013 sebesar USD 800 ribu menjadi USD 1,3 juta pada satu tahun setelah implementasi. IPPTA ini telah menggeser dominasi Malaysia sebagai negara pemasok palm oil ke Pakistan.

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir total perdagangan antara Indonesia dengan Pakistan pada mengalami kenaikan rata-rata 8.97% pertahun. Ekspor Indonesia ke Pakistan

didominasi oleh produk non migas seperti *palm oil*, kelapa, briket, kendaraan dan aksesoris kendaraan, serat dan benang, kertas dan produk lainnya. Sementara itu, ekspor Pakistan ke Indonesia sebagian besar merupakan produk pertanian seperti beras, jeruk, kapas, tembakau dan ikan. Produk ekspor Pakistan ke Indonesia

lainnya adalah kertas, benang, kulit dan pakaian. Nilai ekspor Indonesia ke Pakistan tumbuh rata-rata 12% pertahun, sedangkan nilai impor meningkat rata-rata 10% pertahun. Neraca perdagangan Indonesia terhadap Pakistan selama periode 2012-2017 surplus dengan pertumbuhan 15% per tahun.



Gambar 3. Neraca Perdagangan Indonesia – Pakistan, 2008-2017 (USD Juta)

Sumber: Trademap (2018), diolah

Pemanfaatan Tarif Preferensi IJEPA dan IPPTA untuk Ekspor Indonesia

Literatur yang mengukur tingkat pemanfaatan FTA di Indonesia masih terbatas terutama yang menghitung pemanfaatan kerja sama IPPTA. Sitepu & Nurhidayat (2015) telah membandingkan pemanfaatan FTA Indonesia untuk ASEAN FTA (AFTA), ASEAN-China FTA (ACFTA); ASEAN-Korea FTA (AKFTA), ASEAN-India FTA

(AIFTA) dan IJEPA namun tidak menyertakan penelitiannya untuk IPPTA. Sitepu & Nurhidayat (2015) menemukan bahwa tingkat *coverage rate* dalam FTA Indonesia yang tinggi tidak diikuti oleh tingkat pemanfaatannya. Rata-rata *coverage rate* pada FTA yang dianalisis oleh Sitepu & Nurhidayat (2015) adalah di atas 90% namun rata-rata tingkat pemanfaatan FTAnyanya hanya 28%. Tingkat pemanfaatan paling tinggi

adalah pada ACFTA yaitu 35,98% diikuti oleh AKFTA 33,61%, IJEPA 32,65%, AFTA 30,43% dan yang paling rendah adalah AIFTA 6,05%.

Penelitian menunjukkan bahwa penurunan tarif tidak serta menjadi insentif bagi pengusaha untuk memanfaatkan tarif preferensi tersebut. Cheong (2014), Ing et.al (2016), Hayakawa et.al (2016), Takashi & Urata (2008 dan 2009), Zhang (2011) menemukan bahwa tingkat pemanfaatan FTA sangat ditentukan oleh karakteristik perusahaan. Hal ini terkait dengan biaya yang dikeluarkan dan tingkat kerumitan dalam proses penerbitan Surat Keterangan Asal atau SKA (Wignaraja et.al, 2009; Itaravitak, 2011; Keck & Lendle, 2012; dan Hayakawa & Laksanapanyakul, 2017). Tingkat pemanfaatan FTA juga bervariasi untuk produk ekspor (Cheong, 2014; Hayakawa et.al, 2016). Tingkat pemanfaatan ekspor Indonesia dalam kerangka IJEPA dalam periode 2012-2016 cenderung stagnan. Pada tahun 2012 pemanfaatan IJEPA untuk ekspor ke Jepang sebesar 47,7%. Pada tahun 2013 tingkat pemanfaatannya naik menjadi 59,7% namun setelah itu secara bertahap kembali pada tingkat 47,2% pada tahun 2016. Secara rata-

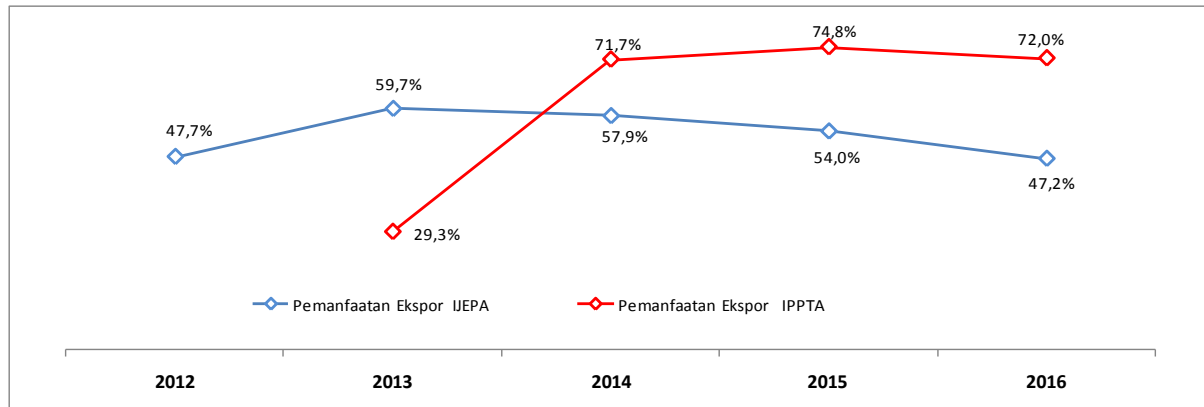
rata tingkat pemanfaatan ekspor dalam IJEPA turun sebesar 1,2% per tahun.

Rendahnya utilisasi FTA tidak hanya terjadi pada kasus IJEPA. Pada FTA yang lain seperti AFTA, ACFTA, dan AKFTA, tingkat pemanfaatan juga rendah. Menurut Sitepu & Nurhidayat (2015) beberapa penyebab yang mungkin menjadi penyebab rendahnya pemanfaatan FTA tersebut karena perbedaan yang tidak terlalu signifikan antara tarif MFN dan tarif preferensi; Prosedur yang harus dijalani untuk dapat menggunakan tarif preferensial dianggap cukup menyulitkan (*compliance cost* tinggi). Kesalahan identifikasi dalam sistem komputer pabean yang merekam data Pemberitahuan Impor Barang (PIB) dalam hal importasi menggunakan beberapa skema fasilitas.

Berbeda dengan IJEPA, tingkat pemanfaatan IPPTA selama 2013-2016 untuk ekspor Indonesia ke Pakistan mengalami pertumbuhan yang signifikan yaitu 31,6% per tahun. Pada tahun 2013 yaitu awal implementasi IPPTA, tingkat pemanfaatan untuk ekspor sebesar 29,3%. Angka tersebut terus meningkat pesat pada tahun 2013 menjadi 71,7%. Selanjutnya tingkat pemanfaatan IPPTA terus berada pada

level di atas 70%. Pemanfaatan IPPTA untuk ekspor ke Pakistan yang tinggi terutama digunakan untuk ekspor

produk *Crude Palm Oil* (CPO). Produk CPO mengalami peningkatan ekspor yang signifikan sejak IPPTA berlaku.



Gambar 4. Tingkat Pemanfaatan Tarif Preferensi untuk Ekspor Indonesia dalam Kerangka IJEPA dan IPPTA

Sumber: Hasil Perhitungan Penulis

Tingginya tingkat pemanfaatan IPPTA di sisi ekspor Indonesia didorong oleh ekspor minyak sawit yang berhasil memanfaatkan tarif preferensi ke Pakistan. IPPTA telah meningkatkan neraca perdagangan Indonesia dengan Pakistan dari surplus USD 1,2 miliar pada tahun 2013 menjadi surplus 2,2 miliar pada tahun 2017. Kebutuhan Pakistan akan minyak sawit Indonesia mendongkrak secara signifikan ekspor produk tersebut. Selain minyak sawit, beberapa produk ekspor utama Indonesia ke Pakistan mengalami kenaikan ekspor, antara lain buah pinang, batubara, kendaraan

penumpang, suku cadang kendaraan, dan serat stapel.

Pemanfaatan Preferensi IJEPA dan IPPTA untuk Ekspor Berdasarkan Produk

Menurut Cheong (2014) tingkat pemanfaatan FTA bervariasi antar sektor perdagangan. Hal ini didukung Hayakawa et.al (2016) yang menemukan bahwa biaya yang ditimbulkan untuk penerbitan SKA berbeda antar sektor industri sehingga skala perusahaan pada akhirnya menentukan apakah pengusaha akan memanfaatkan tarif preferensi atau tidak. Menurut Takashi & Urata (2008 dan 2009) tingkat

pemanfaatan tarif preferensi oleh perusahaan Jepang masih rendah dan perusahaan besar cenderung memiliki tingkat pemanfaatan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Rendahnya pemanfaatan tarif preferensi terjadi pada perusahaan Jepang yang berafiliasi di negara mitra karena perusahaan tersebut menggunakan insentif dari skema investasi.

Tabel 1 menggambarkan tingkat pemanfaatan IJEPA 20 sektor yang memiliki nilai penerbitan SKA paling tinggi. 20 sektor tersebut mewakili 56% dari total nilai ekspor yang tercantum dalam SKA. Rata-rata tarif yang berlaku dalam kerangka IJEPA sudah cukup rendah dan sudah 0%. Hanya *footwear* dan produk *coffee, tea, mate and spices* yang memiliki tarif masing-masing 2,78% dan 0,77%.

Tabel 1. Pemanfaatan Tarif Preferensi IJEPA Untuk Ekspor Berdasarkan Produk

HS 2 digit	Deskripsi	Nilai SKA 2016 (USD Juta)	Rata-rata Tarif IJEPA per2016	Pemanfaatan FTA 2012	Pemanfaatan FTA 2016	Keterangan
26	Ores, slag and ash	464,78	-	60	36	↓
44	Wood and articles of wood	375,62	-	46	50	↑
39	Plastics	372,45	0,00	88	91	↑
3	Fisheries	302,73	-	60	73	↑
64	Footwear	217,77	2,76	71	71	↔
62	Apparel not knited	209,89	-	70	61	↓
61	Apparel knited	186,79	-	76	61	↓
29	Organic chemicals	180,97	0,02	85	85	↔
15	Animal,vegetable fats and oil	176,61	-	91	95	↑
55	Manmade staple fibres	157,40	-	96	94	↓
52	Cotton	107,76	-	90	94	↑
94	Furniture	80,29	-	33	43	↑
28	Inorganic chemicals	76,27	-	89	93	↑
54	Manmade filaments	69,15	-	91	79	↓
9	Coffee, tea, mate and spices	63,09	0,77	47	55	↑
38	Miscellaneous chemical products	61,60	-	93	87	↓
63	Other made textile articles	58,28	-	93	88	↓
16	Meat, fish and seafood food preparations nes	58,23	-	48	48	↔
56	Wadding, felt, nonwovens, yarns, twine, cordage	37,97	-	93	95	↑
14	Vegetable plaiting materials	35,51	-	99	100	↑

Sumber : Hasil kalkulasi penulis

Sektor yang paling tinggi nilai pengajuan ekspor dalam SKA adalah *Ores and, Slag and ash; Wood and article of woods*; dan *plastics*. Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai pengajuan ekspor dalam SKA yang tinggi tidak harus diikuti oleh nilai pemanfaatan yang tinggi pula. Misalnya pada *Ores, slag and ash* pemanfaatannya hanya 36% walaupun nilai pengajuan SKA-nya merupakan yang paling tinggi. Sementara *vegetable plating materials* memiliki tingkat pemanfaatan IJEPA sebesar 100%.

Sebagian sektor perdagangan mengalami kenaikan tingkat pemanfaatan IJEPA seperti *wood, plastic, fisheries, animal and vegetable fats and oil*. Kenaikan tingkat pemanfaatan tarif preferensi adalah hal yang seharusnya, mengingat margin preferensi yang menurun tiap tahun (Keck & Lendle, 2012). Namun demikian beberapa sektor perdagangan mengalami penurunan tingkat pemanfaatan IJEPA seperti *Ores, slag and ash, apparel, manmade staple fibres, manmade filament, chemical product* dan *other made textile*. Menurut Keck & Lendle (2012) salah satu faktor perubahan tingkat pemanfaatan FTA adalah perubahan pada nilai

perdagangannya. Namun hipotesis itu tidak terjadi pada produk *ores slag and ash, apparel*, dan *man made textile*.

Tabel 2 menunjukkan produk ekspor Indonesia ke Pakistan yang menggunakan SKA untuk melakukan ekspornya. Dapat dilihat bahwa *Animal, vegetable fats and oil* memiliki nilai pemanfaatan IPPTA yang tertinggi sebesar USD 1,1 miliar dollar. Tingkat pemanfaatannya pun meningkat tajam dari hanya 38% pada tahun 2013 menjadi 89% pada tahun 2016. Peningkatan penggunaan IPPTA juga terjadi pada sebagian besar produk ekspor unggulan Indonesia ke Pakistan. Hanya beberapa produk saja yang tingkat pemanfaatan IPPTA-nya mengalami penurunan, seperti *Miscellaneous manufactured articles Tanning, dyeing extracts*, dan *Lac, gums, resins, vegetable saps and extracts nes*.

Dalam kasus IPPTA cakupan produk Indonesia yang mendapat preferensi di Pakistan hanya 313 pos tarif namun produk tersebut merupakan ekspor unggulan Indonesia ke Pakistan. Pada tahun 2016 jumlah produk yang diajukan penerbitan SKA ke Pakistan sebanyak 193 produk. Pada Tabel 3, 20 produk dengan nilai pengajuan SKA

tertinggi telah mewakili 99% total nilai SKA IPPTA. SKA minyak sawit sendiri sudah mencakup 90% nilai total SKA.

Tabel 2 mengkonfirmasi pemanfaatan IPPTA didominasi oleh produk minyak sawit Indonesia ke Pakistan.

Tabel 2. Pemanfaatan Preferensi IP-PTA untuk Ekspor (Sektor), 2013-2016

HS 2 digit	Deskripsi	Nilai SKA 2016 (USD)	Pemanfaatan FTA 2013	Pemanfaatan FTA 2016	Keterangan
15	Animal,vegetable fats and oil	1.161,1	38	89	↑
48	Paper and paperboard	30,5	6	70	↑
8	Edible fruit, nuts	23,4	10	17	↑
40	Rubber and articles thereof	20,5	34	75	↑
18	Cocoa and cocoa preparations	12,4	14	95	↑
9	Coffee, tea, mate and spices	8,6	30	48	↑
38	Miscellaneous chemical products	8,1	35	62	↑
27	Mineral fuels, oil	5,0	33	24	↑
34	Soaps, lubricants, waxes, candle	3,2	5	16	↑
29	Organic chemicals	2,3	20	29	↑
33	Essential oils, perfumes, cosmetics, toileteries	1,8	1	32	↑
39	Plastics and articles thereof	1,6	52	72	↑
55	Manmade staple fibres	1,5	1	7	↑
23	Residues, wastes of food industry	1,4	10	15	↑
96	Miscellaneous manufactured articles	0,7	16	12	↓
32	Tanning, dyeing extracts	0,6	34	16	↓
69	Ceramic products	0,4	11	46	↑
21	Miscellaneous edible preparations	0,3	60	93	↑
13	Lac, gums, resins, vegetable saps and extracts nes	0,3	32	30	↓
52	Cotton	0,2	-	54	↑

Sumber : Hasil Kalkulasi Penulis

Pertumbuhan Perusahaan Pengguna SKA

Secara nasional jumlah perusahaan yang menerbitkan SKA preferensi FTA di Indonesia pada tahun 2012 sebanyak 6.325 perusahaan dan meningkat di tahun 2016 sebanyak 7.208 perusahaan. Pertumbuhan jumlah perusahaan yang menerbitkan

SKA dalam periode 2012-2016 adalah 3,3% per tahun. Jika dibandingkan tahun 2015, peningkatan jumlah perusahaan yang menggunakan SKA tahun 2016 meningkat 2,65%. Menurunnya pertumbuhan jumlah perusahaan yang menggunakan SKA preferensi menjadi indikasi dari jumlah pertumbuhan perusahaan eksportir

yang juga menurun atau pemanfaatan SKA oleh perusahaan sudah memasuki titik jenuhnya.

Perusahaan atau eksportir yang mengajukan penerbitan SKA untuk skema IJEPA sudah cukup banyak jika dibandingkan dengan skema IPPTA. Hal tersebut dikarenakan cakupan produk dalam komitmen IJEPA jauh lebih luas dari pada IPPTA. Selain itu, IJEPA sudah cukup lama diimplementasikan sehingga eksportir sudah cukup paham dengan keberadaan IJEPA. Namun demikian pertumbuhan pengguna SKA IJEPA selama 2012-2016 relatif rendah yaitu 2,6% per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna skema IJEPA sudah pada level jenuh. Pertumbuhan jumlah perusahaan pengguna skema IPPTA masih tumbuh 18,2% per tahun.

Sebaran perusahaan pengguna SKA IJEPA terkonsentrasi pada wilayah

Jakarta sebanyak 614 perusahaan, Jawa Timur (398), Jawa Barat (392), Jawa Tengah (227), Bali (100), Jogjakarta (80) dan Sumatera Utara (78). Dengan demikian, pemanfaatan IJEPA masih didominasi perusahaan-perusahaan di pulau Jawa dengan hampir 80% dari total perusahaan yang mengajukan SKA IJEPA secara nasional. Sementara itu perusahaan yang mengajukan SKA IPPTA paling banyak di Jakarta sebanyak 78 perusahaan, Jawa Timur 61 perusahaan dan Sumatera Utara sebanyak 58 perusahaan. Jika dilihat dari nilai ekspor yang diajukan dalam SKA, daerah yang paling tinggi nilai ekspor menggunakan SKA IPPTA adalah Dumai (salah satu daerah di Sumatera) dengan jumlah perusahaan sebanyak 15 dan nilai ekspor USD 568 juta atau 39% dari total ekspor dengan SKA IPPTA.

Tabel 3. Pertumbuhan Perusahaan Pengguna SKA Periode 2012-2016

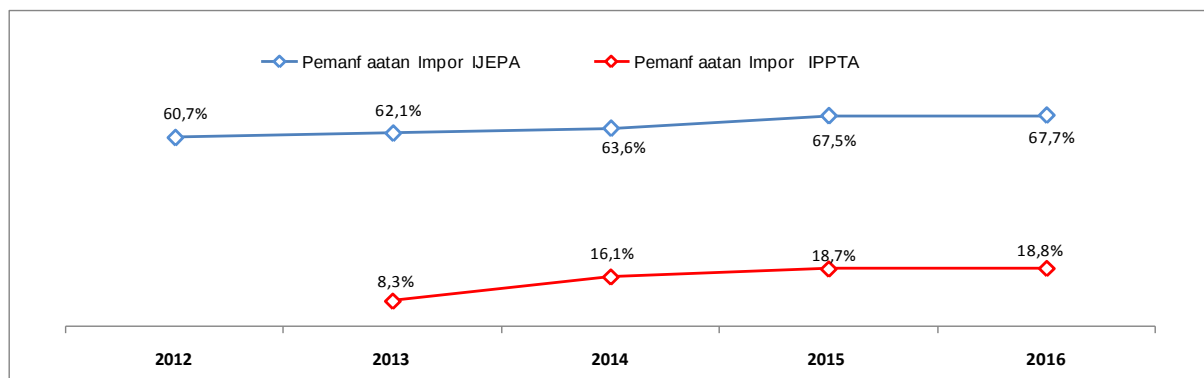
Tahun	Jumlah Perusahaan yang Menggunakan SKA Ekspor	
	IJEPA	IP PTA
2012	1.792	
2013	1.889	169
2014	1.97	283
2015	1.98	305
2016	1.986	288
Pertumbuhan 2012-2016 (%)	2,60%	18,20%

Sumber : Hasil Kalkulasi Penulis

Pemanfaatan Tarif Preferensi IJEPA dan IPPTA dalam Impor Indonesia

Pemanfaatan IPPTA di sisi impor masih rendah rata-rata 15% per tahun (2012-2016). Namun, pertumbuhan pemanfaatannya tumbuh rata-rata 30% per tahun dalam periode yang sama. Pada tahun 2013 pemanfaatan impor yang menggunakan skema IPPTA hanya sebesar 8,3%, terus meningkat hingga tahun 2016 menjadi 18,8%.

Sementara itu pemanfaatan impor dengan skema IJEPA di sisi impor selama periode 2012-2016 meningkat sekitar 3% dari angka 60,7% pada tahun 2012 menjadi 67,7% per tahun. Rata-rata pemanfaatan IJEPA untuk impor selama 2012-2016 adalah 64,3%. Dilihat dari nilai utilisasi impor yang cenderung naik, hal ini menunjukkan importir semakin memanfaatkan fasilitas perjanjian perdagangan.



Gambar 5. Nilai Utilisasi Impor Indonesia dalam IP-PTA dan IJEPA, 2012-2016 (%)

Sumber: Hasil kalkulasi penulis

Pemanfaatan Preferensi IJEPA dan IPPTA untuk Impor Berdasarkan Produk

Cakupan produk yang memperoleh preferensi IJEPA cukup luas yaitu mencapai 93% dari total pos tarif Indonesia. Tabel 4 memuat produk dalam HS 2 digit (*chapter*) yang memiliki nilai impor Indonesia dari Jepang yang

paling tinggi. Rata-rata tarif Indonesia untuk Jepang dalam kerangka IJEPA sudah relatif rendah bahkan 0% seperti *tanning, dyeing extract; manmade staple fibres; paper and paperboard; manmade filaments; soaps, lubricants, waxes, candles; miscellaneous article of base metal*. Produk yang lainnya juga memiliki rata-rata tarif yang hampir nol.

Tabel 4. Pemanfaatan Tarif Preferensi IJEPA dalam Impor Indonesia Berdasarkan Produk

HS 2 digit	Deskripsi	Rata-rata Tarif dalam Kerangka IJEPA	Nilai Impor Eligible Produk 2016 (USD Juta)	Pemanfaatan FTA 2012	Pemanfaatan FTA 2016	Keterangan
84	Machinery	0,1	2.558,0	74,9	76,3	↑
87	Vehicles other than railway	1,7	1.609,8	98,7	99,8	↑
85	Electrical, electronic equipment	0,2	882,1	50,6	57,7	↑
39	Plastics and articles thereof	1,7	639,4	92,0	90,0	↓
40	Rubber and articles thereof	0,2	438,2	100,0	100,0	↔
72	Iron and steel	9,5	414,2	22,7	28,7	↑
90	Optical, photo, technical, medical	0,1	323,9	87,8	87,2	↓
29	Organic chemicals	0,0	207,5	62,1	70,0	↑
73	Articles of iron or steel	7,6	195,8	28,9	32,4	↑
38	Miscellaneous chemical products	0,1	175,0	96,7	92,7	↔
32	Tanning, dyeing extracts	-	97,7	54,2	54,0	↓
55	Manmade staple fibres	-	91,9	65,5	74,0	↑
28	Inorganic chemicals	0,1	90,9	82,5	83,0	↑
48	Paper and paperboard	-	77,0	99,8	99,9	↑
68	Stone, plaster, cement, asbestos, mica	0,7	69,7	100,0	100,0	↔
81	Other base metals	0,7	63,3	92,8	97,0	↑
54	Manmade filaments	-	56,4	100,0	100,0	↔
76	Aluminium and articles thereof	0,2	56,2	88,8	87,3	↓
34	Soaps, lubricants, waxes, candles	-	56,1	74,3	74,5	↑
83	Miscellaneous articles of base metal	-	53,3	100,0	100,0	↔

Sumber: Hasil kalkulasi penulis

Berdasarkan kelompok produk HS 2 digit pemanfaatan IJEPA untuk beberapa produk cukup tinggi yaitu di atas 90% seperti *vehicle; plastic; rubber and article thereof; mescellaneous*

chemical product; paper; other base metal; manmade filaments; dan miscellaneous article of base of metal. Hampir semua produk juga mengalami peningkatan pemanfaatan IJEPA.

Tabel 5. Pemanfaatan Tarif Preferensi IPPTA dalam Impor Indonesia Berdasarkan Produk

HS 2 digit (Chapter)	Deskripsi	Rata-rata Tarif Indonesia untuk Pakistan	Nilai Impor Eligible Produk (USD Ribu)	Pemanfaatan IPPTA 2013	Pemanfaatan IPPTA 2016	Keterangan
40	Rubber and articles thereof	5,0	5.238,1	16,6	17,2	↑
73	Articles of iron or steel	3,6	4.618,1	80,5	60,4	↓
32	Tanning, dyeing extracts	-	3.504,4	65,6	70,2	↑
24	Tobacco and manufactured	9,5	2.231,4	14,6	100,0	↑
54	Manmade filaments	4,8	1.093,5	53,3	32,8	↓
33	Essential oils	5,0	969,3	7,1	10,8	↑
19	Cereal, flour, starch, milk preparation	3,1	776,5	43,3	31,5	↓
55	Manmade staple fibres	3,8	592,4	0,2	0,6	↑
84	Machinery, nuclear reactors, boilers, etc	1,3	462,6	2,1	4,9	↑
58	Special woven or tufted fabric	2,5	449,9	99,9	99,6	↓
52	Cotton	1,5	446,3	1,3	19,6	↑
96	Miscellaneous manufactured articles	9,0	113,3	0,1	0,8	↑
08	Edible fruit, nuts	-	1,9	0,03	0,00	↓
82	Tools, implements, cutlery	4,3	0,5	-	0,1	↑
61	Articles of apparel knit	7,0	0,4	6,0	0,1	↓
50	Silk	2,5	0,3	-	100,0	↑
42	Articles of leather	4,4	0,1	-	86,3	↑

Sumber : Hasil kalkulasi penulis

Jumlah produk impor Indonesia asal Pakistan yang diberikan tarif preferensi dalam kerangka IPPTA sebanyak 232 pos tarif. Produk tersebut tersebar dalam 31 *chapter* (HS 2 digit) namun yang memiliki nilai impor Indonesia dari Pakistan hanya sebanyak 17 *chapter*. Selama periode 2013-2016 impor Indonesia dari Pakistan tidak mengalami lonjakan yang berarti seperti yang terjadi pada sisi ekspor Indonesia ke Pakistan. Bahkan nilainya cenderung turun sebesar 1%.

Produk yang mengalami peningkatan impor diantaranya adalah *tanning*; *manmad filaments*; *manmade staple fibres*; *edible fruits*; *tools, implements, cutlery*; dan *article of apparel knitted*. Produk yang lainnya justru mengalami penurunan nilai impor dari Pakistan. Mencermati kinerja impor Indonesia dari Pakistan untuk produk *eligible* yang memperoleh preferensi terlihat bahwa dampak IPPTA lebih banyak mendorong ekspor Indonesia dibandingkan ekspor Pakistan.

Tingkat pemanfaatan IPPTA berdasarkan produk secara umum juga relatif rendah. Produk *rubber and article thereof* yang memiliki nilai impor paling tinggi hanya memiliki tingkat pemanfaatan IPPTA 17,2%. Tingkat pemanfaatan *edible fruits* dalam skala agregat HS 2 digit bahkan tingkat pemanfaatannya hampir 0%. Hal tersebut karena untuk produk buah impor Indonesia dari Pakistan lebih banyak untuk produk yang tidak mendapat preferensi seperti kurma, apricot dan pisang. Sementara produk buah dalam HS 08 yang memperoleh preferensi IPPTA hanya jeruk.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

IJEPA merupakan kerja sama perdagangan bebas yang sangat komprehensif dengan cakupan liberalisasi produk pada hampir semua pos tarif dibandingkan dengan IPPTA yang hanya meliberalisasi pos tarif tertentu yang menjadi prioritas dalam perdagangan bilateral Indonesia dan Pakistan. Melihat tingkat pemanfaatannya, Indonesia belum secara optimal memaksimalkan skema IJEPA dalam eksponya. Terdapat gap yang negatif dari pemanfaatan ekspor terhadap impor dengan tren yang terus

meningkat. Hal ini akan berdampak pada neraca perdagangan bilateral di masa yang akan datang. Pemerintah perlu mengambil langkah kebijakan yang dapat mengoptimalkan pemanfaatan preferensi IJEPA untuk mendorong ekspor Indonesia ke Jepang dan memperbaiki neraca perdagangan.

Sementara itu, walaupun IPPTA merupakan kerja sama perdagangan bebas yang hanya dalam bentuk tarif preferensi untuk produk tertentu tetapi tingkat pemanfaatannya lebih tinggi di sisi Indonesia dibandingkan Pakistan. Dampak IPPTA telah mendongkrak neraca perdagangan Indonesia terhadap Pakistan. Jumlah perusahaan pengguna skema IPPTA juga masih meningkat signifikan.

Melihat hasil yang sangat berbeda dari pemanfaatan IJEPA dan IPPTA nampaknya kerja sama dalam bentuk *Preferential Trade Agreement* (PTA) lebih sesuai untuk Indonesia dibandingkan kerja sama dalam bentuk perjanjian perdagangan yang komprehensif seperti IJEPA. Hal tersebut karena cakupan produk yang diliberalisasi dalam PTA dipilih sedemikian sehingga merupakan produk yang menjadi prioritas utama dalam meningkatkan perdagangan di

negara mitra FTA. Sementara itu IJEPA mencakup hampir seluruh produk yang diperdagangkan sehingga produk-produk yang tidak memiliki daya saing juga harus berkompetisi dengan produk yang berasal dari Jepang.

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil studi adalah kerja sama perdagangan Indonesia dalam kerangka bilateral sebaiknya dilakukan dalam bentuk kerja sama preferensi pengurangan tarif atau *Preferential Trade Agreement* (PTA) untuk produk yang menjadi unggulan Indonesia. Kerja sama PTA terbukti dapat mendorong ekspor dan tingkat pemanfaatan yang lebih tinggi dibandingkan FTA yang lebih komprehensif. Pembentukan kerja sama *Economic Partnership* seperti IJEPA perlu disertakan pula kerja sama yang menjamin peningkatan perdagangan dan pemanfaatan preferensi yang seimbang antara negara anggota. Pemerintah juga perlu mendorong para pelaku usaha dalam memanfaatkan FTA Indonesia yang sudah ada agar lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Kepala Pusat Pengkajian Kerja sama Perdagangan Internasional yang telah mengizinkan penulis untuk

menyusun kajian ini dalam Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada tim Puska KPI: Deky Paryadi, dan Wibowo Kurniawan atas kontribusinya dalam penulisan kajian Pemanfaatan Perundingan Perdagangan Internasional Indonesia. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Risna Triandhari, SE, M.SE atas masukannya dalam penyusunan studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ando, M. Kimura, F. (2012). How Did the Japanese Exports Respond to Two Crises in the International Production Network?: The Global Financial Crisis and the East Japan Earthquake. *ASEAN Economic Journal*, Volume 26(3), Halaman 261-287
- Ardiyanti, S.T. (2015). Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia-Jepang (IJEPA) Terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral. *Buletin Ilmiah Litbang perdagangan*, Vol: 9(2), halaman 129-15
- Athukorala, P.C. & A. Kohpaiboon. (2011). 'Australia-Thailand Trade: Has the FTA Made a Difference?', *Australia National University Working Papers in Trade and Development No. 2011/12*, Canberra: ANU.
- Budiarti, F.T & Hastiadi, F.T. (2015). Analisis Dampak Indonesia Japan Economic Partnership Agreement terhadap Price-Cost Margins Industri Manufaktur Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol: 15(2), Halaman 192-209
- Candau, O., Carrare, C., De Melo, J., & Tumurchudur, B. (2004). The Utilization Rate of Preferences in the

- EU. Paper presented at the 7th Global Economic Analysis Conference, Washington D.C., 17-19 June 2004.
- Cheong, I. (2014). Korea's Policy Pavlage for Enhancing its FTA Utilization and Implications for Korea's Policy. Eria Discussion Paper Series ERIA-DP-2014-11.
- Gocklas C.S, L. Sulasmiyati, Sri. (2017). Analisis Pengaruh Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) Terhadap Nilai Perdagangan Indonesia-Jepang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol: 5(5), halaman 191- 200
- Hayakawa, K., Laksanapanyakul, N., & Shiino, K. (2013a). Some Practical Guidance for the Computation of Free Trade Agreement Utilization Rates. IDE Discussion Paper No. 438.
- Hayakawa, K., Laksanapanyakul, N., & Shiino, K. (2013b). FTA Utilization: Certificate of Origin Data Versus Customs Data. Institute of Developing Economies (IDE) Discussion Paper No 428
- Hayakawa, K. (2014). Impact of diagonal cumulation rule on FTA utilization: Evidence from bilateral and multilateral FTAs between Japan and Thailand. Journal of the Japanese and International Economies, Volume 32, halaman 1-16.
- Hayakawa, K., Kim, Hansung., Lee, Hyun-Hoon. (2014). Determinants on Utilization of Korea-ASEAN Free Trade Agreement: Margin Effect, Scale Effect, and ROO effect. World Trade Review, Volume 13(3), halaman 499-515.
- Hayakawa, K., Laksanapanyakul, N., Urata, S. (2016). Measuring the Cost of FTA Utilization: Evidence from Transaction-Level Import Data of Thailand. Review of World Economics, Volume 152(3), Halaman 559-575.
- Hayakawa, K. Laksanapanyakul, N. (2017). Impacts of Common Rules of Origin on FTA Utilization. International Economics and Economic Policy, Volume 14(1), halaman 75-90.
- Inama, S. (2003). Trade Preferences and the World Trade Organization Negotiations on Market Access. Journal of World Trade, 37 (5), 959-979
- Ing, Lili Yan., Urata, S., Fukunaga, Y. (2016). How Do Exports and Imports Affect the Use of Free Trade Agreements? Firm-level Survey Evidence from Southeast Asia, ERIA Discussion Paper Series, ERIA-DP-2016-01.
- Itaravitak, C., Mudkum, C., Panpheng, K. (2011). Rules of Origin and Utilization of Free Trade Agreements: An Econometric Analysis. TDRI Quarterly Review
- Kawai, M. & G. Wignaraja. (2011). Asia's Free Trade Agreements: How is Business Responding? Cheltenham (UK): Edward Elgar.
- Kawai, M., Wignaraja, G. (2013). Patterns of Free Trade Areas in Asia. East West Center, Honolulu (Hawaii)
- Keck, Alexander & Lendle, Andreas. (2012). "New evidence on preference utilization," WTO Staff Working Papers ERSD-2012-12, World Trade Organization (WTO), Economic Research and Statistics Division.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. (2018). Joint Press Statement on the Occasion of the entry into force of the Agreement between Japan and the Republic of Indonesia for an Economic Partnership. Dipetik Juni 2018 dari MOFA: <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/joint0807.html>
- PBC. (2015). An Analysis Of The Pakistan-Indonesia Pta & A Framework For Negotiating The Pakistan-Indonesia FTA.
- Okabe, Misa. (2015). 'Impact of Free Trade Agreements on Trade in East Asia',

- ERIA Discussion paper Series, ERIA-DP-2015-01
- Ratananarumitsorn, T., T. Piyanirun, & Laksanapanyakul. (2008). "Utilization of Free Trade Agreement Preferences: The Case of Thai Agricultural Export", *TDRI Quarterly Review* (September), pp. 11-18
- Setiawan, S. (2012). Analisis Dampak IJEPA Terhadap Indonesia dan Jepang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol: 17(2).
- Sitepu, E.M.P., Nurhidayat, R. (2015). Mengukur Tingkat Pemanfaatan FTA yang telah dilakukan Indonesia: Studi Kasus dengan Menggunakan FTA Preferences Indicator. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, Volume 19, No.3 halaman 284-298.
- Takahashi, K., & Urata, S. (2008). On the use of FTAs by Japanese firms (Discussion Paper No. 08-E-002). Tokyo: Research Institute of Economy, Trade, and Industry.
- Takahashi, K., & Urata, S. (2009). On the use of FTAs by Japanese firms: Further Evidence. Discussion Paper Series No. 09-E-028. Tokyo: Research Institute of Economy, Trade, and Industry.
- Wignaraja, G. Lazaro, D. De Guzman, Genevieve. (2009). Factors Affecting Use or Nonuse of Free Trade Agreements in the Philippines. *Philippines Journal of Development*, Vol: 36(2), halaman 69-95.

DAYA SAING EKSPOR TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL INDONESIA DAN VIETNAM KE AMERIKA SERIKAT DAN REPUBLIK RAKYAT TIONGKOK

Export Competitiveness of Textiles and Textile Products of Indonesia and Vietnam to the United States of America and People's Republic of China

Ragimun

Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan-RI
Jl. Dr. Wahidin No. 1, Jakarta Pusat 10710, Indonesia

Email: ragimun@gmail.com

Naskah diterima: 06/04/2017; Naskah direvisi: 25/05/2017; Disetujui diterbitkan: 12/11/2018

Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) adalah produk ekspor utama Indonesia dan Vietnam. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor TPT Indonesia dan Vietnam di pasar AS dan RRT. Metode yang digunakan adalah *Constant Market Share Analysis* (CMSA), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan Model Ekonometrika (*Fixed Effect Model*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk TPT Indonesia dan Vietnam tidak mempunyai daya saing kuat di pasar RRT, tetapi keduanya memiliki daya saing kuat di pasar AS. Pengembangan ekspor TPT Vietnam lebih terkonsentrasi di pasar RRT, sedangkan Indonesia lebih terkonsentrasi di pasar AS. TPT Indonesia mampu beradaptasi di pasar RRT dan AS, sedangkan TPT Vietnam hanya mampu beradaptasi di pasar RRT. Daya saing TPT Indonesia dan Vietnam di pasar AS dan RRT sangat dipengaruhi oleh Penanaman Modal Asing (PMA) manufaktur negara asal. Daya saing TPT Indonesia sangat dipengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB) negara tujuan, sedangkan Vietnam sangat dipengaruhi oleh faktor nilai tukar riil, tarif, PDB negara tujuan dan PMA manufaktur Vietnam. Untuk meningkatkan daya saing ekspor TPT, Indonesia perlu memperhatikan PMA manufaktur negara asal dan PDB negara tujuan.

Kata Kunci : Tekstil dan Produk Tekstil (TPT), Daya Saing, Ekspor

Abstract

Textile and Textile Product (TPT) are the main export products of Indonesia and Vietnam. This study examined the competitiveness of Indonesian and Vietnamese TPT in the US and PRC markets by using the CMSA, RCA methods and the Fixed Effect Model. The result showed TPT products from Indonesia and Vietnam do not have strong competitiveness in the PRC market, but they are highly competitive in the US market. The TPT export from Vietnam is mostly concentrated in the PRC market, while TPT from Indonesia was in the US market. Indonesian TPT is able to adapt in both PRC and US markets, while the Vietnamese TPT is only able to adapt in the PRC market. The competitiveness of Indonesian and Vietnamese TPT in the US and PRC markets is strongly influenced by the home country's FDI manufacturing. Indonesia's TPT competitiveness is strongly influenced by the GDP of the destination country, while Vietnam is strongly influenced by the factors of real exchange rates, tariff, GDP of destination countries and Vietnam's FDI manufacturing. To improve the competitiveness of TPT export, Indonesia needs to give a great concern toward FDI manufacture and GDP of US and PRC.

Key Word: *Textile and Textile Products, Competitiveness, Export*

JEL Classification: L67, D41, F14

PENDAHULUAN

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia merupakan industri strategis yang mempunyai peran penting dalam perekonomian. Selama ini industri TPT berperan meningkatkan ekspor non migas, devisa negara, pendapatan masyarakat, menyerap tenaga kerja, serta menciptakan lapangan pekerjaan. Industri ini juga merupakan salah satu industri yang mendukung pemenuhan kebutuhan sandang nasional (Ridhwan, 2015).

Kedepan, industri TPT masih mempunyai prospek pasar yang menjanjikan walaupun persaingan industri TPT sangat ketat baik antar negara ASEAN maupun dunia. Beberapa negara telah menjadi pesaing utama bagi Indonesia seperti Vietnam. Saat ini Indonesia masih berada dalam urutan 10 besar dunia jajaran pemasok TPT dunia, walaupun masih berada di bawah Vietnam (Ashari, 2015). Berdasarkan pangsa pasar (*market share*) negara-negara pengekspor TPT dunia tahun 2014, ternyata Indonesia merupakan negara pengekspor tekstil dengan pangsa pasar 1,5% di bawah pesaing utama sesama negara ASEAN yaitu Vietnam yang mempunyai pangsa pasar sebesar 1,6%. Demikian juga Indonesia

merupakan pengekspor produk pakaian jadi terbesar dengan pangsa pasar sebesar 1,6% masih berada di bawah Vietnam dengan pangsa pasar sebesar 3,9% (WTO, 2016).

Menurut data Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) jumlah pabrik tekstil di Indonesia meningkat sebanyak 30 unit dari 2.886 pabrik menjadi 2.916 (Kemenperin, 2015b), saat ini Indonesia merupakan salah satu pemasok TPT yang mampu memenuhi 1,8% kebutuhan dunia dengan nilai ekspor mencapai 12,46 miliar dollar USD atau setara dengan 10,7% dari total ekspor non migas. Salah satu faktor penting untuk memenangkan persaingan pasar ekspor industri TPT adalah faktor peningkatan daya saing. Berbagai program telah disiapkan oleh Pemerintah Indonesia saat ini guna memberi arah bagi pengembangan industri nasional sebagaimana termuat dalam Kebijakan Industri Nasional (KIN), Rencana Strategis (Renstra), Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) maupun dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) (Kemendag, 2015).

Disisi lain, industri TPT Indonesia mempunyai banyak kendala dan hambatan dalam peningkatan daya

saing tersebut. Paling tidak ada 10 masalah utama yang menjadi pemicu rendahnya daya saing TPT di Indonesia. Masalah tersebut antara lain adalah rendahnya teknologi, ketergantungan impor bahan baku, minimnya industri pendukung, rendahnya sumber daya manusia, keterbatasan modal kerja, pasokan listrik, agresif dan dinamisnya produk TPT, lemahnya kinerja ekspor, dan persoalan transportasi, serta persoalan perpajakan (Ragimun, 2010).

Permasalahan lainnya yang juga harus segera diatasi adalah tingginya jumlah mesin-mesin pada industri TPT yang diperkirakan 80% telah berusia lebih dari 20 tahun (Kemenperin, 2015a). Dengan kondisi semacam ini ternyata industri TPT Indonesia menjadi lebih boros, tidak ramah lingkungan, serta dari sisi waktu *delivery* sulit memenuhi kebutuhan ekspor pasar global. Permasalahan lainnya adalah ketergantungan bahan baku dan bahan penolong, antara lain adanya ketergantungan kapas impor, tidak terjaminnya kontinuitas pasokan serat sintetik, kurangnya bahan baku rayon dalam industri pemintalan, adanya ketergantungan zat pewarna dan ketergantungan impor bahan

penolong berupa barang asesoris yang masih tinggi (Rosalina A., 2013).

Tantangan berat TPT Indonesia adalah mampu meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, salah satu program industri dalam negeri diantaranya adalah mampu memproduksi mesin-mesin pertekstilan yang lebih murah sehingga dalam jangka panjang tidak perlu lagi mengimpor mesin-mesin untuk industri TPT. Pembuatan mesin-mesin pertekstilan tersebut tentu saja harus didukung dengan industri komponen dan industri motor penggerak serta sektor-sektor industri ringan lainnya (Imawan R, 2002).

Permasalahan dalam meningkatkan daya saing TPT Indonesia dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu (1) permasalahan internal antara lain permasalahan bahan baku dan bahan penolong, teknologi, sumber daya manusia dan modal kerja, serta energi serta (2) permasalahan eksternal antara lain transportasi, pelabuhan, perpajakan, ekonomi makro baik domestik maupun global (Kurniadi, 2017).

Selain itu, ada juga permasalahan yang berkaitan dengan permintaan TPT beberapa negara besar seperti Amerika

Serikat dan RRT, termasuk pesatnya perkembangan beberapa negara pesaing seperti Vietnam, Kamboja, Bangladesh dan lain-lain. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menganalisis daya saing ekspor TPT Indonesia dan Vietnam ke pasar ekspor AS dan RRT. Dua negara tujuan ekspor tersebut menjadi menarik menjadi obyek penelitian karena permintaan TPT dunia negara ini sangat tinggi. Disamping itu, peluang untuk masuk ke kedua pasar ekspor negara tersebut juga sangat besar.

Lotfi & Karim (2016) telah melakukan penelitian mengenai determinan daya saing ekspor untuk negara Maroko berdasarkan nilai tukar, tarif, permintaan luar negeri, dan investasi asing atau *Foreign Direct Investment* (FDI). Lotfi & Karim melakukan regresi terhadap berbagai subsektor diantaranya pertanian, pertambangan, dan sektor industri. Hasil penelitian menemukan bahwa kinerja ekspor, terkait tarif dan investasi asing ternyata tidak selalu memiliki elastisitas yang tidak sesuai dengan teori ekonomi. Namun, hasil regresi tersebut masih sesuai dengan teori ekonomi khusus untuk subsektor industri tekstil.

Penelitian ini menggunakan persamaan ekonometrika yang mengadopsi model Lotfi & Karim (2016), bahwa daya saing (RCA) dipengaruhi beberapa faktor antara lain nilai tukar negara tujuan ekspor, tarif, Produk Domestik Bruto (PDB) negara tujuan ekspor dan FDI.

METODE

Penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif untuk menggambarkan daya saing TPT Indonesia dengan menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Constant Market Share Analysis* (CMSA), dan Model Ekonometrika (*Fixed Effect Model*).

Untuk menganalisis daya saing TPT Indonesia dan Vietnam digunakan pendekatan RCA yang menganalisis daya saing secara komparatif yaitu dengan membandingkan daya saing TPT Indonesia dengan Vietnam. Sedangkan, pendekatan CMSA lebih menekankan analisis daya saing secara kompetitif dengan melihat kemampuan daya saing TPT untuk memformulasikan strategi pada posisi yang menguntungkan bagi Indonesia. Rumus RCA adalah sebagai berikut: (Tambunan, 2001)

$$RCA = \frac{(Xia) / (totalXa)}{(Xiw) / (totalXw)} \dots\dots\dots(1)$$

dengan:

X = ekspor atau nilai ekspor ;

i = jenis komoditi;

a = negara asal;

w = dunia (*world*).

Bila $RCA < 1$ atau mendekati 0, maka dapat dikatakan daya saing komoditi lemah, dan bila $RCA > 1$ maka daya saing dapat dikatakan kuat. Semakin tinggi RCA suatu komoditi maka semakin tangguh daya saingnya. Sebenarnya RCA merupakan konsep yang lebih umum digunakan untuk mengukur *comparative advantage*, tetapi secara tidak langsung juga dapat menggambarkan daya saing (Erkan & Saricoban, 2014).

Alat analisis berikutnya adalah *Constant Market Share Analysis* (CMSA) yang pertama kali diterapkan pada studi perdagangan internasional oleh Tyszynski (1951). Menurut Basri & Munandar (2010) dan Permatasari (2014), pertumbuhan ekspor suatu negara bisa meningkat lebih cepat atau lebih lambat dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor dunia. Hal ini mempunyai tiga sumber atau efek yaitu:

- 1) Efek komposisi komoditas, dimana ekspor dapat terkonsentrasi pada komoditas-komoditas yang permintaannya relatif elastis atau inelastis terhadap pendapatan.
- 2) Efek distribusi pasar, dimana ekspor dapat terarah ke pasar-pasar yang berkembang lebih pesat atau lebih lambat dibandingkan dengan rata-rata dunia.
- 3) Efek daya saing, dimana ekspor dapat lebih atau kurang bersaing dengan negara-negara pengekspor lain, baik karena pertumbuhan produktivitasnya lebih tinggi atau lebih rendah dan dapat terjadi karena *under* atau *overvaluation* mata uang domestik.

Menurut Balassa (1989), CMSA dilakukan untuk penentuan tiga karakteristik produk yaitu: daya saing produk, responsibilitas produk terhadap permintaan pasar dan kecenderungan akses pasar bagi produk yang berdaya saing, misalnya seperti di pasar AS atau di pasar RRT dengan melihat pangsa pasar. Model CMSA digunakan karena ada situasi yang memungkinkan pergerakan laju pertumbuhan ekspor suatu negara pada suatu periode tidak mampu

mengikuti pergerakan laju pertumbuhan rata-rata ekspor dunia. Hal ini dapat terjadi karena negara pengekspor menfokuskan pada komoditas tertentu yang laju pertumbuhan produk tersebut relatif lambat.

Perhitungan CMSA digunakan untuk mengetahui keunggulan kompetitif atau daya saing ekspor di pasar dunia dari suatu negara produsen terhadap negara-negara

pesaing. Model ini menunjukkan perhitungan yang mempunyai aspek tidak hanya melihat daya saing semata tetapi juga dapat melihat produk-produk utama dari produk tersebut terhadap perubahan permintaan dunia atau negara-negara mitra dagangnya (Balassa dalam Nurlatifah H., 2011). Rumusan CMSA tersebut adalah sebagai berikut:

$$CMSA = \left(\sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{IA} * \left[\frac{X_{jk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IB} + \sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{jk}}{X_{jk}} \right]_{IA} * \left[\frac{X_{ijk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IB} + \sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{IA} * \Delta \left[\frac{X_{jk}}{X_{jk}} \right]_{IB} \right) \dots (2)$$

Sedangkan perhitungan CMSA yang terdiri dari 3 kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

Competitiveness Effect (CE):

merupakan keuntungan atau kerugian dalam pangsa pasar yang menunjukkan daya saing produk. Penghitungannya adalah mengukur perubahan *share* negara eksportir di pasar tujuan impor (IA) dikalikan dengan *j share* dari impor negara mitra dagang atau negara tujuan ekspor di pasar dunia (IB). Atau dapat dikatakan bahwa CE diperoleh dengan menghitung dari perubahan dalam negara-negara pengekspor dibagi impor pasar tujuan (IA), dikalikan dengan pangsa awal impor negara-

negara mitra dalam perdagangan dunia (IB).

$$\sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{IA} * \left[\frac{X_{jk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IB} \dots \dots \dots (3)$$

X_{ijk} : ekspor untuk komoditi *j* dari negara asal *k* (misalnya Indonesia) ke negara tujuan *i*

i : ekspor negara tujuan

j : jenis komoditas

k : negara asal

X_{jk} : ekspor komoditi *j* dari negara asal *k* (misalnya Indonesia)

X_{jk}^0 : ekspor komoditi *j* dari negara asal *k* (Indonesia) ke negara tujuan pada periode awal (0)

X^0 : ekspor dunia periode awal (0)

Bila hasil CE positif berarti semakin tinggi daya saing produk tersebut di negara tujuan ekspor, sebaliknya bila hasil CE negatif berarti semakin lemah daya saing produk tersebut di negara tujuan ekspor dan bila hasil CE nol berarti tidak mempunyai daya saing produk tersebut di negara tujuan ekspor.

Initial Specialization (IS), yaitu indikator yang menunjukkan bahwa produk-produk tertentu memiliki ciri khas di suatu pasar tertentu yang dapat dikembangkan.

$$\sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{jk}}{X_{...}} \right]_{IIA} * \left[\frac{X_{ijk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IIB} \dots\dots\dots(4)$$

X ... : ekspor dunia

X_{ijk}^0 : ekspor untuk komoditi j negara pesaing dari negara asal k (misalnya Indonesia) ke negara tujuan i pada periode awal (0).

IS dihitung dari perubahan impor negara-negara mitra perdagangan dunia (IIA) dikalikan dengan pangsa negara asal dalam impor pasar tujuan (IIB). Bila hasil IS positif berarti semakin memiliki kekuatan untuk memasuki pasar di negara tujuan, sebaliknya bila hasil IS negatif berarti semakin tidak memiliki kekuatan untuk

memasuki pasar di negara tujuan ekspor, dan bila hasil IS nol berarti tidak memiliki kekuatan untuk memasuki pasar di negara tujuan ekspor.

Adaptation (A), yaitu indikator yang menunjukkan kemampuan produk (*supply of Export*) dalam merespon atau menyesuaikan karena adanya perubahan permintaan dunia.

$$\sum_{jk} \Delta \left[\frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{IIA} * \Delta \left[\frac{X_{jk}}{X_{...}} \right]_{IIB} \dots\dots\dots(5)$$

Adaptation diperoleh dengan menghitung variasi lintas perubahan dalam mengekspor pangsa pasar negara (IIB) dan perubahan pangsa pasar negara-negara mitra dagang pada produk tertentu di impor dunia (IIIA). Bila hasil A positif berarti menunjukkan semakin besar kemampuan produk-produk tersebut dapat beradaptasi dengan selera pasar di negara tujuan ekspor, sebaliknya bila hasil A negatif berarti menunjukkan semakin lemah kemampuan produk-produk tersebut dapat beradaptasi dengan selera pasar di negara tujuan ekspor, dan bila hasil A nol berarti menunjukkan tidak adanya kemampuan produk-produk tersebut

dapat beradaptasi dengan selera pasar di negara tujuan ekspor.

Untuk mengetahui determinan dari daya saing ekspor industri TPT

Indonesia dan Vietnam ke AS dan RRT digunakan model ekonometri dengan rumus sebagai berikut:

$$RCA_{ijt} = \sigma_0 + \beta_1 RER_{jt} + \beta_2 Tariff_{ijt} + \beta_3 GDP_{jt} + \beta_4 FDI_{it} + \epsilon_{ijt} \dots\dots\dots (6)$$

Variabel	Nama Variabel	Keterangan	Sumber
<i>RCA</i>	<i>Revealed Comparative Advantage</i>	Perhitungan sendiri menggunakan data ekspor	UNCTAD
<i>RER</i>	Nilai tukar riil	Perhitungan sendiri menggunakan data nilai tukar nominal dan CPI, rata-rata tahunan	World Bank
<i>Tariff</i>	Tarif	Rata-rata tertimbang, produk manufaktur	World Bank
<i>GDP</i>	PDB negara tujuan ekspor	Harga konstan 2010	World Bank
<i>FDI</i>	<i>Foreign Direct Investment</i>	FDI Sektor manufaktur di negara asal	CEIC
<i>i, j</i>	<i>Entitas</i>	Entitas negara i = Indonesia dan Vietnam, j = AS dan RRT	CEIC
<i>t</i>	<i>Waktu/periode (time)</i>	Menjelaskan dimensi waktu / periode, 1995- 2016 (22 tahun)	CEIC

Keterangan: i dan j bisa berbeda pada tiap kategori yang akan dijelaskan. Selain itu, i dan j tidak akan bolak balik (ekspor-impor), tetapi satu arah saja. Hal ini akan dijelaskan pada tiap model.

Untuk menguji determinasi daya saing TPT Indonesia dan Vietnam ke AS dan RRT digunakan 5 model yang bertujuan untuk melihat variasi hasil regresi di lihat dari kesesuaian dengan teori yang menyatakan bahwa daya saing (RCA) sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh nilai tukar riil, tarif yang berlaku, GDP negara tujuan ekspor dan *Foreign Direct investment* (FDI) sebagai variabel independen.

Model 1, menggunakan keseluruhan data hubungan dagang Indonesia ke AS, Indonesia ke RRT, Vietnam ke AS dan Vietnam ke RRT (i = Indonesia dan Vietnam, j = AS dan RRT, n = 84)

Model 2, menggunakan keseluruhan data hubungan dagang Indonesia ke AS dan Indonesia ke RRT (i = Indonesia, j = AS dan RRT, n = 42)

Model 3, menggunakan keseluruhan data hubungan dagang Vietnam ke AS dan Vietnam ke RRT (i = Vietnam, j = AS dan RRT, n = 42)

Model 4, menggunakan keseluruhan data hubungan dagang Indonesia ke AS dan Vietnam ke AS (i = Indonesia dan Vietnam, j = AS, n = 42)

Model 5, menggunakan keseluruhan data hubungan dagang Indonesia ke RRT dan Vietnam ke RRT (i = Indonesia dan Vietnam, j = RRT, n = 42)

Dari kelima model tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga model utama yaitu pertama, model

keseluruhan baik negara asal ekspor maupun negara pasar ekspor (model 1). Kedua, model negara asal ekspor (model 2 dan 3). Ketiga, model negara pasar ekspor (model 4 dan 5). Data-data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari *UN Comtrade* dan literatur yang menunjang. Data produk yang digunakan dalam analisis berdasarkan pengelompokan *Harmonized System* (HS digit 3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target TPT Indonesia dan Vietnam

Tabel 1. Negara Eksportir dan Importir TPT Terbesar Dunia (Milyar USD)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
World	510.4	559.7	621.7	649.1	558.1	647.1	759.9	739.9	798.5	831.0
China	107.7	138.1	166.1	179.7	161.3	199.5	240.5	246.1	274	287.6
EU	157.1	165.9	186.5	195.4	162.4	168.9	195.7	181	194.7	204.4
India	17	19.1	21	22.7	21.9	27.1	33.4	32.7	40.2	38.6
Bangladesh	7.7	9.9	10.7	13.2	13.6	16.7	21.4	24.3	27.7	29.8
Turkey	18.9	19.7	22.9	23.1	19.3	21.8	25	25.5	27.7	29.4
Vietnam	5.3	6.5	8.6	10.2	10.4	13.3	16.8	18.1	21.5	26.2
USA	21.9	22.7	22	22.6	18.3	23.6	28.7	26.6	26.8	26.2
Korea Rep.	13.7	13	13.3	13.1	11.4	13.7	15.7	15.4	15.7	25.7
Pakistan	10.3	10.9	10.7	10.6	9.6	11.6	13.6	12.9	13.7	13.8
Indonesia	8.6	9.4	9.8	10.1	9.3	11.2	13.3	12.5	12.7	12.7
Japan	8.1	8.4	8.7	7.4	8.6	9.9	9.6	8.6	8.4	7.8
Thailand	6.7	6.9	7	7.2	6.5	7.8	8.4	7.3	7.6	7.6
Srilanka	2.9	3.1	3.4	3.5	3.3	3.6	4.3	4.1	4.6	5.1
Singapore	2.6	2.9	2.8	2.5	1.8	1.9	2	2.1	2.2	2.2
Share										
China	21.10%	24.67%	26.72%	27.68%	28.90%	30.83%	31.65%	33.26%	34.31%	34.61%
EU	30.78%	29.64%	30.00%	30.10%	29.10%	26.10%	25.75%	24.46%	24.38%	24.60%
India	3.33%	3.41%	3.38%	3.50%	3.92%	4.19%	4.40%	4.42%	5.03%	4.65%
Bangladesh	1.51%	1.77%	1.72%	2.03%	2.44%	2.58%	2.82%	3.28%	3.47%	3.59%
Turkey	3.70%	3.52%	3.69%	3.55%	3.46%	3.38%	3.28%	3.45%	3.47%	3.54%
Vietnam	1.04%	1.16%	1.38%	1.57%	1.86%	2.06%	2.21%	2.45%	2.69%	3.15%
USA	4.29%	4.06%	3.54%	3.48%	3.28%	3.65%	3.78%	3.60%	3.36%	3.15%
Korea Rep.	2.68%	2.32%	2.14%	2.02%	2.04%	2.12%	2.07%	2.08%	1.97%	1.89%
Pakistan	2.02%	1.95%	1.72%	1.63%	1.72%	1.79%	1.79%	1.74%	1.72%	1.66%
Indonesia	1.68%	1.68%	1.58%	1.56%	1.67%	1.73%	1.75%	1.69%	1.59%	1.53%
Japan	1.59%	1.50%	1.40%	1.14%	1.54%	1.53%	1.26%	1.16%	1.05%	0.94%
Thailand	1.31%	1.23%	1.13%	1.11%	1.16%	1.21%	1.11%	0.99%	0.95%	0.91%
Srilanka	0.57%	0.55%	0.55%	0.54%	0.59%	0.56%	0.57%	0.55%	0.58%	0.61%
Singapore	0.51%	0.52%	0.45%	0.39%	0.32%	0.29%	0.26%	0.28%	0.28%	0.26%

Sumber: UN Comtrade Statistics (2016)

Peningkatan daya saing produk merupakan tantangan terbesar bagi industri TPT Indonesia, terutama dalam era perdagangan bebas saat ini seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Persaingan saat ini makin ketat, ditambah lagi sudah tidak diberlakukannya pasar kuota yang menyebabkan

industri TPT Indonesia mendapat ancaman serius dari negara lain. Indonesia yang merupakan salah satu negara pengekspor produk tekstil terbesar ke AS mendapat tantangan dan ancaman dari beberapa pesaing produsen tekstil seperti RRT, India dan Vietnam.



Gambar 2. Impor TPT Republik Rakyat Tiongkok (Milyar USD)

Sumber: UN Comtrade (2016)

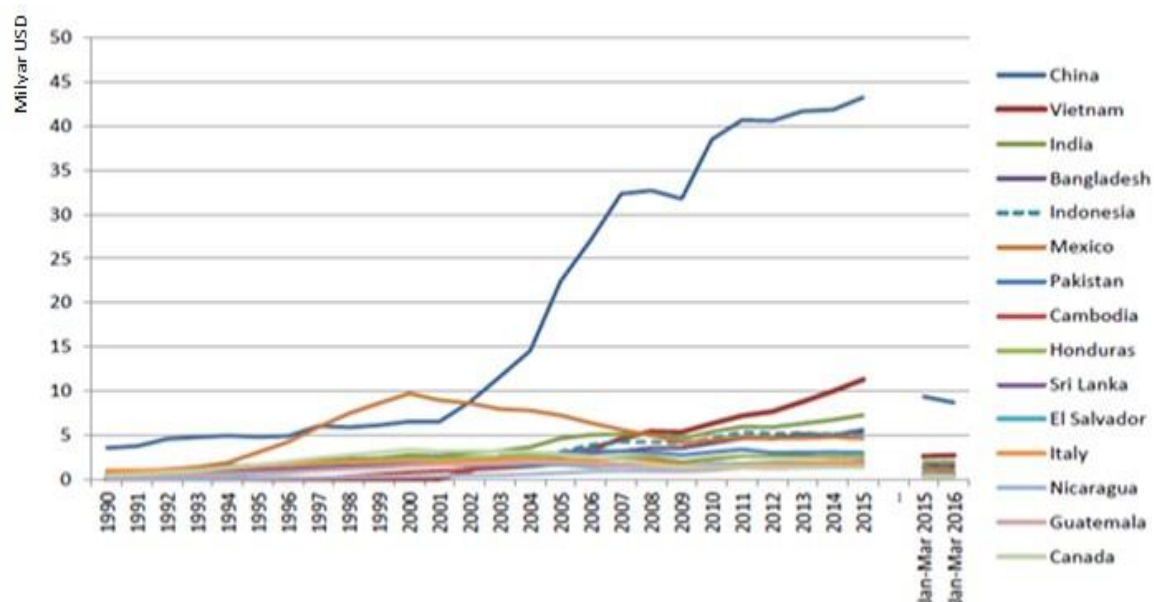
Data tahun 2014 menunjukkan pangsa pasar RRT menguasai 34,6%. Indonesia merupakan negara pengekspor ke-10 dengan 1,53% dibawah pesaing utama sesama negara ASEAN yaitu Vietnam sebesar

3,15%. Gambar 2 menunjukkan impor TPT RRT ternyata sangat besar. Tahun 2012 nilai impor TPT RRT mencapai 40,9 milyar USD, tahun 2014 sebesar 36 milyar USD dan didominasi impor tekstil dibanding impor pakaian jadi

(clothing), artinya RRT lebih banyak mengimpor bahan baku berupa tekstil untuk memenuhi kebutuhan industri produk tekstilnya. Hal ini menjadi peluang besar bagi negara-negara pengeksport TPT seperti Indonesia atau Vietnam.

Gambar 3 menunjukkan bahwa pasar TPT di AS banyak dipasok dari berbagai negara produsen TPT. RRT adalah salah satu pemasok terbesar TPT ke AS. Bila dilihat dari nilainya, yang jauh melampaui negara lain seperti Indonesia dan Vietnam. Pemasok terbesar ke dua adalah Vietnam. Peningkatan ekspor Vietnam ke AS ini terjadi setelah tahun 2009.

Sejak awal tahun 2000an RRT terus mendominasi sebagai pemasok TPT ke negara tujuan AS. Pemasok utama ke Amerika dari negara ASEAN adalah Vietnam, yang dimulai sejak awal tahun 2000an. Negara ASEAN lainnya adalah Indonesia dan Cambodia. Data Januari-Maret 2015 dan 2016 ternyata ekspor TPT Indonesia ke AS mengalami penurunan khususnya pakaian jadi sedangkan Vietnam mengalami kenaikan ekspor TPT khususnya pakaian jadi. Dua negara ASEAN pemasok TPT ke Amerika Serikat yang paling menonjol adalah Indonesia dan Vietnam.

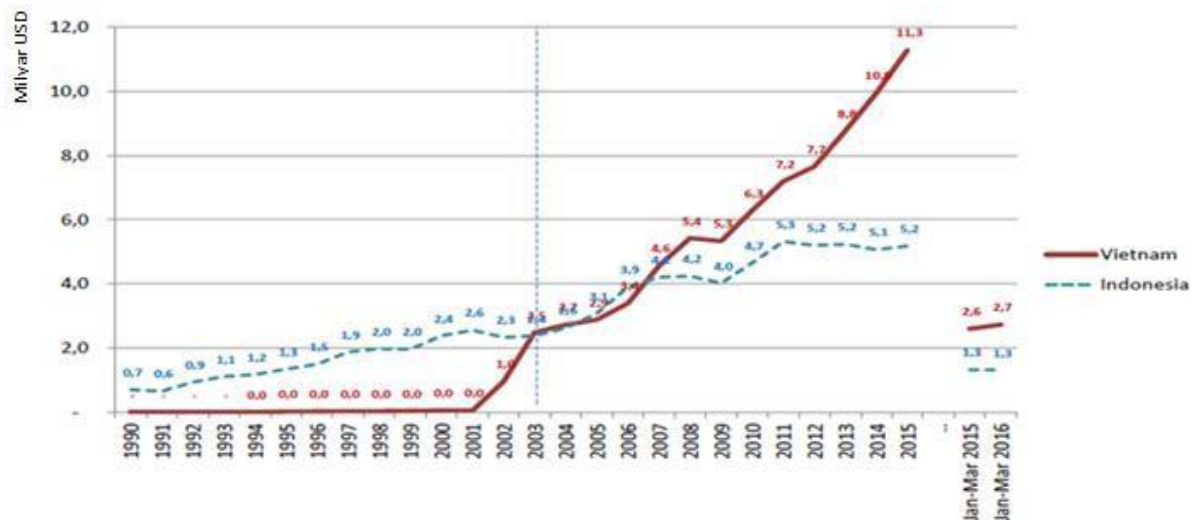


Gambar 3. Nilai Ekspor Negara Pemasok TPT ke Amerika Serikat (Milyar USD)

Sumber: OTEXA (2015)

Dari Gambar 4, walaupun pemasaran TPT Indonesia ke negara tujuan utama seperti AS terus meningkat namun ternyata peningkatan negara Vietnam jauh lebih tinggi. Terlihat pula bahwa sejak tahun 2001

nilai produk TPT Vietnam terus meningkat. Data Januari-Maret 2015 dan Januari-Maret 2016 terlihat kenaikan nilai ekspor TPT Vietnam ke AS mengalami kenaikan sedangkan Indonesia terlihat stagnan.



Gambar 4. Dua Negara Pemasok TPT di Pasar Amerika Serikat (Milyar USD)

Sumber: OTEXA (2015)

Daya Saing, Peluang dan Potensi Ekspor TPT Indonesia dan Vietnam

Indonesia dan Vietnam sebagai anggota negara ASEAN masih mendominasi pasar TPT dunia, Amerika dan RRT. Dari hasil RCA TPT Indonesia (Tabel 2) selama lima tahun terakhir 2011-2015 Indonesia mempunyai rata-rata RCA sebesar 1,7 berarti daya saing yang cukup kuat. Demikian juga bila dilihat rata-rata RCA di kawasan ASEAN sebesar 1,1 artinya produk TPT Indonesia masih mempunyai daya saing yang relatif kuat

karena lebih dari 1. Hal ini dimaksudkan sebagai perbandingan dengan negara tujuan yaitu AS dan RRT. Bila dilihat per HS maka produk *Vegetable Textile Fibres* HS 265 mempunyai RCA atau daya saing paling tinggi di kawasan Asean dengan RCA 2,0 dibanding produk lain. Produk lainnya adalah produk *Women's Clothing, of Textile Fabrics* HS 841 dengan RCA 2,3. Sedangkan daya saing TPT Indonesia dunia adalah produk *Other Man-Made Fibres Suitable* HS 267 dengan RCA 8,7.

Tabel 2. Daya Saing (RCA) TPT Indonesia Terhadap Dunia dan ASEAN

Uraian	2011		2012		2013		2014		2015		Average	
	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A
[261] Silk	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
[263] Cotton	0,2	0,5	0,2	0,3	0,2	0,7	0,3	2,0	0,3	2,8	0,2	1,2
[265] Vegetable textile fibres, not spun	1,6	0,8	1,6	1,6	0,8	1,5	1,0	2,8	1,2	5,0	1,2	2,0
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	1,3	0,6	1,6	0,8	1,3	0,8	2,4	1,3	1,9	1,2	1,6	0,8
[267] Other man-made fibres suitable	9,7	1,5	8,5	1,3	9,1	1,3	7,6	1,2	7,7	1,8	8,7	1,4
[268] Wool and other animal hair	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
[269] Worn clothing and other worn textile	0,3	0,1	2,6	1,9	1,6	0,8	1,4	0,2	2,0	1,4	1,4	0,8
[841] Men's clothing of textile fabrics.	2,2	1,9	2,3	1,9	2,3	1,8	2,2	1,8	2,4	1,8	2,3	1,9
[842] Women's clothing, of textile fabrics	1,9	2,2	1,8	2,5	1,9	2,0	1,7	2,1	1,8	2,2	1,9	2,3
[843] Men's or boy's clothing, of textile,	1,6	1,1	1,7	1,3	1,8	1,3	2,0	1,3	2,0	1,1	1,8	1,3
[844] Women's clothing, of textile,	1,8	1,0	1,7	1,2	1,7	1,4	1,8	1,3	2,1	1,2	1,8	1,2
[845] Articles of apparel, of textile fabrics,	1,5	1,1	1,6	0,7	1,6	1,1	1,5	1,1	1,7	1,1	1,6	1,1
[846] Clothing accessories	0,7	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,9	0,3	1,0	0,4	0,8	0,3
[848] Articles of apparel, clothing access.	1,1	0,7	1,1	0,8	1,0	0,6	1,0	0,5	1,2	0,7	1,1	0,6
Average	1,7	0,9	1,8	1,0	1,7	1,0	1,7	1,1	1,8	1,5	1,7	1,1

Sumber: UN Comtrade (2016), diolah (W=World, A=ASEAN)

Hasil RCA pada Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata daya saing TPT Vietnam dalam lima tahun terakhir mengungguli Indonesia. Nilai rata-rata RCA dunia untuk Vietnam adalah 3,1 lebih tinggi dari Indonesia yang sebesar 1,7. Demikian juga di level ASEAN, RCA Vietnam sebesar 2,0 lebih tinggi dari RCA Indonesia yang hanya sebesar 1,1. Produk TPT Vietnam yang mempunyai daya saing paling tinggi adalah *Men's Clothing of Textile Fabrics* HS 841 dan *Men's or Boy's Clothing of Textile* HS 843. Demikian juga produk TPT Vietnam yang mempunyai daya saing tinggi di kawasan ASEAN adalah produk *Silk*

HS 261 dengan rata-rata RCA sebesar 14,6 selama 5 tahun terakhir. Selain itu juga produk *Men's Clothing of Textile Fabrics* HS 841.

Bila dibandingkan dengan TPT Indonesia, ternyata produk yang justru mempunyai daya saing tinggi dari Indonesia adalah produk *Other Man-made Fibres Suitable* HS 267, kebalikan dari Vietnam yang mempunyai daya saing paling rendah. Demikian juga produk *Silk* dengan HS 261 dari Vietnam ternyata daya saingnya di kawasan ASEAN relatif tinggi, namun sebaliknya produk *Silk* dari Indonesia memiliki daya saing yang rendah.

Tabel 3. Daya Saing (RCA) TPT Vietnam Terhadap Dunia dan ASEAN

Uraian	2011		2012		2013		2014		2015		Average	
	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A	W	A
[261] Silk	0,6	19,3	0,6	8,1	0,6	16,1	0,2	15,2	0,5	14,5	0,6	14,6
[263] Cotton	0,2	1,3	0,1	0,4	0,2	0,8	0,2	1,7	0,2	2,8	0,2	1,4
[265] Vegetable textile fibres, not spun.	7,0	0,0	5,2	0,5	3,7	0,0	3,9	0,1	5,9	0,4	5,6	0,2
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	1,9	1,4	2,1	1,0	1,8	0,8	1,8	1,2	1,8	1,1	1,9	1,1
[267] Other man-made fibres suitable	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
[268] Wool and other animal hair	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
[269] Worn clothing and other worn textile	0,5	0,3	0,5	0,2	0,4	0,2	0,5	0,2	0,6	0,2	0,4	0,2
[841] Men's clothing of textile fabrics.	8,4	3,7	7,7	3,1	7,4	2,8	7,1	2,4	7,1	2,9	7,6	3,1
[842] Women's clothing, of textile fabrics	6,5	1,4	6,3	1,2	6,2	1,3	5,6	1,5	5,2	1,4	6,1	1,3
[843] Men's or boy's clothing, of textile.	6,9	1,3	6,1	1,4	5,8	1,6	6,0	1,9	5,9	1,6	6,4	1,5
[844] Women's clothing, of textile, knitted	5,7	1,6	5,4	1,3	4,9	1,3	5,4	1,7	5,8	1,4	5,5	1,5
[845] Articles of apparel, of textile fabrics.	5,1	1,3	5,1	1,0	5,0	1,7	4,8	1,8	4,9	1,6	5,1	1,4
[846] Clothing accessories, of textile	1,4	0,6	1,3	0,7	1,4	0,8	1,4	1,0	1,3	1,0	1,4	0,8
[848] Articles of apparel, clothing access.	2,1	0,9	1,9	1,0	1,8	1,0	1,8	1,0	1,8	0,9	2,0	1,0
Average	3,3	2,4	3,0	1,4	2,8	2,0	2,8	2,1	2,9	2,1	3,1	2,0

Sumber: UN Comtrade (2016), diolah (W=World, A=ASEAN)

Analisis selanjutnya analisis CMSA yang dimaksudkan untuk menunjukkan perhitungan yang mempunyai aspek tidak hanya melihat daya saing, namun melihat produk-produk utama dari produk TPT tersebut terhadap perubahan permintaan dunia atau negara mitra dagangnya, (Balassa, 1989). CMSA lebih menekankan analisis daya saing secara kompetitif antara Indonesia dan Vietnam ke negara tujuan AS dan RRT serta dapat melihat kemampuan daya saing TPT masing-masing guna memformulasikan strategi pada posisi yang menguntungkan khususnya bagi Indonesia. Penghitungan CMSA berdasar tiga kriteria sebagai berikut:

1) Competitiveness Effect

Daya saing TPT Indonesia dan Vietnam tujuan ekspor RRT

TPT Indonesia dan Vietnam untuk tujuan ekspor ke RRT tidak mempunyai daya saing untuk setiap itemnya (Tabel 4). Artinya bahwa produk ekspor TPT kedua negara saat ini belum dapat menembus pasar di RRT, walaupun sudah dapat menembus pasar di RRT namun dalam jumlah yang masih relatif kecil. Hal ini dapat dilihat dari data CE Indonesia dan Vietnam per tahun selama lima tahun dari 2011 sampai dengan 2015 mempunyai nilai daya saing nol. Demikian juga CE selama lima tahun juga mempunyai nilai daya saing nol.

Tabel 4. Competitiveness Effect TPT Indonesia dan Vietnam di RRT, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	CE 5 th
[261] Silk	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[263] Cotton	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[842] Women's clothing, of textile fabrics	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[842] Women's clothing, of textile fabrics	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0000

Sumber : UN Comtrade (2016), diolah

Tabel 4 hasil RCA Indonesia dan Vietnam adalah nol sehingga tabel disatukan. Hasil RCA ini menunjukkan bahwa kedua negara belum dapat menembus secara signifikan di pasar ekspor RRT. Salah satu sebabnya antara lain sulitnya akses untuk dapat menembus pasar RRT karena adanya hambatan tarif dan non tarif. Disisi lain masalah efesiensi merupakan masalah krusial dua negara ini untuk dapat menembus pasar ekspor RRT.

Daya saing TPT Indonesia Tujuan Ekspor Amerika Serikat

Pada Tabel 5, ternyata daya saing TPT Indonesia untuk tujuan ekspor ke AS bervariasi ada beberapa barang yang mempunyai daya saing dan ada beberapa barang yang tidak mempunyai daya saing. Hal ini terlihat dari data CE Indonesia selama 5 tahun dari 2011 sampai dengan 2015, beberapa item barang mempunyai indeks CE yang tinggi antara lain

Vegetable Textile Fibres HS 265, *Other Textile Fabrics, Woven* HS 652, *Tulles, Trimming, Lace* HS 656, *Special Yam, Special Textile Fabrics* HS 657, *Made up Article, of Textile Material* HS 658, *Men's Clothing* HS 841, *Women's*

Clothing HS 842, *Clothing Accesories* HS 846. Demikian juga bila dilihat *Competitiveness Effect* (CE) selama lima tahun juga mempunyai indek daya saing yang cukup tinggi untuk item-item tersebut.

Tabel 5. *Commpetitiveness Effect* TPT Indonesia di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	CE 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[263] Cotton	-4,48E-08	-9,96E-08	-4,34E-08	2,002E-08	-1,83E-08	-1,86E-07
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	6,607E-10	1,395E-09	-1,58E-09	6,37E-12	3,888E-10	8,748E-10
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	-3,5E-07	-7,26E-08	-1,82E-07	-1,95E-07	-1,11E-07	-9,11E-07
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	3,591E-07	-4,18E-07	-3,78E-07	-1,81E-07	-2,85E-07	-9,03E-07
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	-6,37E-10	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	-4,45E-11	2,019E-11	0,0000	0,0000	7,469E-10	0,00000
[651] Textile yarn	-8,38E-08	3,432E-07	-4,93E-07	-1,34E-06	5,504E-07	-1,02E-06
[652] Cotton fabrics, woven	4,93E-08	1,989E-07	-1,58E-07	-3,7E-07	1,432E-07	-1,36E-07
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	-1E-07	-7,46E-09	-7,79E-08	-5,32E-08	1,094E-07	-1,3E-07
[654] Other textile fabrics, woven	1,958E-09	1,687E-08	-1,95E-08	3,805E-08	-1,37E-08	2,36E-08
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	-2,37E-07	2,668E-09	-9,65E-08	-4,48E-08	1,145E-08	-3,64E-07
[656] Tulles, trimmings, lace, ribbons & other small wares	2,432E-10	9,792E-08	3,463E-09	-1,83E-08	-6,71E-08	1,629E-08
[657] Special yam, special textile fabrics & related	-7,15E-08	-3,88E-08	9,989E-08	3,008E-07	7,69E-08	3,672E-07
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	7,139E-07	-7,42E-08	1,432E-07	-1,59E-07	2,922E-08	6,536E-07
[659] Floor coverings, etc.	-9,2E-08	-8,25E-08	4,65E-08	-2,6E-07	4,848E-09	-3,83E-07
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	1,379E-06	1,873E-06	-1,43E-07	-2,39E-06	3,711E-06	4,43E-06
[842] Women's clothing, of textile fabrics	-1,68E-06	3,723E-06	3,059E-06	-8,63E-06	5,261E-06	1,73E-06
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	-1,39E-06	2,726E-06	-7,79E-07	-4,24E-06	1,617E-07	-3,53E-06
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	-4,09E-07	4,963E-06	-2,67E-06	4,655E-07	8,636E-07	3,208E-06
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	-2,83E-06	1,038E-05	-1,4E-05	-8,61E-06	6,587E-06	-8,48E-06
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	-2,73E-07	4,021E-07	-1,81E-07	7,122E-07	4,12E-07	1,072E-06
[848] Articles of apparel, clothing access.,	-5,49E-07	4,744E-07	-8,5E-07	-5,37E-07	1,312E-06	-1,49E-07

Sumber : UN Comtrade (2016), diolah

Daya saing TPT Vietnam Tujuan Ekspor Amerika Serikat

Komoditas TPT Vietnam untuk tujuan ekspor ke Amerika Serikat bervariasi, selama beberapa tahun ada beberapa barang yang mempunyai daya saing

dan ada beberapa barang yang tidak mempunyai daya saing. Hal ini terlihat dari data CE Indonesia selama lima tahun (2011-2015) beberapa jenis barang mempunyai indeks CE yang tinggi antara *Vegetable Textile Fibres*

HS 265, *Cotton Fabric* HS 652, *Floor Covering* HS 659, *Men's Clothing* HS 841, *Women's Clothing* HS 842 (Tabel

6). Namun demikian CE selama lima tahun mempunyai daya saing yang rendah untuk item-item tersebut.

Tabel 6. *Commpetitiveness Effect TPT* Vietnam di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	CE 5 th
[261] Silk	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
[263] Cotton	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	0,0003527	-0,000999	8,1E-05	0,0001675	-3,05E-05	-0,000428
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	0,0193175	-0,014761	-0,006847	0,0152901	-0,005428	0,0075727
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	0,000000	0,000000	0,000000	-1,92E-06	0,000000	0,000000
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	6,09E-05	-0,00017	-5,8E-06	2,707E-05	9,257E-06	-7,83E-05
[651] Textile yarn	0,0362963	-0,041452	0,0033757	0,0099818	-0,015578	-0,007377
[652] Cotton fabrics, woven	0,0003756	-0,000418	3,284E-06	5,839E-05	-0,000105	-8,65E-05
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	0,0218572	-0,017705	0,0009621	0,0133738	-0,009191	0,0092971
[654] Other textile fabrics, woven	0,0005604	-0,000727	-0,000116	8,002E-05	-1,04E-05	-0,000213
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	0,0087084	-0,007918	-0,002091	0,0041955	-0,002522	0,0003734
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other small wares	0,0042127	-0,003442	-1,6E-05	0,0041337	-0,001839	0,0030495
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	0,3815246	-0,377766	-0,0048	0,1451722	-0,126067	0,0180642
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	0,1486107	-0,146923	-0,007227	0,0762774	-0,053576	0,0171612
[659] Floor coverings, etc.	5,799E-05	-0,000358	7,381E-05	0,0007385	-0,000694	-0,000182
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	1,740475	-1,715752	-0,023035	1,0105861	-0,687567	0,3247075
[842] Women's clothing, of textile fabrics	1,9768587	-1,954697	-0,032792	1,1055591	-0,769443	0,3254861
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	1,1072906	-1,00046	0,0105919	0,7267496	-0,447099	0,3970724
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	1,7898983	-1,643494	-0,054885	1,2810967	-0,862258	0,5103582
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	3,742902	-3,677185	-0,139435	2,1568252	-1,376858	0,7062495
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	0,1062538	-0,088494	-0,002155	0,0856935	-0,051061	0,0502373
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	0,24487	-0,243078	-0,012278	0,1316389	-0,078041	0,0431111

Sumber : UN Comtrade (2016), diolah

Dari data CE dua negara tersebut baik Indonesia dan Vietnam telah dapat menembus pasar ekspor Amerika Serikat. Namun untuk daya saing beberapa jenis barang ekspor Indonesia ternyata lebih baik dibanding daya saing barang ekspor Vietnam ke Amerika Serikat. Hal ini menjadi peluang bagi barang ekspor Indonesia

untuk terus meningkatkan daya saing masuk di pasaran Amerika Serikat.

2) *Initial Specialization*

***Initial Specialization* Ekspor TPT Indonesia ke RRT**

Initial Specialization menunjukkan pengembangan produk-produk tertentu yang memiliki ciri khas tertentu dari suatu pasar dalam merespon

perubahan permintaan dunia. Tabel 7 menunjukkan bahwa selama lima tahun yaitu 2011 sampai dengan 2015 tidak ada produk tekstil yang menjadi komoditas baru TPT yang diekspor

Indonesia ke RRT. Sedangkan indeks IS yang positif hanya ditunjukkan di tahun 2011 dan tahun 2013, namun tahun-tahun berikutnya menjadi negatif.

Tabel 7. *Initial Specialization* TPT Indonesia di RRT, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	IS 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,0000	0,00000
[263] Cotton	8,29E-08	-1,5E-08	1,04E-08	-5,5E-08	-3,1E-08	-7,1E-09
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	3,06E-07	-5,4E-08	3,84E-08	-2E-07	-1,1E-07	-2,6E-08
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	3,36E-08	-5,9E-09	4,22E-09	-2,2E-08	-1,2E-08	-2,9E-09
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	1,57E-06	-2,7E-07	1,97E-07	-1E-06	-5,8E-07	-1,4E-07
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	2,57E-07	-4,5E-08	3,22E-08	-1,7E-07	-9,5E-08	-2,2E-08
[651] Textile yarn	2,81E-06	-4,9E-07	3,53E-07	-1,9E-06	-1E-06	-2,4E-07
[652] Cotton fabrics, woven	3,84E-07	-6,7E-08	4,81E-08	-2,6E-07	-1,4E-07	-3,3E-08
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	5,85E-07	-1E-07	7,34E-08	-3,9E-07	-2,2E-07	-5E-08
[654] Other textile fabrics, woven	2,29E-10	-4E-11	2,88E-11	-1,5E-10	-8,5E-11	-2E-11
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	2,38E-07	-4,2E-08	2,98E-08	-1,6E-07	-8,8E-08	-2,1E-08
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other small wares	9,33E-09	-1,6E-09	1,17E-09	-6,2E-09	-3,5E-09	-8E-10
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	3,55E-07	-6,2E-08	4,45E-08	-2,4E-07	-1,3E-07	-3,1E-08
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	1,99E-07	-3,5E-08	2,49E-08	-1,3E-07	-7,4E-08	-1,7E-08
[659] Floor coverings, etc.	2,33E-08	-4,1E-09	2,92E-09	-1,6E-08	-8,6E-09	-2E-09
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	4,16E-07	-7,3E-08	5,23E-08	-2,8E-07	-1,5E-07	-3,6E-08
[842] Women's clothing, of textile fabrics	3,14E-07	-5,5E-08	3,94E-08	-2,1E-07	-1,2E-07	-2,7E-08
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	9,92E-08	-1,7E-08	1,24E-08	-6,6E-08	-3,7E-08	-8,6E-09
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	1,43E-07	-2,5E-08	1,79E-08	-9,5E-08	-5,3E-08	-1,2E-08
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	3,83E-07	-6,7E-08	4,81E-08	-2,6E-07	-1,4E-07	-3,3E-08
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	3,41E-08	-6E-09	4,27E-09	-2,3E-08	-1,3E-08	-2,9E-09
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	6,51E-08	-1,1E-08	8,17E-09	-4,3E-08	-2,4E-08	-5,6E-09

Sumber : UN Comtrade (2016), diolah

***Initial Specialization* Ekspor TPT Vietnam ke RRT**

Tabel 8 menunjukkan bahwa selama lima tahun (2011-2015) hampir seluruh TPT yang menjadi komoditas baru TPT yang diekspor Vietnam ke RRT

menunjukkan IS positif artinya jenis-jenis barang tersebut memiliki kekuatan memasuki pasar di negara RRT kecuali jenis produk *Silk* HS 261 dan *Wool and Other* HS 268 yang mempunyai IS nol selama lima tahun.

Tabel 8. *Initial Specialization* TPT Vietnam di RRT, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	IS 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[263] Cotton	2,9E-08	9,11E-09	2,48E-09	1,27E-08	5,44E-08	1,08E-07
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	5,78E-07	1,81E-07	4,93E-08	2,53E-07	1,08E-06	2,14E-06
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	2,42E-09	7,6E-10	2,07E-10	1,06E-09	4,54E-09	8,99E-09
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	6,06E-09	1,9E-09	5,17E-10	2,65E-09	1,13E-08	2,25E-08
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	2,01E-07	6,32E-08	1,72E-08	8,81E-08	3,77E-07	7,47E-07
[651] Textile yarn	9,94E-06	3,12E-06	8,48E-07	4,35E-06	1,86E-05	3,69E-05
[652] Cotton fabrics, woven	4,94E-08	1,55E-08	4,21E-09	2,16E-08	9,24E-08	1,83E-07
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	4,75E-07	1,49E-07	4,05E-08	2,08E-07	8,9E-07	1,76E-06
[654] Other textile fabrics, woven	4,62E-09	1,45E-09	3,94E-10	2,02E-09	8,65E-09	1,71E-08
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	4,57E-07	1,43E-07	3,9E-08	2E-07	8,55E-07	1,69E-06
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons	2,79E-08	8,76E-09	2,38E-09	1,22E-08	5,23E-08	1,04E-07
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	4,61E-07	1,44E-07	3,93E-08	2,01E-07	8,62E-07	1,71E-06
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	9,88E-08	3,1E-08	8,42E-09	4,32E-08	1,85E-07	3,66E-07
[659] Floor coverings, etc.	1,01E-09	3,16E-10	8,59E-11	4,41E-10	1,89E-09	3,74E-09
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	1,13E-06	3,56E-07	9,67E-08	4,96E-07	2,12E-06	4,2E-06
[842] Women's clothing, of textile fabrics	7,91E-07	2,48E-07	6,74E-08	3,46E-07	1,48E-06	2,93E-06
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	1,59E-07	4,99E-08	1,36E-08	6,96E-08	2,98E-07	5,9E-07
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	2,99E-07	9,38E-08	2,55E-08	1,31E-07	5,6E-07	1,11E-06
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	9,55E-07	3E-07	8,15E-08	4,18E-07	1,79E-06	3,54E-06
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	1,45E-08	4,54E-09	1,24E-09	6,33E-09	2,71E-08	5,37E-08
[848] Articles of apparel, clothing access.	6,99E-08	2,19E-08	5,96E-09	3,06E-08	1,31E-07	2,59E-07

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

Produk ekspor TPT antara Indonesia dan Vietnam ternyata pengembangan produk TPT Vietnam lebih tinggi memasuki pasar ekspor RRT sedangkan pengembangan produk ekspor TPT Indonesia ke RRT masih relatif kecil. Hal ini terlihat nilai IS yang positif dan lebih tinggi dibandingkan dengan Indonesia. Hasil IS jenis produk ekspor Indonesia ke RRT tahun 2011 saja yang positif, namun sampai tahun 2015 IS Indonesia mempunyai hasil

negatif, yang berarti pengembangan jenis produk TPT Indonesia masih mengalami kesulitan.

***Initial Specialization* Ekspor TPT Indonesia ke Amerika Serikat**

Tabel 9 menunjukkan bahwa selama lima tahun yaitu (2011-2015) hampir seluruh TPT yang menjadi komoditas baru TPT yang diekspor Indonesia ke Amerika Serikat menunjukkan IS positif kecuali produk *Silk* HS 261 dan *Wool and Other* HS 268.

Tabel 9. *Initial Specialization* TPT Indonesia di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	IS 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[263] Cotton	2,01E-08	-1,4E-08	7,35E-09	7,25E-09	-5,7E-09	1,45E-08
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	9,59E-11	-6,9E-11	3,5E-11	3,46E-11	-2,7E-11	6,94E-11
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	1,84E-07	-1,3E-07	6,72E-08	6,63E-08	-5,2E-08	1,33E-07
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	2,12E-07	-1,5E-07	7,73E-08	7,63E-08	-6E-08	1,53E-07
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	3,36E-12	-2,4E-12	1,23E-12	1,21E-12	-9,6E-13	2,43E-12
[651] Textile yarn	9,58E-07	-6,9E-07	3,5E-07	3,45E-07	-2,7E-07	6,93E-07
[652] Cotton fabrics, woven	3,12E-07	-2,2E-07	1,14E-07	1,12E-07	-8,9E-08	2,26E-07
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	6,14E-08	-4,4E-08	2,24E-08	2,21E-08	-1,7E-08	4,44E-08
[654] Other textile fabrics, woven	1,1E-09	-7,9E-10	4,03E-10	3,98E-10	-3,1E-10	7,98E-10
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	4,51E-08	-3,2E-08	1,65E-08	1,63E-08	-1,3E-08	3,26E-08
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other small wares	1,71E-08	-1,2E-08	6,24E-09	6,15E-09	-4,9E-09	1,23E-08
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	7,94E-08	-5,7E-08	2,9E-08	2,86E-08	-2,3E-08	5,74E-08
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	3,43E-07	-2,5E-07	1,25E-07	1,24E-07	-9,8E-08	2,48E-07
[659] Floor coverings, etc.	1,26E-07	-9E-08	4,59E-08	4,53E-08	-3,6E-08	9,08E-08
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	5,62E-06	-4E-06	2,05E-06	2,03E-06	-1,6E-06	4,06E-06
[842] Women's clothing, of textile fabrics	7,75E-06	-5,6E-06	2,83E-06	2,79E-06	-2,2E-06	5,61E-06
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	3,23E-06	-2,3E-06	1,18E-06	1,16E-06	-9,2E-07	2,33E-06
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	6,14E-06	-4,4E-06	2,24E-06	2,21E-06	-1,7E-06	4,44E-06
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	1,5E-05	-1,1E-05	5,49E-06	5,42E-06	-4,3E-06	1,09E-05
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	3,59E-07	-2,6E-07	1,31E-07	1,29E-07	-1E-07	2,6E-07
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	1,06E-06	-7,6E-07	3,88E-07	3,82E-07	-3E-07	7,67E-07

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

***Initial Specialization* Ekspor TPT Vietnam ke Amerika Serikat**

Untuk IS atas ekspor TPT Vietnam ke Amerika Serikat ternyata hanya ada 5 jenis yang bernilai positif artinya ada 5 pengembangan produk TPT Vietnam di pasaran Amerika Serikat yaitu *Men's Clothing* HS 841, *Women's Clothing* HS 842, *Men's or Boy's Clothing of Textile Fabrics not Knitted or Crocheted* HS 843, *Women's*

Clothing of Textile Knitted or Crocheted HS 844 dan *Article of Apparel* HS 845 (Tabel 10).

Berdasarkan indeks IS, produk TPT Vietnam lebih unggul di pasaran RRT dibanding Indonesia sedangkan di pasaran Amerika Serikat, Vietnam hanya beberapa produk TPT yang mulai dikembangkan sehingga dilihat dari indeks IS Indonesia masih menguasai pasar di Amerika Serikat.

Tabel 10. Initial Specialization TPT Vietnam di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	IS 5 th
[261] Silk	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
[263] Cotton	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	0,000198	0,000196	0,000294	0,000336	0,000452	0,001476
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	0,004617	0,004568	0,006867	0,007842	0,010563	0,034456
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	2,86E-05	2,83E-05	4,25E-05	4,86E-05	6,54E-05	0,000213
[651] Textile yarn	0,008361	0,008272	0,012435	0,014201	0,019129	0,062397
[652] Cotton fabrics, woven	8,56E-05	8,47E-05	0,000127	0,000145	0,000196	0,000639
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	0,004456	0,004408	0,006627	0,007568	0,010194	0,033253
[654] Other textile fabrics, woven	0,000145	0,000144	0,000216	0,000247	0,000332	0,001084
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	0,001874	0,001854	0,002787	0,003183	0,004287	0,013985
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other small wares	0,000956	0,000945	0,001421	0,001623	0,002186	0,007132
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	0,08239	0,081516	0,122541	0,139939	0,1885	0,614885
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	0,035676	0,035298	0,053062	0,060596	0,081624	0,266255
[659] Floor coverings, etc.	7,73E-05	7,65E-05	0,000115	0,000131	0,000177	0,000577
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	0,407021	0,402703	0,605377	0,691325	0,931226	3,037652
[842] Women's clothing, of textile fabrics	0,487317	0,482147	0,724805	0,827708	1,114937	3,636914
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	0,251887	0,249214	0,37464	0,427829	0,576293	1,879864
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	0,433948	0,429344	0,645427	0,737061	0,992833	3,238613
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	0,897008	0,887492	1,334154	1,523569	2,052274	6,694497
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	0,023633	0,023383	0,035151	0,040141	0,054071	0,17638
[848] Articles of apparel, clothing access., excluding textile	0,057635	0,057024	0,085723	0,097893	0,13186	0,43014

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

3) Adaptations

Adaptiveness Produk Ekspor TPT Indonesia ke RRT

Produk ekspor TPT Indonesia yang memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan keinginan pasar di RRT adalah mempunyai hasil (A) positif dan dapat ditunjukkan pada Tabel 11, yaitu *Cotton* HS 263, *Other Man Made Fibre Suitable for Spinning* HS 267, *Worn Clothing and other Worn Textile Articles* HS 269, *Knitted or Crocheted Fabrics* HS 655,

Men's or Boy's Clothing HS 843, *Clothing Accessories* HS 846 dan *Articles of Apparel* HS 848. Sebaliknya hasil (A) negatif menunjukkan bahwa produk-produk tersebut tidak memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan selera pasar di RRT yaitu *silk*, *Vegetable textile fibres*, *synthetic fibres*, *wool and other animal hair* dan lain-lain. Dukungan pemerintah diperlukan agar produk-produk tersebut dapat diminati di pasar RRT.

Tabel 11. *Adaptation* TPT Indonesia di RRT, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia	2011	2012	2013	2014	2015	A 5 th
[261] Silk	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
[263] Cotton	8,44E-09	4,37E-08	4,71E-08	1,15E-08	9,03E-09	1,2E-07
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	1,44E-08	3,65E-08	-4,4E-08	-1,12E-07	8,05E-09	-9,66E-08
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	-7,02E-09	2,84E-09	5,42E-09	-1,91E-08	-7,85E-09	-2,57E-08
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	1,39E-07	4,61E-07	-8,74E-08	7,75E-08	1,53E-07	7,43E-07
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	3,78E-08	7,31E-08	-2,36E-08	-3,83E-08	-7,08E-09	4,19E-08
[651] Textile yarn	-6,02E-07	-1,8E-06	4,59E-07	-2,19E-06	5,98E-07	-3,54E-06
[652] Cotton fabrics, woven	-4,4E-08	8,14E-08	9,35E-09	-6,67E-08	4,24E-10	-1,95E-08
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	-4,2E-08	-1,02E-09	-8,49E-09	-6,02E-08	3,55E-08	-7,63E-08
[654] Other textile fabrics, woven	-4,48E-10	-1,1E-09	4,31E-10	-7,3E-10	3,51E-10	-1,5E-09
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	-4,48E-08	1,09E-07	1,54E-09	3,34E-08	1,11E-08	1,11E-07
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other small ware	-2,56E-09	-2,09E-09	9,71E-09	-6,13E-09	-1,6E-09	-2,67E-09
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	-5,19E-08	-2,35E-07	4,03E-08	1,35E-07	1,36E-08	-9,79E-08
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	-1,5E-08	-8,3E-08	-7,04E-09	-1,78E-09	-3,16E-08	-1,38E-07
[831] Travel goods, handbags & similar containers	-7,46E-09	-1,01E-07	-5,41E-09	-7,81E-08	2,7E-08	-1,65E-07
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	4,15E-08	-1,09E-07	4,57E-08	-3,6E-07	1,3E-07	-2,52E-07
[842] Women's clothing, of textile fabrics	5,97E-09	-1,86E-07	6,12E-08	-2,7E-07	1,49E-07	-2,39E-07
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	1,22E-08	-1,99E-08	2,22E-08	-5,67E-08	5,69E-08	1,47E-08
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	2,04E-08	-5,99E-08	4,9E-08	-1,25E-07	7,07E-08	-4,44E-08
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	5,46E-08	-3,65E-07	5,82E-08	-4,28E-07	2,76E-07	-4,04E-07
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	4,68E-09	7,62E-09	4,06E-11	-1,14E-08	8,78E-09	9,71E-09
[848] Articles of apparel, clothing access.	-1,55E-08	1,22E-08	-2,32E-09	-1,61E-08	2,41E-08	2,33E-09

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

***Adaptiveness* Produk Ekspor TPT Vietnam ke RRT**

Produk ekspor TPT Vietnam yang memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan selera pasar di RRT adalah ditunjukkan pada Tabel

12, antara lain jenis barang *Cotton* HS 263, *Other Textile Fabrics Woven* HS 654, *Knitted or Crocheted Fabrics* HS 655, *Floor Coverings* HS 659, *Clothing Accessories of Textiles Fabrics* HS 846.

Tabel 12. *Adaptation* TPT Vietnam di RRT, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil Vietnam	2011	2012	2013	2014	2015	A 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	-7,69E-10	1,14E-09	0,00000
[263] Cotton	4,14E-09	-5,32E-08	-1,15E-08	1,52E-08	8,91E-08	4,38E-08
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	-3,18E-08	1,48E-08	2,45E-08	5,6E-08	-3,66E-07	-3,02E-07
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	-7,22E-09	-4E-10	5,69E-11	5,85E-10	-6,23E-09	-1,32E-08
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	-8,78E-10	-1,77E-08	4,05E-09	0,0000	0,0000	0,0000
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,0000	0,0000	0,0000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	5,39E-08	-1,23E-07	2,75E-08	2,92E-08	-1,33E-07	-1,45E-07
[651] Textile yarn	-1,07E-07	-1,3E-06	-9,72E-07	1,34E-06	-6,48E-06	-7,52E-06
[652] Cotton fabrics, woven	-2,44E-09	-4,71E-10	-3,98E-09	-2,88E-09	3,99E-08	3,02E-08
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	-2,72E-08	6,22E-08	1,35E-09	-3,88E-09	-2,22E-07	-1,9E-07
[654] Other textile fabrics, woven	-1,65E-09	3,7E-10	2,97E-10	-1,21E-10	2,14E-09	1,04E-09
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	2,15E-08	5,54E-08	-7,72E-09	2,3E-09	5,06E-07	5,78E-07
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other	-5,93E-10	-1,41E-08	-6,23E-10	1,95E-09	-4,03E-08	-5,36E-08
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	2,43E-10	6,35E-08	-1,91E-08	3,81E-08	-3,93E-07	-3,1E-07
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	5E-09	3,12E-09	-2,05E-08	-2,97E-09	-2,25E-08	-3,79E-08
[659] Floor coverings, etc.	5,71E-11	6,29E-10	-5,81E-11	-4,23E-11	-4,34E-11	5,42E-10
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	1,08E-07	3,91E-08	-1,07E-07	9,93E-08	-3,9E-07	-2,51E-07
[842] Women's clothing, of textile fabrics	9,37E-08	-1,23E-07	-1,45E-07	6,9E-10	-1,37E-07	-3,1E-07
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	3,06E-09	-6,83E-08	-4,91E-08	2,23E-08	5,26E-08	-3,94E-08
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	4,16E-08	-4,83E-08	-4,96E-08	1,02E-07	-1,77E-07	-1,31E-07
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	1,1E-07	-2,23E-07	-2,33E-07	2,07E-07	-2,74E-07	-4,12E-07
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	6,7E-10	-8,62E-10	-2,65E-09	1,28E-08	-2,54E-09	7,42E-09
[848] Articles of apparel, clothing access.	8,42E-09	-5,94E-08	2,14E-10	-1,15E-08	-1,18E-08	-7,4E-08

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

Dari hasil (A) TPT dua negara ke pasar RRT, baik Indonesia dan Vietnam sama-sama mempunyai beberapa jenis produk ekspor TPT yang mempunyai kemampuan untuk dapat beradaptasi dengan keinginan dan selera atau situasi pasar di RRT.

***Adaptiveness* Produk Ekspor TPT Indonesia ke Amerika Serikat**

Produk ekspor TPT Indonesia yang memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan keinginan pasar di Amerika Serikat antara lain adalah *Cotton* HS

263, *Synthetic Fibres Suitable for Spinning* HS 266, *Other Man Made Fibres Suitable for Spinning* HS 267, *Knitted or Crocheted Fabrics* HS 655, *Special Yam, Special Textile Fabrics and Related* HS 657 dan *Floor Covering* HS 659 (Tabel 13). Sebaliknya produk tidak memiliki kemampuan untuk beradaptasi di pasar Amerika Serikat antara lain adalah *silk*, *Vegetable Textile Fibres*, *Synthetic Fibres*, *Wool and Other Animal Hair*, *Textile Yarn* dan lain-lain.

Tabel 13. *Adaptation* TPT Indonesia di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	A 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[263] Cotton	5,17E-09	2,28E-08	-6,3E-09	-1,3E-11	1,57E-09 -3,34E-11	2,33E-08
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	-7,6E-11	-3,2E-10	-2,3E-10	-4,2E-15	11	-6,6E-10
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	4,05E-08	1,66E-08	-2,6E-08	1,29E-10	9,55E-09	4,04E-08
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	-4,1E-08	9,56E-08	-5,4E-08	1,2E-10	2,45E-08	2,43E-08
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	5,47E-11	0,0000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	5,14E-12	-4,6E-12	0,00000	0,00000	-6,4E-11	0,0000
[651] Textile yarn	9,68E-09	-7,8E-08	-7,1E-08	8,88E-10	-4,7E-08	-1,9E-07
[652] Cotton fabrics, woven	-5,7E-09	-4,5E-08	-2,3E-08	2,45E-10	-1,2E-08	-8,6E-08
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	1,16E-08	1,71E-09	-1,1E-08	3,53E-11	-9,4E-09	-7,3E-09
[654] Other textile fabrics, woven	-2,3E-10	-3,9E-09	-2,8E-09	-2,5E-11	1,18E-09	-5,7E-09
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	2,73E-08	-6,1E-10	-1,4E-08	2,98E-11	-9,8E-10	1,19E-08
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other	-2,8E-11	-2,2E-08	4,99E-10	1,21E-11	5,76E-09	-1,6E-08
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	8,26E-09	8,88E-09	1,44E-08	-2E-10	-6,6E-09	2,47E-08
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	-8,2E-08	1,7E-08	2,06E-08	1,05E-10	-2,5E-09	-4,7E-08
[659] Floor coverings, etc.	1,06E-08	1,89E-08	6,7E-09	1,73E-10	-4,2E-10	3,59E-08
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	-1,6E-07	-4,3E-07	-2,1E-08	1,59E-09	-3,2E-07	-9,3E-07
[842] Women's clothing, of textile fabrics	1,94E-07	-8,5E-07	4,41E-07	5,73E-09	-4,5E-07	-6,6E-07
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	1,61E-07	-6,2E-07	-1,1E-07	2,82E-09	-1,4E-08	-5,9E-07
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	4,73E-08	-1,1E-06	-3,9E-07	-3,1E-10	-7,4E-08	-1,5E-06
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	3,28E-07	-2,4E-06	-2E-06	5,72E-09	-5,7E-07	-4,6E-06
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	3,16E-08	-9,2E-08	-2,6E-08	-4,7E-10	-3,5E-08	-1,2E-07
[848] Articles of apparel, clothing access.	6,34E-08	-1,1E-07	-1,2E-07	3,57E-10	-1,1E-07	-2,8E-07

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

***Adaptiveness* Produk Ekspor TPT Vietnam ke Amerika Serikat**

Hasil (A) untuk jenis-jenis produk ekspor TPT Vietnam lebih dominan negatif yang berarti memiliki kesulitan untuk beradaptasi dengan keinginan/ selera pasar di Amerika Serikat. Namun ada beberapa jenis barang

selama lima tahun mempunyai rata-rata masih relatif baik untuk beradaptasi dengan keinginan dan selera pasar di Amerika Serikat seperti *Cotton*, *Synthetic Fibres*, *Other Man-Made Fibres*, *Knitted of Crocheted Fabrics*, *Special Yarn* dan *Floor Coverings* (Tabel 14).

Tabel 14. *Adaptation* TPT Vietnam di Amerika Serikat, 2011-2015

Tekstil dan Produk Tekstil	2011	2012	2013	2014	2015	A 5 th
[261] Silk	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[263] Cotton	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[265] Vegetable textile fibres, not spun; waste of them	-1,4E-05	1,7E-06	6,46E-06	5,67E-06	-2,9E-06	-3,4E-06
[266] Synthetic fibres suitable for spinning	-0,00078	2,51E-05	-0,00055	0,000517	-0,00051	-0,0013
[267] Other man-made fibres suitable for spinning	0,00000	0,00000	0,00000	-6,5E-08	0,00000	0,00000
[268] Wool and other animal hair (incl. wool tops)	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
[269] Worn clothing and other worn textile articles	-2,5E-06	2,89E-07	-4,6E-07	9,16E-07	8,74E-07	-8,5E-07
[651] Textile yarn	-0,00147	7,05E-05	0,000269	0,000338	-0,00147	-0,00227
[652] Cotton fabrics, woven	-1,5E-05	7,11E-07	2,62E-07	1,98E-06	-1E-05	-2,2E-05
[653] Fabrics, woven, of man-made fabrics	-0,00089	3,01E-05	7,68E-05	0,000453	-0,00087	-0,00119
[654] Other textile fabrics, woven	-2,3E-05	1,24E-06	-9,3E-06	2,71E-06	-9,8E-07	-2,9E-05
[655] Knitted or crocheted fabrics, n.e.s.	-0,00035	1,35E-05	-0,00017	0,000142	-0,00024	-0,0006
[656] Tullies, trimmings, lace, ribbons & other	-0,00017	5,85E-06	-1,3E-06	0,00014	-0,00017	-0,0002
[657] Special yarn, special textile fabrics & related	-0,01547	0,000642	-0,00038	0,004913	-0,01191	-0,02221
[658] Made-up articles, of textile materials, n.e.s.	-0,00603	0,00025	-0,00058	0,002581	-0,00506	-0,00883
[659] Floor coverings, etc.	-2,4E-06	6,09E-07	5,89E-06	2,5E-05	-6,6E-05	-3,6E-05
[841] Men's clothing of textile fabrics, not knitted	-0,07057	0,002917	-0,00184	0,034198	-0,06494	-0,10024
[842] Women's clothing, of textile fabrics	-0,08016	0,003323	-0,00262	0,037412	-0,07268	-0,11472
[843] Men's or boy's clothing, of textile, knitted, croche.	-0,0449	0,001701	0,000845	0,024593	-0,04223	-0,05999
[844] Women's clothing, of textile, knitted or crocheted	-0,07258	0,002794	-0,00438	0,043352	-0,08144	-0,11225
[845] Articles of apparel, of textile fabrics, n.e.s.	-0,15177	0,006252	-0,01113	0,072986	-0,13005	-0,21371
[846] Clothing accessories, of textile fabrics	-0,00431	0,00015	-0,00017	0,0029	-0,00482	-0,00625
[848] Articles of apparel, clothing access.	-0,00993	0,000413	-0,00098	0,004455	-0,00737	-0,01341

Sumber : UN Comtrade (2016) diolah

Kedua negara mempunyai kemampuan untuk beradaptasi memasuki pasar ekspor jenis barang TPT di pasaran RRT namun produk TPT Vietnam relatif tidak mempunyai jenis barang TPT yang dapat beradaptasi di pasar Amerika Serikat.

Determinan Kinerja Ekspor TPT Indonesia dan Vietnam

Hasil penelitian ini yang menggunakan regresi dengan lima model untuk menggambarkan bahwa hubungan antara variabel-variabel

independen (nilai tukar riil, tarif, GDP negara tujuan, dan FDI sektor manufaktur negara asal) mayoritas sesuai teori meskipun hanya ditemukan di model-model tertentu. Hanya satu temuan dimana tarif produk manufaktur di Amerika Serikat dan RRT ternyata berbanding lurus dengan ekspor TPT Vietnam ke kedua negara tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan data tarif yang merupakan rerata tertimbang untuk seluruh produk manufaktur, bukan TPT secara spesifik.

Tabel 15. Hasil Model Determinasi Daya Saing TPT Indonesia dan Vietnam ke AS dan RRT

Model	Menurut Asal Negara dan Pasar Ekspor	Menurut Asal Negara Ekspor		Menurut Pasar Tujuan Ekspor	
Variabel	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
ln_rer	0.416 (0.561)	-0.092 (0.175)	3.414*** (1.225)	0.512 (0.829)	-0.505 (0.527)
tariff	-0.003 (0.068)	0.045 (0.028)	0.296*** (0.065)	-1.886** (0.881)	-0.032 (0.403)
ln_gdp	0.732 (0.720)	1.652*** (0.274)	3.123*** (0.350)	-2.325 (3.635)	0.718 (0.575)
ln_fdi	1.549*** (0.181)	0.057 (0.889)	2.116*** (0.225)	1.534*** (0.302)	1.046*** (0.218)
Observasi	88	44	44	44	44
R ²	0.771	0.635	0.932	0.712	0.671

Keterangan:

- Model 1 adalah keseluruhan INA ke USA, INA ke RRT, VIE ke USA, VIE ke RRT;
- Model 2 adalah INA ke USA dan INA ke RRT;
- Model 3 adalah VIE ke USA dan VIE ke RRT;
- Model 4 adalah INA ke USA dan VIE ke USA;
- Model 5 adalah INA ke RRT dan VIE ke RRT.

Dari hasil regresi dengan lima model yang kemudian memilah menjadi 3, dimaksudkan untuk melihat variasi hasil regresi di lihat dari kesesuaian dengan teori yang menyatakan bahwa daya saing dipengaruhi oleh nilai tukar riil, tarif yang berlaku, GDP negara tujuan dan FDI sektor manufaktur negara asal, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Model menurut asal negara dan pasar tujuan ekspor (model 1), yang menggunakan keseluruhan data

hubungan dagang Indonesia ke AS, Indonesia ke RRT, Vietnam ke AS dan Vietnam ke RRT, didapat bahwa daya saing (RCA) TPT dipengaruhi secara signifikan oleh FDI di sektor manufaktur di negara asal dibanding dengan faktor lain baik nilai tukar riil, tarif dan GDP negara tujuan.

Model menurut negara asal ekspor (model 2 dan 3), yang menggunakan data hubungan dagang Indonesia ke AS dan Indonesia ke RRT, serta data hubungan dagang Vietnam ke AS dan

Vietnam ke RRT didapat bahwa daya saing ekspor TPT untuk Indonesia sangat dipengaruhi faktor GDP negara tujuan sedangkan Vietnam sangat dipengaruhi oleh faktor nilai tukar riil, tarif, GDP negara tujuan dan FDI di sektor manufaktur Vietnam.

Model menurut negara pasar tujuan ekspor (model 4 dan 5) yang menggunakan keseluruhan data hubungan Indonesia ke AS dan Vietnam ke AS serta data hubungan dagang Indonesia ke RRT dan hubungan dagang Vietnam ke RRT, didapat hasil bahwa untuk pasar AS dipengaruhi signifikan secara negatif oleh tarif serta positif oleh faktor FDI dan GDP negara tujuan serta secara positif oleh faktor FDI sektor manufaktur negara asal. Sedangkan untuk tujuan pasar ekspor RRT sangat dipengaruhi oleh faktor FDI sektor manufaktur negara asal.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Daya saing TPT Indonesia saat ini masih relatif kuat. Hasil RCA selama lima tahun (2010-2015) menunjukkan bahwa nilai RCA beberapa item TPT Indonesia masih lebih besar dari 1. Dari hasil CMSA, menunjukkan bahwa daya saing produk TPT kedua negara masih relatif lemah di pasar ekspor

RRT. Sedangkan daya saing TPT kedua negara di pasar ekspor AS relatif kuat untuk beberapa jenis produk TPT.

Secara spesifik, beberapa jenis TPT Indonesia mempunyai daya saing kuat dibanding Vietnam. Untuk pengembangan produk TPT ternyata lebih banyak dilakukan Vietnam ke pasar ekspor RRT sedangkan Indonesia masih relatif kecil. Untuk pengembangan produk TPT ke pasar ekspor AS banyak dikuasai oleh jenis produk TPT Indonesia, sedangkan Vietnam hanya mempunyai beberapa jenis produk TPT saja. Jenis produk TPT Indonesia dan Vietnam ternyata mempunyai kemampuan untuk beradaptasi di pasar ekspor RRT. Namun, Vietnam tidak mempunyai jenis TPT yang dapat beradaptasi di pasar ekspor AS.

Untuk itu perlu dikembangkan beberapa jenis TPT Indonesia yang mampu beradaptasi dengan keinginan dan selera pasar RRT antara lain *Cotton, Other Man-Made Fibres Suitable for Spinning, Worn Clothing and Other Worn Textile Articles, Knitted or Crocheted Fabrics, Men's or Boy's Clothing of Textile, Knitted, Croche, dan Articles of Apparel Clothing Access*. Sedangkan jenis produk TPT yang perlu dikembangkan agar mampu

beradaptasi dengan keinginan pasar di AS antara lain *Cotton, Synthetic Fibres Suitable for Spinning, Other Man-Made Fibres Suitable for Spinning, Other Man-Made Fibres Suitable for Spinning, Knitted or Crocheted Fabrics, Special Yarn, Special Textile Fabrics* dan *Floor Coverings*.

Hasil determinasi daya saing ekspor TPT asal Indonesia dan Vietnam ke pasar tujuan ekspor AS dan RRT sangat dipengaruhi oleh FDI sektor manufaktur negara asal. Menurut negara asal ekspor, determinasi daya saing ekspor TPT Indonesia sangat dipengaruhi faktor GDP negara tujuan sedangkan Vietnam sangat dipengaruhi oleh faktor nilai tukar riil, tarif, GDP negara tujuan dan FDI sektor manufaktur negara asal. Menurut daya saing negara pasar tujuan ekspor, determinasi daya saing ekspor TPT pasar AS dipengaruhi secara negatif oleh faktor tarif dan GDP negara tujuan serta secara positif oleh faktor FDI sektor manufaktur negara asal. Sedangkan untuk tujuan pasar ekspor RRT sangat dipengaruhi oleh faktor FDI sektor manufaktur negara asal.

Daya saing ekspor TPT Indonesia perlu ditingkatkan dengan senantiasa mencermati perkembangan

dan dinamika FDI sektor manufaktur negara asal serta GDP negara tujuan. Demikian juga senantiasa mencermati negara tujuan ekspor AS berupa faktor tarif, GDP negara tujuan dan FDI sektor manufaktur negara asal. Sedangkan negara tujuan ekspor RRT berupa FDI sektor manufaktur negara asal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada reviewer yang telah memberikan saran dan perbaikan demi kesempurnaan artikel ini. Demikian juga ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Kepala Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan yang telah memberikan motivasi kepada penulis. Tidak lupa, disampaikan ucapan terima kasih kepada Saudara Ahmad Fikri Aulia staf Pusat Kebijakan Ekonomi Makro Badan Kebijakan Fiskal serta rekan rekan yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, P. Pandu. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Turunannya di Kawasan Amerika Eropa Asia dan Australia. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor
- Balassa. (1989). Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development. New York: Harvester wheatsheaf.

- Basri, F. & Munandar, H. (2010). *Dasardasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif*. Jakarta. Kencana. Prenada Media Grup
- Erkan, B. & Sarıçoban, K. (2014). Comparative Analysis of the Competitiveness in the Export of Science-Based Goods Regarding Turkey and the EU+13 Countries. *International Journal of Business and Social Science*, 5, 8(1), 117-130
- Imawan, R. (2002). Peningkatan Daya saing: Pendekatan Paradigmatik-Politis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Universitas Gajah Mada. Volume 6 Th. 1 Juli 2002.
- Kemendag. (2015). *Rencana Strategis Kementerian Perdagangan tahun 2015-2019*
- Kemenperin. (2015a). *Revitalisasi Permesinan Industri TPT* (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/20/Revitalisasi-Permesinan-Industri-TPT> diunduh 26 Juni 2017 jam 14:54)
- Kemenperin. (2015b). *Tekstil Andalan Persaingan di ASEAN dalam Berita Industri Kementerian Perindustrian* (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6072/Tekstil-Andalan-Persaingan-di-ASEAN> diunduh 16 Maret 2017 jam 10:10)
- Kurniadi S. Dedi, dkk. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Produk Tekstil di PT Priangan Sentosa Tasikmalaya Jawa Barat. *Jurnal Manajemen IKM*. Institut Teknologi Pertanian Bogor. Vol. 12 No. 1. Februari 2017.
- Lotfi, B. & Karim, M. (2016). Dutch Disease and Changes of the Productive Structure in Moroccan Economy. An Analysis Using VECM, *Advances in Management & Applied Economics*, Vol. 6, no. 4, 2016, 25-44
- Nurlatifah, H. (2011). Analisis Daya Saing Produk-produk Indonesia di Pasar China. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*. Vol. 1, No. 1, Maret 2011
- OTEXA. South Korea. (2015). *Market Reports, Textiles, Apparel, Footwear, and Travel Goods*, (<http://web.ita.doc.gov/tacgi/overseasnew.nsf/country/KoreaSouth>). diunduh 17 Mei 2017 jam 14:56
- Permatasari, K. U. I Gusti & Rusatariyani, D. Surya. (2014). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia di Kawasan ASEAN Periode 2003-2012, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, E- Jurnal EP Unud. 4 [7] : 855-872
- Ragimun. (2010). Analisis Kinerja Industri TPT Indonesia, *Jurnal Ekonomi Keuangan*, Vol 14 no. 4, Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan
- Rosalina, A. (2013). Analisis Daya Saing Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Propinsi Jawa Barat tahun 1981-2010. Skripsi. Departemen Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor
- Tambunan, T. (2001). *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran, Teori dan temuan Empiris*, LP3ES, Jakarta
- Tyszynski, H. (1951). *World Trade in Manufactured Commodities, 1899-1950*, The Manchester School 19, 272-304
- United Nations, Statistics Division. (2016). *Commodity Trade Statistics Database*, www.comtrade.un.org/db/.

DAYA SAING EKSPOR PRODUK MAKANAN OLAHAN INDONESIA KE TIMUR TENGAH

The Competitiveness of Indonesian Processed Food Export to the Middle East

Hasni

Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri, BPPP, Kementerian Perdagangan-RI,
Jl. M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta Pusat 10110, Indonesia
e-mail: hasni.melati@gmail.com

Naskah diterima: 13/02/2018; Naskah direvisi: 04/04/2018; Disetujui diterbitkan: 12/11/2018
Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia di sepuluh negara Timur Tengah dan rekomendasi kebijakannya. Data yang digunakan adalah data sekunder dan diolah dengan metode RCA dinamis. Hasil penghitungan RCA dinamis menunjukkan bahwa posisi daya saing produk makanan olahan dengan kategori *Lagging Opportunity* dan *Lost Opportunity* berpotensi untuk ditingkatkan ekspornya ke Timur Tengah. Produk makanan olahan yang perlu ditingkatkan ekspornya adalah minuman ringan, snack/camilan dan makanan olahan lainnya. Peningkatan ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah dapat dilakukan dengan cara a) meningkatkan peran Atase Perdagangan dan ITPC untuk memperoleh informasi pasar, serta melakukan promosi ekspor, b) melakukan koordinasi di dalam dan luar negeri untuk memperoleh sertifikasi keamanan produk makanan olahan yang berorientasi ekspor, c) mempercepat perjanjian perdagangan untuk memperluas akses pasar melalui penurunan tarif impor makanan olahan dari Indonesia, d) memberikan pelatihan dan pendampingan kepada eksportir UKM termasuk desain dan pengemasan, dan e) merundingkan penyederhanaan dokumen ekspor dengan biaya yang terjangkau.

Kata Kunci: Makanan Olahan, Ekspor, Timur Tengah, RCA Dinamis

Abstract

The objectives of this study are to analyze the competitiveness of Indonesian processed food exports in the ten Middle East countries and formulate recommendations to increase Indonesia's processed food exports to those countries. The data used in this study was secondary data and estimated by using dynamic RCA method. By using the dynamic RCA method, it was found that the position of the competitiveness of processed food products in the Lagging Opportunity and Lost Opportunity categories have potential to be increased as exports products to the Middle East. These processed products are soft drinks, snacks and other processed foods. The processed food products export to the Middle East can be increased by: a) encouraging Indonesia's Trade Representatives (Trade Attaches and ITPC) to facilitate doing business between Indonesia and Middle East, b) coordinating domestic and foreign stakeholders to obtain export-oriented food safety certification, c) accelerating the establishment of trade agreements to expand market access through reduced tariffs on imported processed foods from Indonesia, d) increasing competitiveness of export products by providing training and assistance to SME exporters including design and packaging, and e) Negotiating to simplify export documents process at affordable costs.

Keywords: Processed Food, Export, Middle East, Dynamic RCA

JEL Classification: C02, F13, H30, O24

PENDAHULUAN

Salah satu tujuan penting Kementerian Perdagangan adalah meningkatkan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa (Kementerian Perdagangan, 2015). Sektor makanan olahan merupakan salah satu andalan ekspor Indonesia, hal ini terlihat dari fakta bahwa di tengah melambatnya kinerja ekspor non migas, ekspor makanan olahan masih tumbuh 5,8% per tahun selama periode 2012-2016, sedangkan ekspor non migas mengalami perlambatan 8,1%/tahun pada periode yang sama (BPS, 2017a). Oleh karena itu, peningkatan ekspor makanan olahan diharapkan dapat memacu peningkatan ekspor non migas. Industri makanan olahan penting dikembangkan karena kontribusi industri makanan, minuman dan tembakau terhadap PDB pada tahun 2014 mencapai 7,15%, berada pada posisi kedua dalam sektor industri pengolahan setelah industri alat angkut, mesin dan peralatannya yang menyumbang 8,75% (BPS, 2017b).

Dalam upaya peningkatan kinerja ekspor nasional, perlu dilakukan diversifikasi ekspor ke pasar non tradisional seperti negara-negara di kawasan Timur Tengah. Negara tradisional adalah negara yang selalu

masuk dalam 5 besar sebagai negara tujuan ekspor non migas Indonesia selama 42 tahun terakhir sejak tahun 1970-2011, yaitu Uni Eropa, Jepang dan Amerika Serikat. Sedangkan negara lainnya didefinisikan sebagai negara non tradisional (Puskadaglu, 2013). Hal ini dimaksudkan agar kinerja ekspor nasional agar tidak bergantung pada negara tradisional yang sudah menjadi mitra dagang utama, tapi juga membuka akses pasar baru yang potensial seperti negara di kawasan Timur Tengah. Perekonomian Timur Tengah yang diprediksi tumbuh 3,1% di tahun 2017 dan 3,3% di tahun 2018 diyakini dapat menjadi tujuan pasar makanan olahan yang menjanjikan. Namun disisi lain, terdapat beberapa hambatan dalam upaya meningkatkan ekspor makanan olahan ke kawasan tersebut. Salah satu hambatan tersebut adalah mahalnya biaya untuk melengkapi dokumen ekspor ke beberapa negara di Timur Tengah.

Pasar ekspor harus dievaluasi sesuai dengan kriteria yang paling penting yaitu ekonomi, politik, sosial dan teknologi, sehingga target pasar ekspor dapat diidentifikasi dengan lebih baik (Miečinskienė et.al., 2014). Berdasarkan data Trademap (2017), impor kawasan Timur Tengah untuk

barang konsumsi seperti makanan olahan mencapai USD 14 miliar di tahun 2015. Sementara itu, impor makanan olahan Timur Tengah dari Indonesia tahun 2015 baru sekitar USD 248 juta atau masih sekitar 1,2% terhadap impor makanan olahan Timur Tengah dari dunia. Namun demikian tren impor makanan olahan asal Indonesia masih menunjukkan peningkatan rata-rata 9,1% per tahun selama periode 2011-2015. Hal ini tentunya menjadikan Timur Tengah merupakan kawasan yang cukup menarik dan potensial sebagai kawasan target peningkatan tujuan ekspor non migas Indonesia, khususnya makanan olahan.

Belum ada penelitian yang melihat secara komprehensif daya saing produk ekspor makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah. Padahal Timur Tengah merupakan kawasan yang memiliki potensi besar untuk peningkatan ekspor produk makanan olahan Indonesia. Jumlah penduduk Timur Tengah yang mencapai 297 juta jiwa dan perekonomian yang tergolong stabil dengan perkiraan rata-rata pertumbuhan PDB sebesar 1,1% hingga 2019 (*World Bank*, 2017). Pemasok makanan olahan di Timur Tengah masih didominasi oleh negara-

negara dari kawasan Uni Eropa dan Timur Tengah sendiri. Sedangkan pangsa makanan olahan Indonesia di pasar Timur Tengah masih relatif rendah, hanya mencapai 1,2% di tahun 2015 (*Trademap*, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia di sepuluh negara Timur Tengah, dimana produk makanan olahan berdasarkan HS 6 digit dilihat posisi daya saingnya di negara-negara tersebut dengan menggunakan metode RCA dinamis. Dari hasil analisis diharapkan terlihat bagaimana posisi daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia. Selanjutnya untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan untuk dapat meningkatkan ekspor produk makanan olahan Indonesia di Timur Tengah dilakukan analisis prioritas alternatif strategi untuk meningkatkan ekspor makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah dengan menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

METODE

Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dinamis, pertama kali diperkenalkan pada tahun 2001 oleh Edwards & Schoer untuk menganalisis daya saing perdagangan Afrika Selatan. Menurut Widyasanti (2010)

keuntungan menggunakan RCA dinamis adalah: (i) mampu mendeskripsikan RCA seiring waktu; dan (ii) dapat menentukan kedudukan produk dalam negara-negara tujuan ekspor, dimana indikator ini

mengelompokkan produk berdasarkan posisi mereka dalam pasar sehingga RCA dinamis lebih bermanfaat dibandingkan RCA tradisional. Indeks RCA dinamis dirumuskan sebagai berikut (Edwards & Schoer, 2001):

$$\frac{\Delta RCA_j}{RCA_j} = \frac{\Delta \left(\frac{X_{i,j}}{\sum_j X_{i,j}} \right)}{\frac{X_{i,j}}{\sum_j X_{i,j}}} - \frac{\Delta \left(\frac{X_{w,j}}{\sum_j X_{w,j}} \right)}{\frac{X_{w,j}}{\sum_j X_{w,j}}} \dots\dots\dots(1)$$

dimana:

RCA_j : Indeks daya saing makanan olahan Indonesia di negara Timur Tengah

X_{ij} : Ekspor makanan olahan Indonesia ke negara Timur Tengah

X_{wj} : Ekspor makanan olahan dunia ke negara Timur Tengah

i : Indonesia

w : Dunia

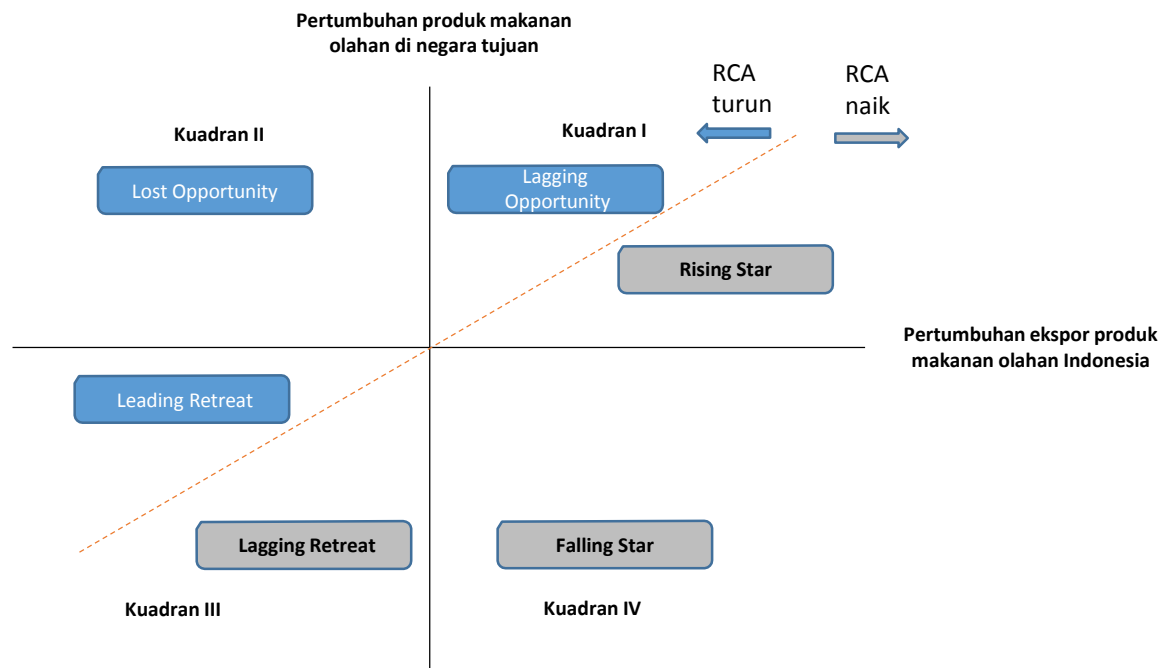
j : Produk makanan olahan

Dalam persamaan 1, bagian pertama pada sebelah kanan tanda sama dengan (*Right Hand Side*) mencerminkan pertumbuhan dalam pangsa komoditas j dalam total perdagangan Indonesia; sementara bagian kedua mencerminkan pertumbuhan dalam pangsa komoditas j dalam perdagangan dunia. Hasil RCA dinamis selanjutnya digambarkan dalam matriks penempatan daya saing ekspor (Tabel 1).

Tabel 1. Matriks Penempatan Daya Saing Ekspor

	Pangsa komoditi j pada ekspor Indonesia		Pangsa komoditi j pada ekspor Timur Tengah		Posisi
RCA naik	↑	>	↑	Bintang bersinar	<i>Rising stars</i>
	↑	>	↓	Bintang redup	<i>Falling stars</i>
	↓	>	↓	Sedang mundur	<i>Lagging retreat</i>
RCA turun	↓	<	↑	Kehilangan peluang	<i>Lost opportunity</i>
	↓	<	↓	Peluang tertinggal	<i>Leading retreat</i>
	↑	<	↑	Kesempatan hilang	<i>Lagging opportunity</i>

Sumber: Edwards & Schoer dalam Widyasanti (2010)



Gambar 1. Posisi Daya Saing Produk Ekspor Menggunakan RCA Dinamis

Sumber: Widyasanti (2010), diolah

Daya saing suatu negara di pasar dunia menentukan perkembangan dan pertumbuhan kinerja perdagangannya. Daya saing terhadap suatu produk ekspor menjadi kunci bagi peningkatan ekspor suatu negara. Oleh karena itu, setiap negara berupaya meningkatkan keunggulan komparatifnya agar menjadi lebih efisien dibandingkan dengan produk negara lain hingga dapat menjadi produk berdaya saing.

Beberapa penelitian telah dilakukan guna mengetahui daya saing suatu produk di beberapa negara di dunia, Ozcelik & Erlat (2013) menganalisis daya saing produk negara Turki serta posisi pasarnya di

Uni Eropa. Penentuan daya saing dianalisis melalui RCA dan RCA dinamis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendaraan bermotor, bahan bangunan tanah liat, jaket perempuan, kain rajutan, sanitasi, pipa dan pemanas, buah, serta aksesoris pakaian merupakan produk sektor tiga digit yang memiliki nilai RCA yang tertinggi ($RCA > 1$). Penelitian ini menyimpulkan bahwa sebagian besar dari produk ekspor Turki mengalami penurunan pangsa ekspor di pasar Uni Eropa.

Sementara itu, Kathuria (2013) melakukan penelitian serupa terkait daya saing ekspor pakaian untuk negara India dan Bangladesh

menggunakan pendekatan RCA dinamis. Penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 1995 India dan Bangladesh memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing pada pakaian dengan jumlah masing-masing 23 produk pakaian dari 34 produk untuk India dan 21 produk pakaian dari 34 produk pakaian untuk Bangladesh. Ditinjau lebih dalam dari hasil analisis RCA dinamis bahwa kedua negara tersebut memiliki daya saing pada produk yang serupa yaitu pada produk dengan kode HS 61 dan 62.

Widyasanti (2010) menganalisis perdagangan bebas regional dan daya saing ekspor dengan studi kasus Indonesia. Pada penelitian ini daya saing yang diteliti merupakan daya saing produk Indonesia yang terlibat dalam perdagangan bebas dalam kerangka *Asean Free Trade Area* (AFTA) dan *Asean China Free Trade Area* (ACFTA) pada tahun 1996-2008. RCA dinamis merupakan metode yang digunakan untuk melihat daya saing tersebut. Berdasarkan hasil analisis, dari 16 kelompok produk hanya satu kelompok produk yang kehilangan daya saingnya di pasar ASEAN yaitu produk sayuran sementara produk lain banyak yang berada pada posisi *rising star* sehingga akan menjadi sangat

menjanjikan bagi Indonesia. Di lihat dari pasar lain seperti Cina, Indonesia berhasil merebut pasar pada produk plastik dan karet, produk mineral dan alas kaki.

Rifin (2013) menganalisis ekspor kakao Indonesia dengan menggunakan metode RCA dan *Almost Ideal Demand System* (AIDS). Hasil menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif biji kakao meskipun tiga negara pesaing memiliki indeks RCA yang lebih tinggi. Sementara itu, biji kakao Indonesia dan Ghana bersifat komplementer. Fakhruddin & Hasni (2009) menganalisis ekspor produk makanan olahan Indonesia yang prioritas dengan metode indeks komposit yang dikembangkan oleh *International Trade Center* (ITC). Dari hasil analisis terungkap bahwa pada periode 2003-2007 makanan olahan prioritas tinggi adalah produk ikan, teh dan tembakau.

Dari berbagai penelitian yang disebutkan sebelumnya, belum ada yang menganalisis tentang posisi daya saing ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah dengan metode RCA dinamis. Penelitian Ozcelik & Erlat (2013) menganalisis berbagai produk Turki ke Uni Eropa, Kathuria (2013) di melihat daya saing produk TPT di India

dan Bangladesh, Rifin (2013) menganalisis ekspor biji kakao dengan metode RCA dan AIDS, Fakhrudin & Hasni (2009) menganalisis produk makanan olahan ekspor Indonesia berdasarkan prioritas. Sedangkan Widyasanti (2010) menggunakan RCA dinamis untuk menganalisis berbagai produk ekspor Indonesia dalam kerangka AFTA dan ACFTA.

Beberapa penelitian juga menggambarkan berbagai hambatan yang dihadapi oleh berbagai negara dalam mengeksport pangan maupun makanan olahan. Penelitian Nugroho (2014) meneliti faktor penghambat ekspor kopi Indonesia. Dimana regulasi mengenai *Ochtratoxin* berdampak pada ekspor kopi Indonesia ke negara eksportir kopi utama, namun dampak tersebut dapat diminimalisir melalui negosiasi bilateral.

Thuong (2017) menganalisis pengaruh *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) terhadap ekspor beras Vietnam menggunakan metode gravitasi. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun PDB, populasi, jarak dan produksi masih merupakan faktor penting, tindakan SPS oleh negara pengimpor memiliki dampak signifikan terhadap ekspor beras Vietnam.

Namun, efek ini menurun saat pendapatan importir meningkat.

Lestari et. al (2013) menganalisis daya saing tuna olahan Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan RCA dan *Competitive Profile Matrix* (CPM). Hasilnya tuna olahan Indonesia mempunyai daya saing lebih tinggi bila dibandingkan dengan tuna beku, namun lebih rendah bila dibandingkan dengan tuna segar. Hambatan yang dihadapi eksportir dalam ekspor tuna olahan adalah tingginya tarif impor di negara mitra dan hambatan non tarif seperti mutu, sanitasi, isu lingkungan, keamanan pangan, kesehatan, dan terorisme.

Sementara itu, Ratanamaneichat & Rakkarn (2013) membahas masalah peraturan impor makanan Indonesia. Indonesia sebagai pasar produk makanan halal terbesar di Asia memandang penting jaminan kualitas produk halal sebagai salah satu strategi keamanan pangan. Persyaratan dan peraturan halal ditekankan pada proses pembuatan halal yang disertifikasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dari tulisan Nugroho (2014), Thuong (2017). Lestari et.al (2013) serta Ratanamaneichat & Rakkarn (2013) dapat disimpulkan bahwa

ekspor makanan atau produk pangan kerap menemukan hambatan di negara tujuan ekspor, hingga akan memengaruhi kinerja ekspor produk. Oleh karena itu, selain melihat posisi daya saing produk makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah, analisis ini juga akan memberikan rekomendasi dalam menghadapi hambatan ekspor produk makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah. Rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah yang ada dalam analisis ini merupakan hasil analisis strategi dengan menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

Metode AHP pertama kali diperkenalkan oleh Saaty (1987) merupakan salah satu instrumen yang dinilai cukup efektif dalam membantu para pemangku kebijakan untuk dapat menetapkan prioritas sehingga didapat keputusan terbaik. Metode AHP juga merupakan metode pengambilan keputusan yang paling banyak digunakan dan telah diaplikasikan dalam berbagai bidang.

Dalam AHP terdapat sejumlah opsi alternatif yang dievaluasi dengan menggunakan beberapa variabel atau kriteria. Prinsip kerja AHP adalah berupa simplifikasi dari keputusan yang

bersifat kompleks dan tidak terstruktur menjadi elemen-elemen (kriteria dan opsi alternatif). Elemen-elemen tersebut disusun secara hierarki untuk kemudian tingkat kepentingan setiap elemen diberikan skor atau bobot secara subyektif terkait tingkat prioritas dari suatu elemen secara relatif dibandingkan dengan elemen yang lain pada tingkatan yang sama dan juga terkait dengan elemen yang berada pada satu tingkat di atasnya (Marimin, 2004). Oleh karena itu, keandalan analisis dengan menggunakan metode AHP sangat bergantung pada persepsi subyektif manusia yang dianggap sebagai ahli representatif di bidangnya sebagai input utama dalam menentukan prioritas.

Dalam analisis AHP, tahapan-tahapan yang digunakan antara lain:

a. *Decomposition*

Setelah permasalahan didefinisikan, maka perlu dilakukan dekomposisi yaitu memecah persoalan yang utuh menjadi beberapa unsur-unsur yaitu tujuan (*goal*) dari suatu kegiatan, perumusan kriteria (*criteria*) untuk memilih prioritas dan identifikasi pilihan-pilihan atau alternatif (*options*).

b. *Comparatif Judgement*

Prinsip ini berarti membuat penilaian prioritas antara dua elemen yang

dipasangkan pada satu tingkatan tertentu berdasarkan atau berkaitan dengan tingkat yang terdapat di atasnya. Penilaian ini merupakan bagian yang paling penting dalam metode AHP. Hasil penilaian tersebut dapat disajikan melalui matrik *pairwise comparison*.

c. *Synthesis of Priority*, melakukan sintesis terhadap prioritas.

Adapun untuk memperoleh input dari AHP maka dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mengundang perwakilan dari para asosiasi dan pelaku usaha terkait guna memperoleh bobot prioritas strategi untuk mengurangi hambatan ekspor makanan olahan ke Timur Tengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

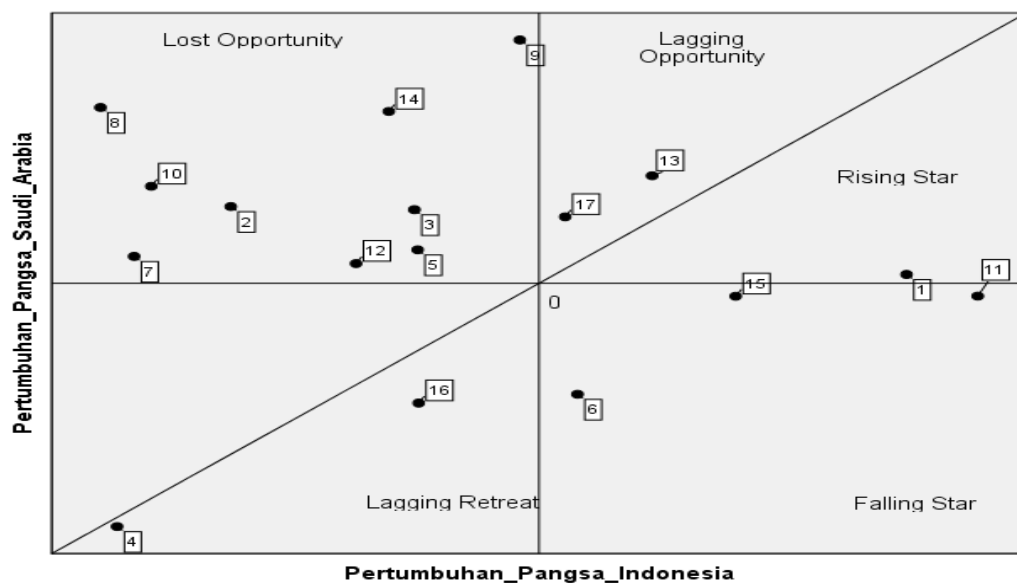
Analisis penentuan daya saing ekspor produk makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah dilakukan terhadap sepuluh negara yang memiliki nilai perdagangan terbesar yaitu; Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Mesir, Oman, Bahrain, Qatar, Kuwait, Iran, Jordania, dan Lebanon.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Arab Saudi

Pertumbuhan ekonomi Arab Saudi yang ditopang dari pendapatan penjualan minyak mengalami perlambatan sejak tahun 2008 seiring

dengan krisis keuangan global dan penurunan harga komoditas dunia. Defisit anggaran akibat merosotnya harga minyak dunia, mendorong Kerajaan Arab Saudi untuk mengembangkan alternatif pendapatan lain diluar minyak bumi. Nilai impor makanan olahan Arab Saudi dari dunia pada periode 2012-2016 mengalami peningkatan 3,5% per tahun.

Hasil perhitungan RCA dinamis terdapat 17 produk makanan olahan Indonesia yang diekspor ke Arab Saudi potensial untuk dikembangkan (Gambar 2). Dari 17 produk terdapat tiga produk yang masuk dalam kuadran I yaitu pada saat pertumbuhan pangsa pasar Indonesia dan Arab Saudi positif yaitu *Food preparation* (HS 210690), *Pineapple juice* (HS 200949) dan *Soya sauce* (HS 210310). Dari ketiga produk tersebut dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu *rising star*, untuk komoditi (1), yang terjadi pada saat peningkatan pangsa pasar Indonesia lebih tinggi dibandingkan peningkatan pangsa pasar Arab Saudi dan *Lagging Opportunity* (LagO) untuk komoditi (13 dan 17), yang terjadi pada saat peningkatan pangsa pasar Indonesia lebih rendah dibandingkan peningkatan pangsa pasar Arab Saudi.



Gambar 2. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Arab Saudi, 2011-2015

Keterangan:

- | | |
|--|--|
| 1. HS 210690 (food preparations) | 9. HS 190190 (malts extract...) |
| 2. HS 190590 (bread, pastry, biscuits and other baker's...) | 10. HS 190210 (Uncooked pasta, not stuffed or otherwise prepared...) |
| 3. HS 190531 (sweet biscuits) | 11. HS 190210 (Uncooked pasta, not stuffed or otherwise prepared...) |
| 4. HS 180620 (Chocolate and other food preparations containing cocoa...) | 12. HS 200811 (Groundnuts, prepared preserved) |
| 5. HS 210390 (preparations for sauces and prepared sauces...) | 13. HS 200949 (Pineapple juice, unfermented...) |
| 6. HS 190532 (waffles and wafers) | 14. HS 180610 (cocoa powder, sweetened) |
| 7. HS 200990 (mixture of fruit juice...) | 15. HS 170410 (Chewin gum...) |
| 8. HS 220210 (waters, include mineral and aerated...) | 16. HS 190230 (pasta, cooked or otherwise prepared) |
| | 17. HS 210310 (soya sauce) |

Dalam Gambar 2, terlihat bahwa produk yang dikategorikan sebagai *rising star* adalah *Food preparation* (HS 210690). Produk ini dikategorikan sebagai *rising star* karena peningkatan pangsa Indonesia untuk produk ini di pasar Arab Saudi cukup besar yaitu 167,69%, sedangkan pangsa impor produk ini terhadap impor total produk makanan Arab Saudi juga mengalami peningkatan sebesar 5,38%. Hal ini terjadi karena dari sisi permintaan impor produk ini mengalami

peningkatan dan Indonesia dapat mengambil keuntungan dengan menambah pangsa hampir dua kali lipatnya. Peningkatan pangsa ini diakibatkan oleh peningkatan ekspor produk *food preparation* ini sebanyak lebih dari tiga kali lipatnya pada periode 2011 dan 2015 sehingga mengakibatkan daya saing produk *Food preparation* Indonesia di pasar Arab Saudi mengalami peningkatan.

Dua produk yang termasuk ke dalam LagO adalah *Pineapple juice*

(HS 200949) dan *Soya sauce* (HS 210310). Dua produk ini belum maksimal merebut peningkatan pangsa pasar Arab Saudi untuk produk ini terhadap impor total, walaupun pangsa pasar produk Indonesia mengalami peningkatan. Pada *pineapple juice*, peningkatan pangsa pasar Arab Saudi sebesar 65,7% sementara peningkatan pangsa pasar Indonesia hanya sebesar 51,6%. Pada *soya sauce* peningkatan pangsa pasar Arab Saudi sebesar 40,6% sedangkan pangsa pasar Indonesia meningkat hanya sebesar 11,89% yang mengakibatkan daya saing kedua produk ini mengalami penurunan di pasar Arab Saudi.

Pada kategori kedua adalah yang berada pada kuadran II yaitu pada saat pangsa pasar Arab Saudi mengalami peningkatan namun pangsa pasar Indonesia mengalami penurunan atau disebut sebagai *Lost Opportunity* (LO). Penurunan pangsa pasar ini lebih disebabkan oleh peningkatan ekspor produk tersebut tidak sebesar dibandingkan ekspor total produk makanan. Pada kategori ini terdapat sembilan produk yaitu *bread* (HS 190590), *sweet biscuits* (HS 190531), *saucers and prepared sauces* (HS 210390), *mixed fruit juices* (HS 200990), *mineral waters* (HS 220210),

malt extract (HS 190190), *nuts and other seed* (HS 200819), *groundnuts* (HS 200811) dan *cocoa powder sweetened* (HS 180610). Pada produk ini, Indonesia kehilangan kesempatan dari peningkatan permintaan pangsa pasar Arab Saudi sehingga menyebabkan daya saing produk Indonesia mengalami penurunan.

Pada kategori berikutnya pangsa pasar Indonesia mengalami peningkatan namun pangsa pasar Arab Saudi mengalami penurunan yang disebut sebagai *falling star*. Pada kategori ini terdapat tiga produk yaitu *waffles and wafers* (HS 190532), *uncooked pasta* (HS 190219) dan *chewing gum* (HS 170410). Penurunan pangsa pasar Arab Saudi dapat disebabkan oleh peningkatan impor produk tersebut tapi peningkatannya tidak sebesar peningkatan total impor produk makanan Arab Saudi. Pada periode 2011-2015, peningkatan total impor produk makanan Arab Saudi sebesar 28% sedangkan peningkatan impor *waffles and wafers* hanya sebesar 21,3%, *uncooked pasta* sebesar 27,2% dan *chewing gum* sebesar 27,2%. Dari segi daya saing, pada kategori ini daya saing Indonesia mengalami peningkatan. Kategori terakhir adalah *leading retreat* yaitu kedua pangsa

pasar baik Indonesia dan Arab Saudi mengalami penurunan. Produk yang masuk ke dalam kategori ini adalah *Chocolate and other food preparation* (HS 180620) dan *Pasta cooked* (HS 190230).

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Uni Emirat Arab

Pada tahun 2015, pertumbuhan ekonomi Uni Emirat Arab mencapai 3,4%, menurun dibandingkan dengan pertumbuhan tahun 2014 yang mencapai 4,6% , dan diperkirakan rata-rata pertumbuhan ekonomi UAE sebesar 2,5% sepanjang 2016-2018 (World Bank, 2016). Nilai impor makanan olahan Uni Emirat Arab dari dunia pada periode 2012-2016 mengalami peningkatan 3,0%/tahun.

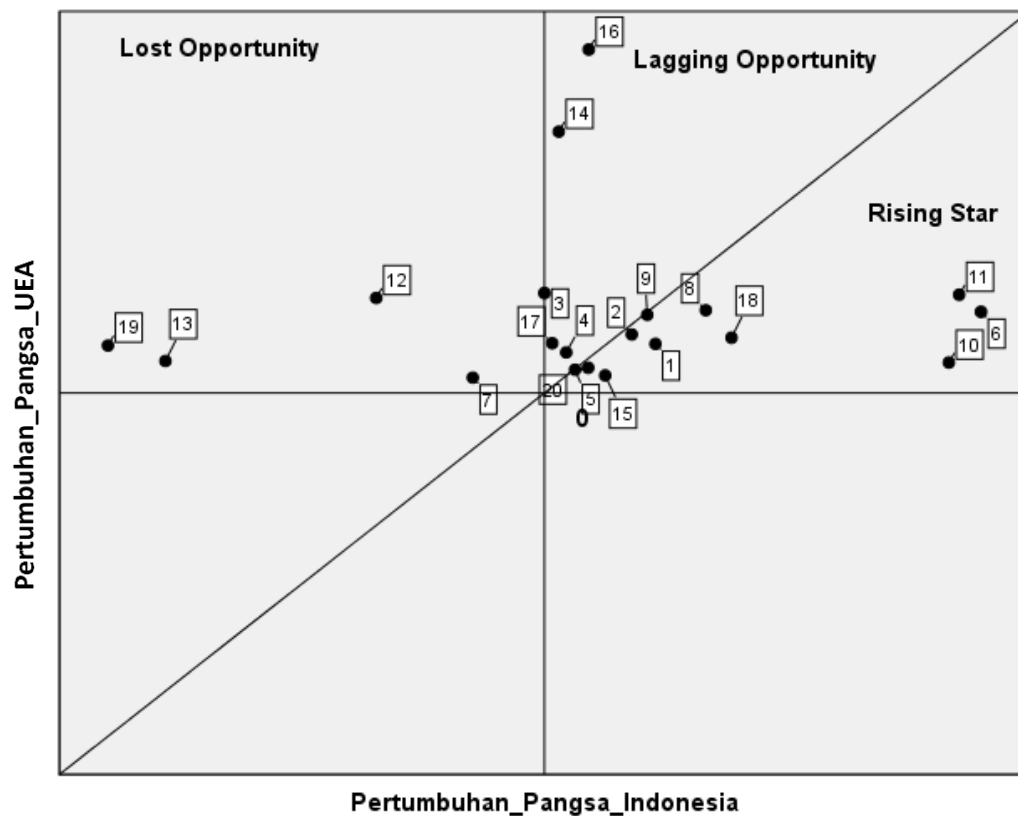
Pada periode 2012 – 2015, terdapat puluhan produk makanan olahan yang diekspor ke Uni Emirat Arab (UEA). Dari analisis daya saing menggunakan RCA Dinamis, diperoleh sepanjang periode 2012-2015, terdapat 20 produk makanan olahan Indonesia yang diekspor ke UEA dan sangat potensial untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat bahwa, terdapat 11 kelompok produk makanan yang dapat dikategorikan sebagai rising star dan masuk dalam kuadran I, yakni: (1) *Non-alcoholic beverages* (HS 220290); (2)

Waffles and wafers (HS 190532); (3) *Extracts, essences and concentrates, of coffee* (HS 210111); (4) *Food preparations* (HS 210420); (5) *Uncooked pasta* (HS 190219); (6) *Bread, pastry, cakes* (HS 180632); (7) *Chocolate and other preparations containing cocoa* (HS 200799); (8) *Jams* (HS 180690); (9) *Chocolate* (HS 180690); (10) *Sweet biscuits* (HS 190531); dan (11) *Crab* (HS 160510). Produk-produk makanan olahan yang berasal dari Indonesia ini, memiliki pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia ke UEA lebih besar bila dibandingkan pertumbuhan pangsa impor produk ini terhadap total impor makanan UEA.

Produk makanan olahan yang memiliki daya saing dan sangat potensial dikembangkan adalah produk *Non-alcoholic beverage* (HS 220290), hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pangsa pasar Indonesia untuk produk ini di pasar UEA sangat besar yaitu 3055,2%, sedangkan pertumbuhan pasar impor produk ini terhadap impor total produk makanan UEA juga mengalami peningkatan sebesar 88,6%. Begitu juga dengan 10 produk makanan lainnya, pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia di pasar UEA diatas 100% yakni; *Waffles and wafers*

(HS 190532); *Extracts, essences and concentrates, of coffee* (HS 210111); *Food preparations* (HS 210420); *Uncooked pasta* (HS 190219); *Bread, pastry, cakes* (HS 180632); *Chocolate*

and other preparations containing cocoa (HS 200799); sedangkan produk lainnya pertumbuhan pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia di pasar UEA dibawah 100%.



Gambar 3. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Uni Emirat Arab, 2011-2015

Keterangan:

- | | |
|--|--|
| 1. HS 190590 (<i>bread, pastry, biscuits and other baker's...</i>) | 10. HS 210111 (<i>extracts, essences and concentrates...</i>) |
| 2. HS 180690 (<i>Chocolate and other preparation containing cocoa</i>) | 11. HS 190532 (<i>waffles and wafers</i>) |
| 3. HS 190190 (<i>Malt extract</i>) | 12. HS 200811 (<i>groundnuts, prepared preserved</i>) |
| 4. HS 210390 (<i>preparations for sauces and prepared sauces...</i>) | 13. HS 170410 (<i>Chewing gum, wether or not sugar</i>) |
| 5. HS 190531 (<i>sweet biscuits</i>) | 14. HS 200820 (<i>pineapples, prepared or preserved wether or not containing added sugar...</i>) |
| 6. HS 220290 (<i>Non-alcoholic beverages</i>) | 15. HS 200799 (<i>jams, jellies, marmalades...</i>) |
| 7. HS 160414 (<i>Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito...</i>) | 16. HS 190490 (<i>Cereals</i>) |
| 8. HS 190219 (<i>Uncooked pasta, not stuffed or otherwise</i>) | 17. HS 190230 (<i>pasta, cooked or otherwised prepared</i>) |
| 9. HS 180632 (<i>Bread, pastry, cakes</i>) | 18. HS 210420 (<i>food preparations consisting of finely...</i>) |
| | 19. HS 180610 (<i>cocoa powder, sweetened</i>) |
| | 20. HS 160510 (<i>Crab, prepared or preserved</i>) |

Hasil RCA Dinamis juga menunjukkan bahwa selain *rising star*, terdapat kategori posisi daya saing LagO pada kuadran I. LagO mengindikasikan bahwa produk-produk makanan olahan yang masuk dalam wilayah ini tidak dapat mengambil kesempatan dari peningkatan pasar produk ini terhadap impor total, walaupun pangsa pasar produk tersebut di Indonesia juga mengalami peningkatan, atau dengan kata lain pertumbuhan pangsa impor produk tersebut terhadap total produk makanan lebih besar bila dibandingkan pertumbuhan pangsa ekspor produk Indonesia.

Terdapat empat produk makanan olahan yang masuk dalam kategori LagO yaitu: (1) *Cereals* (HS 190490); (2) *Preparations for sauces and prepared sauces* (HS 210390); (3) *Pineapples* (HS 200820); (4) *Pasta* (HS 190230). Produk *Cereals* merupakan produk makanan olahan yang pertumbuhan pangsa di UEA sebesar 375,38% sedangkan pertumbuhan pangsa pasar Indonesia untuk *cereals* hanya sebesar 68,09%, begitu juga dengan *pineapples* (HS 210390) pertumbuhan pasar UEA sebesar 285,51% namun pertumbuhan pangsa pasar Indonesia hanya sebesar

21,92%. Padahal Indonesia memiliki potensi sebagai pemasok makanan olahan berbahan dasar buah-buah tropika, perlunya identifikasi kebutuhan pasar di negara-negara konsumen oleh perwakilan dagang Indonesia perlu dilakukan untuk menentukan strategi dan pemetaan kemampuan produk yang dimiliki untuk ekspor. Selain itu, terdapat produk *Preparations for sauces and prepared sauces* (HS 210390) dan *Pasta* (HS 190230), dimana keduanya adalah produk makanan dalam bentuk pasta. Ketidakmampuan kedua produk ini memenangkan pangsa pasar di UEA, diduga produk sejenis dari negara pesaing (Eropa) lebih unggul. Karena ketidakmampuan keempat produk ini memanfaatkan peningkatan pangsa pasar di negara tujuan ekspor, menyebabkan daya saing keempat produk ini mengalami penurunan di pasar UEA.

Kategori berikutnya yang perlu dicermati adalah pada kuadran II. Kuadran di wilayah ini menunjukkan bahwa pangsa pasar di negara tujuan ekspor mengalami peningkatan, namun pangsa pasar produk sejenis di negara produsen (eksportir) mengalami penurunan, kondisi ini disebut kategori LO. Ada lima produk makanan olahan

Indonesia yang di ekspor ke UEA masuk dalam kategori LO, yakni; (1) *Malt extract* (HS 190190); (2) *Prepared or Preserved tunas* (HS 160414); (3) *Groundnuts* (HS 200811); (4) *Chewing gum* (HS 170410); dan (5) *Cocoa powder* (HS 180610). Produk makanan olahan yang paling besar penurunan pangsa pasar ekspor ke UEA adalah *Cocoa powder* sebesar 84,99%, sedang peningkatan pangsa pasar di negara UEA sebesar 51,83%, sedangkan untuk produk makanan olahan pada kelompok *Malt extract*, pangsa pasar ekspor Indonesia mengalami penurunan sebesar 0,02%, namun peningkatan pertumbuhan pangsa pasar di UEA sebesar 109,14%. Kondisi menyebabkan daya saing produk makanan olahan yang masuk dalam kategori ini mengalami penurunan daya saing, karena produk makanan Indonesia kehilangan kesempatan untuk menangkap peluang pasar potensial dari peningkatan pangsa pasar UEA. Perlu dicermati lebih mendalam, bagaimana pengaruh produk sejenis di pasar UEA, secara umum produk-produk yang masuk dalam kategori ini merupakan produk yang memiliki potensi baik dari bahan baku dan industri nasional.

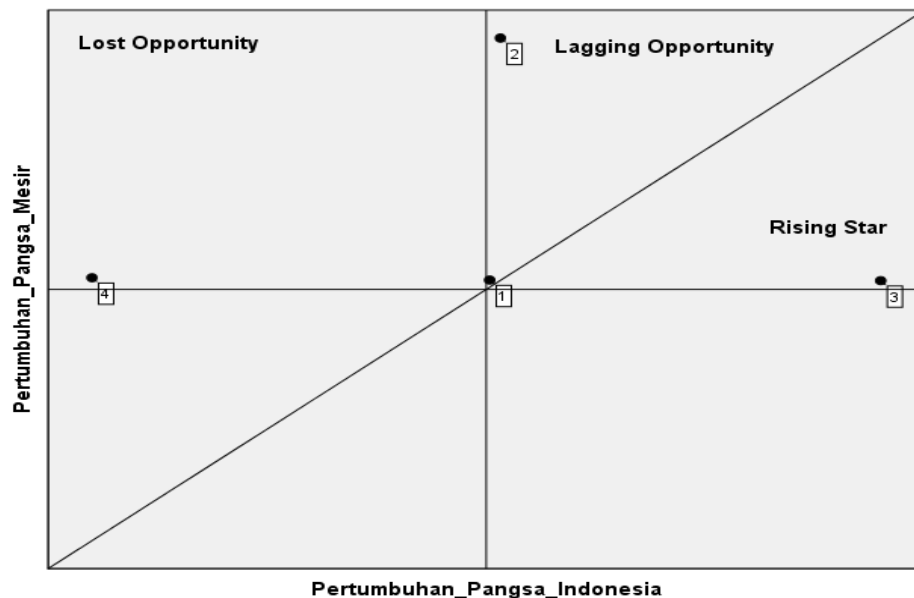
Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Mesir

Mesir merupakan negara yang strategis di kawasan Timur Tengah. Sekitar 55% dari total PDB Mesir pada tahun 2016 berasal dari sektor jasa. Selain sektor jasa, industri manufaktur juga memegang peranan penting bagi perekonomian Mesir dengan pangsa terhadap PDB mencapai 33%. Permintaan impor makanan olahan Mesir dari dunia mengalami pelambatan 0,03% pertahun selama periode 2012-2016.

Berdasarkan analisis RCA Dinamis diperoleh bahwa terdapat empat produk makanan olahan yang potensial untuk dikembangkan dan diekspor. Produk makanan olahan yang masuk dalam kelompok *Waffles and Wafers* (HS 190532) memiliki potensi amat menjanjikan di masa depan dalam konteks perdagangan Indonesia dan Mesir. Hal ini dapat dilihat dari periode 2011 – 2015, produk tersebut masuk dalam kategori rising star. Dimana pertumbuhan pangsa pasar Indonesia untuk produk tersebut ke pasar Mesir sebesar 810%, sedangkan pertumbuhan pangsa pasar Mesir untuk produk tersebut terhadap total impor produk makanan hanya 24%.

Sehingga dalam periode berikutnya Indonesia dapat meningkatkan pangsa pasarnya lebih dari delapan kali dari kondisi sebelumnya. Pada periode ini, menunjukkan bahwa produk *Waffles and Wafers* memiliki daya saing yang

baik dan bahkan cenderung meningkat. Permintaan yang tinggi ini harus direspon dengan baik oleh produsen Indonesia, untuk memberikan kualitas produk dan kontinuitas, serta keragaman produknya.



Gambar 4. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Mesir, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190593 (*Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa; communion ...*)
2. HS 200949 (*Pineapple juice, unfermented, Brix value > 20 at 20°C, whether or not containing added sugar ...*)
3. HS 190532 (*waffles and wafers*)
4. HS 160414 (*Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito...*)

Dua produk makanan olahan Indonesia yang diekspor ke Mesir, masuk kategori LagO pada kuadran I adalah *Bread* (HS 190590) dan *Pineapple Juice* (HS 200949). Kedua produk ini secara umum, belum mampu memenuhi pertumbuhan pangsa pasar kedua produk tersebut di pasar Mesir, hal ini bisa dilihat untuk *Pineapple Juice*

pertumbuhan pangsa pasar Indonesia sebesar 28,8% sedang pertumbuhan pangsa pasar produk tersebut terhadap pangsa pasar total produk makanan sebesar 696%. Artinya ada permintaan yang cukup tinggi dari produk *Pineapple Juice* yang belum mampu dipenuhi oleh Indonesia. Selain itu, produk kedua yang masuk kategori ini

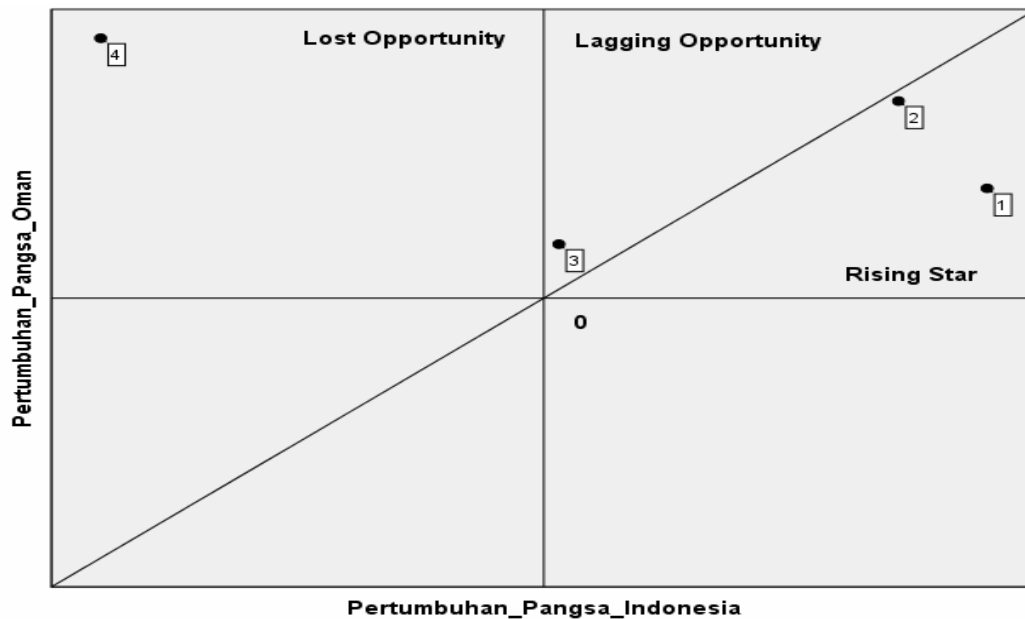
adalah *Bread* (HS 190590). Pertumbuhan pangsa pasar Indonesia hanya sebesar 6,8%, sedangkan pangsa pasar pertumbuhan produk tersebut terhadap total impor makanan olahan Mesir sebesar 25,8% (2011-2015). Kondisi ini jika tidak diantisipasi dengan meningkatkan kemampuan Indonesia untuk memenuhi pasar Mesir, maka akan mengakibatkan daya saing produk ini akan mengalami penurunan di pasar Mesir.

Produk makanan olahan Indonesia yang masuk kategori LO pada kuadran II adalah *Prepared or Preserved tunas* (HS 160414). Produk ini mengalami penurunan daya saing, dikarenakan penurunan pangsa pasar produk tersebut di pasar Indonesia, namun disisi lain adanya peningkatan pertumbuhan pangsa pasar pada pasar Mesir. Penurunan pangsa pasar ini disebabkan oleh penurunan pangsa pasar produk tersebut di pasar Indonesia sebesar 64,6%, namun disisi lain pertumbuhan pangsa pasar Mesir sebesar 32,2%. Artinya Indonesia tidak mampu memenuhi peningkatan permintaan produk tersebut di pasar Mesir, malah sebaliknya adanya penurunan ekspor produk tersebut ke Mesir.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Oman

Seperti negara penghasil minyak lainnya, Oman juga terdampak penurunan harga minyak dunia yang menyebabkan Oman mengalami defisit anggaran sebesar USD 11,5 miliar, atau sekitar 19% dari PDB. Pengembangan sektor ekonomi lainnya juga telah dilakukan oleh pemerintah Oman dengan melakukan diversifikasi, industrialisasi dan privatisasi dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada perdagangan minyak sampai dengan 9% pada tahun 2020. Pada periode 2012-2016, permintaan impor makanan olahan Oman dari dunia meningkat 5,3% per tahun.

Produk *Sweet Biscuits* (HS 190531) dan *Waffles and Wafers* (HS 190532) merupakan dua produk makanan olahan dari Indonesia yang memiliki prospek untuk terus dikembangkan di pasar Oman. Hal ini, dapat dilihat dari periode 2011 – 2015 dengan menggunakan analisis RCA Dinamis, menunjukkan *Sweet Biscuits* dan *Waffles and Wafers* masuk dalam kategori *rising star*. Dimana pangsa pasar dari produk tersebut baik di negara eksportir dan importir sama-sama mengalami peningkatan.



Gambar 5. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Oman, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190531 (*sweet biscuits*)
2. HS 190532 (*waffles and wafers*)
3. HS 190590 (*bread, pastry, biscuits and other baker's...*)
4. HS 160414 (*prepared or preserved tunas, skipjack and atlantic bonito...*)

Tercatat bahwa pertumbuhan pangsa pasar produk *Sweet Biscuits* dan *Waffles and Wafers* di pasar Indonesia masing-masing sebesar 236,45% dan 136,29% sedangkan pertumbuhan pangsa pasar Oman untuk produk tersebut adalah masing – masing sebesar 45,38% dan 81,49%. Artinya ada kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produk *Waffles and Wafers* Indonesia sebanyak dua-tiga kali selama periode 2011 – 2015. Hal ini menunjukkan permintaan yang tinggi dari Oman, mampu dipenuhi oleh produk makanan olahan Indonesia. Dengan demikian

produk *Sweet Biscuits* dan *Waffles and Wafers* Indonesia memiliki daya saing yang sangat baik, bila dibandingkan dengan produk sejenis dari negara pesaing.

Produk makanan olahan dengan kelompok *Breads* (HS 190590) juga memiliki potensi untuk dikembangkan di pasar ekspor Oman. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan pertumbuhan pangsa pasar di kedua negara, baik Indonesia sebagai produsen dan Oman sebagai Importir. Namun perlu menjadi catatan, bahwa produk *Breads* masuk dalam kategori LagO, dimana pertumbuhan ekspor

negara produsen seperti Indonesia tidak sebesar pertumbuhan impor dari total pangsa pasar makanan olahan di Oman. Produsen Indonesia belum mampu memanfaatkan momentum akibat adanya peningkatan pangsa pasar di Oman (2011 – 2015). Jika kondisi ini berlangsung cukup lama, akan menyebabkan produk *Breads* Indonesia mengalami penurunan daya saing, karena pasarnya digantikan atau digeser oleh negara pesaing lainnya.

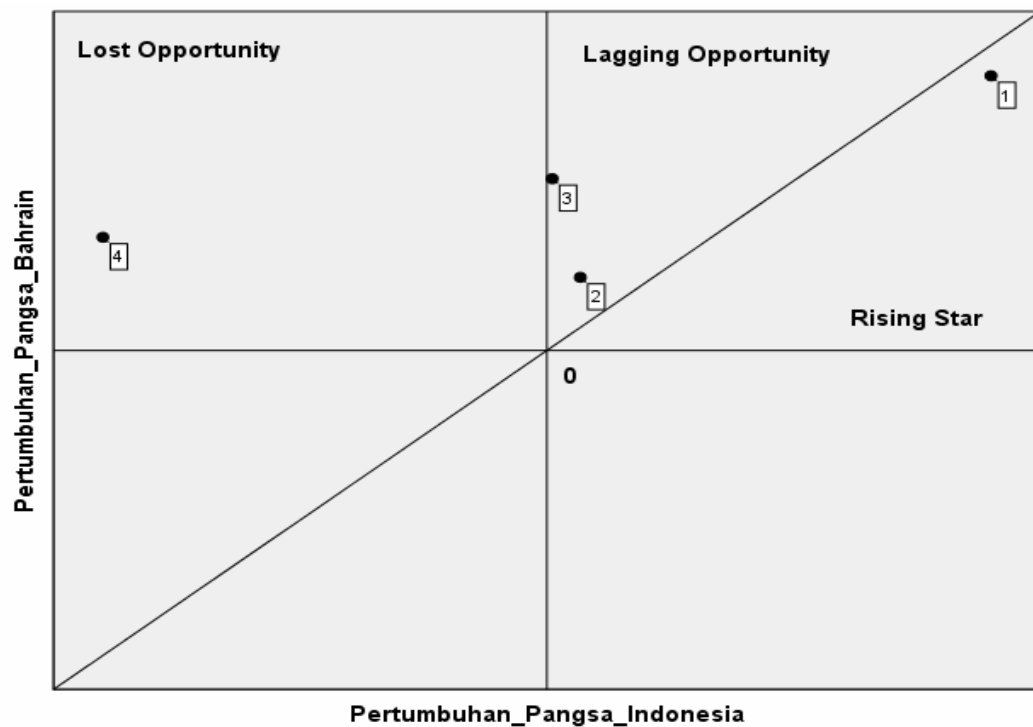
Produk lain yang menjadi perhatian adalah *Prepared or Preserved tunas* (HS 160414), produk makanan olahan ini masuk dalam kategori LO pada kuadran II. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pangsa pasar Indonesia terhadap produk *Prepared or Preserved tunas* mengalami penurunan, namun disisi lain pangsa pasar impor produk sejenis terhadap total makanan olahan Oman meningkat drastis. Kondisi ini menunjukkan Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan eksportnya ke negara Oman. Kondisi ini terjadi, disebabkan produk *Prepared or Preserved tunas* mengalami penurunan daya saing. Keberhasilan produk pesaing memberikan kualitas yang diinginkan konsumen/pasar di Oman

diperkirakan menjadi penyebab penurunan daya saing produk Indonesia.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Bahrain

Kontribusi perdagangan terhadap perekonomian Bahrain cenderung masih besar. Pada tahun 2016, kontribusi total perdagangan terhadap PDB mencapai 66,8%. Pada tahun sebelumnya, porsi perdagangan mampu mencapai 77,3% terhadap total PDB. Tren permintaan impor makanan olahan Bahrain dari dunia mengalami pelambatan 2,0% per tahun selama periode 2012-2016.

Terdapat empat produk yang potensial untuk dikembangkan bagi Indonesia di negara Bahrain. Keempat produk tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok. Kelompok pertama yaitu *rising star* untuk produk *Waffles and Wafers* (HS 190532), pada produk ini pangsa ekspor Indonesia mengalami peningkatan yang lebih besar (407%) dibandingkan dengan pangsa impor Bahrain yaitu sebesar 171%. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dapat memanfaatkan peningkatan permintaan produk ini di Bahrain sehingga daya saing produk ini mengalami peningkatan.



Gambar 6. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Bahrain, 2011-2015

Keterangan:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. HS 190532 (<i>waffles and wafers</i>) 2. HS 190590 (<i>bread, pastry, biscuits and other baker's...</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 3. HS 210390 (<i>preparations for sauces and prepared sauces...</i>) 4. HS 190531 (<i>sweets biscuits</i>) |
|--|---|

Kelompok kedua adalah yang termasuk dalam LagO. Produk yang masuk dalam kelompok ini adalah *Bread* (HS 190590) dan *Sauces and prepared sauces* (HS 210390). Pada kedua produk ini baik pangsa Indonesia maupun Bahrain mengalami peningkatan namun peningkatan pangsa Bahrain lebih tinggi dibandingkan Indonesia sehingga mengakibatkan menurunnya daya saing Indonesia untuk kedua produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kedua produk Indonesia ini belum mampu memanfaatkan secara

maksimal kenaikan permintaan produk tersebut di Bahrain.

Produk *Sweet biscuits* (HS 190531) termasuk kategori LO karena pangsa pasar Indonesia mengalami penurunan sedangkan pangsa pasar Bahrain untuk produk ini mengalami peningkatan. Pada produk ini ekspor mengalami peningkatan pada periode 2011-2015 namun peningkatannya lebih rendah dibandingkan peningkatan ekspor total Indonesia sehingga menyebabkan pangsa mengalami penurunan dan daya saing juga terjadi penurunan.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Qatar

Pendapatan Qatar mayoritas berasal dari minyak bumi dan gas alam, pada tahun 2016 Qatar membukukan PDB sebesar USD 152,47 miliar, naik 2,2% dibanding tahun sebelumnya. Selama periode 2012-2016 permintaan impor produk makanan olahan Qatar dari dunia melambat 1,2% per tahun.

Produk makanan olahan Indonesia yang memiliki prospek dan daya saing yang sangat baik untuk dikembangkan dan diekspor ke negara Qatar pada periode 2011 – 2015 berdasarkan analisis RCA Dinamis adalah; (1) *Pasta, cooked or otherwise prepared* (HS 190230); (2) *Non-alcoholic beverage* (HS 220290); dan (3) *Preparations for sauces* (HS 210390). Ketiga produk tersebut masuk dalam kategori *rising star* pada kuadran I dan memiliki pertumbuhan pangsa pasar yang positif untuk pasar di Indonesia dan jauh lebih besar bila dibandingkan pertumbuhan pangsa pasar impor terhadap total makanan olahan di pasar Qatar.

Dari tiga produk yang masuk dalam kategori *rising star* produk *Pasta, cooked or otherwise prepared* (HS 190230) memiliki potensi dan daya

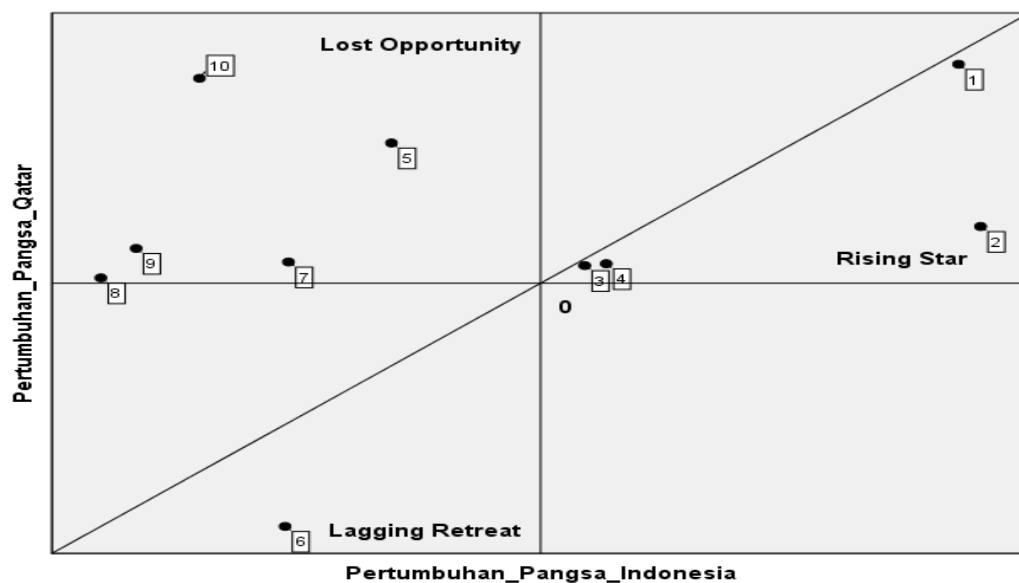
saing yang sangat baik, dimana produk ini memiliki daya saing yang sangat bagus di Qatar. Hal ini dapat dilihat dari nilai pangsa pasar Indonesia terhadap produk *Pasta, cooked or otherwise prepared* adalah sebesar 798,12% sedangkan pertumbuhan pangsa pasar produk tersebut terhadap total impor produk makanan olahan Qatar hanya 137,57%. Hal ini menunjukkan dari sisi permintaan impor di negara tujuan, produk ini mengalami peningkatan dan Indonesia dapat mengambil keuntungan dengan menambah pangsa pasar sampai hampir delapan kali.

Begitu juga untuk *Non-alcoholic beverage*, produk ini menunjukkan hal yang sama bahwa peningkatan pangsa pasar dapat dicapai sebesar dua sampai delapan kali lipat pada periode 2011 – 2015. Produk *Preparations for sauces*, walaupun peningkatan kapasitas pangsa pasar tidak sebesar dari tiga produk lainnya di *rising star*, namun juga memiliki potensi yang sangat baik untuk digarap dan dioptimalkan, karena memiliki daya saing yang tinggi.

Empat dari sembilan produk yang diekspor ke Qatar masuk dalam kategori LO pada kuadran II adalah; (1) *Prepared foods obtained by swelling or*

roasting cereals (HS 190410); (2) *Sweet biscuits* (HS 190531); (3) *Cocoa Powder* (HS 18160); dan (4) *Pineapples* (HS 200820). Keempat produk ini menunjukkan pertumbuhan pangsa pasar Indonesia, sedangkan pangsa pasar impornya terhadap impor total makanan di pasar Qatar

mengalami peningkatan selama periode 2011-2015. Kelompok produk yang penurunan pertumbuhan pangsa pasarnya sangat besar bila dibandingkan dengan empat produk lainnya adalah *Prepared foods obtained by swelling or roasting cereals* (HS 190410) sebesar 72,2%.



Gambar 7. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Qatar, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190230 (*pasta, cooked or otherwise prepared*)
2. HS 210390 (*preparations for sauces and prepared sauces..*)
3. HS 220290 (*non-alcoholic beverage...*)
4. HS 190590 (*Bread, pastry, cakes, biscuits and other baker's wares...*)
5. HS 210690 (*food preparations*)

6. HS 200820 (*pineapples, prepared or preserved wether or not containing added sugar...*)
7. HS 190410 (*prepared foods obtained by swelling or roasting cereals or cereal products...*)
8. HS 190531 (*sweet biscuits*)
9. HS 180610 (*cocoa powder, sweetened*)

Produk potensial lain yang perlu diperhatikan untuk pasar Qatar adalah *Food Preparations* (HS 210690), produk ini mengalami penurunan daya saing selama periode 2011-2015. Produk ini berada pada kategori

leading retreat, dimana pertumbuhan pangsa pasar kedua negara produsen dan importir sama-sama mengalami penurunan. Berdasarkan analisis RCA dinamis, diperoleh penurunan pangsa pasar Indonesia sebesar 41,96% lebih

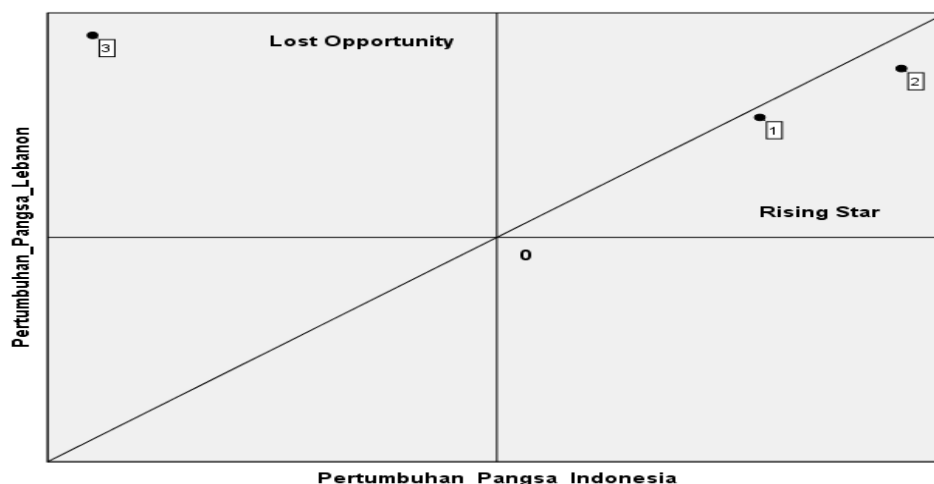
besar dari penurunan pangsa pasar Qatar sebesar 12,4%. Pada kondisi ini juga perlu diperhatikan, bahwa penurunan permintaan untuk produk *Food Preparations* di Qatar, harus dicermati dengan mencari alternatif produk lain yang bisa dipromosikan kembali. Disamping itu juga bisa meningkatkan volume ekspor produk-produk yang masuk pada kategori *rising star*.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Lebanon

PDB Lebanon mencapai USD 47,54 miliar pada tahun 2016. Struktur pembentuk PDB utama adalah dari sektor jasa sebesar 69,4%, industri sebesar 25% dan sektor pertanian sebesar 5,7%. Permintaan produk makanan olahan Lebanon dari dunia

rata-rata tumbuh 4,0% per tahun di 2012-2016.

Di Lebanon terdapat tiga produk ekspor Indonesia yang potensial dan dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah *rising star* yaitu untuk dua produk yaitu *Sweet biscuits* (HS 190531) dan *extract of coffee* (HS 210111). Kedua produk ini peningkatan pangsa Indonesia lebih besar dibandingkan peningkatan pangsa Lebanon sehingga mengakibatkan peningkatan daya saing (2011-2015). Peningkatan pangsa Indonesia yang besar ini disebabkan oleh peningkatan ekspor yang cukup signifikan, pada *Sweet biscuits* mengalami peningkatan sebesar 300% sedangkan *extract of coffee* sebesar 1.036%.



Gambar 8. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Lebanon, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190531 (*sweet biscuits*)
2. HS 210111 (*extracts, essences and concentrates...*)
3. HS 160414 (*prepared or preserved tunas, skipjack and atlantic bonito...*)

Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito (HS 160414) dikategorikan sebagai LO. Hal ini menunjukkan Indonesia belum secara maksimal memanfaatkan peningkatan permintaan Lebanon untuk produk ini walaupun dari sisi nilai ekspor mengalami peningkatan namun lebih kecil dibandingkan peningkatan total ekspor Indonesia sehingga mengakibatkan penurunan daya saing produk ini.

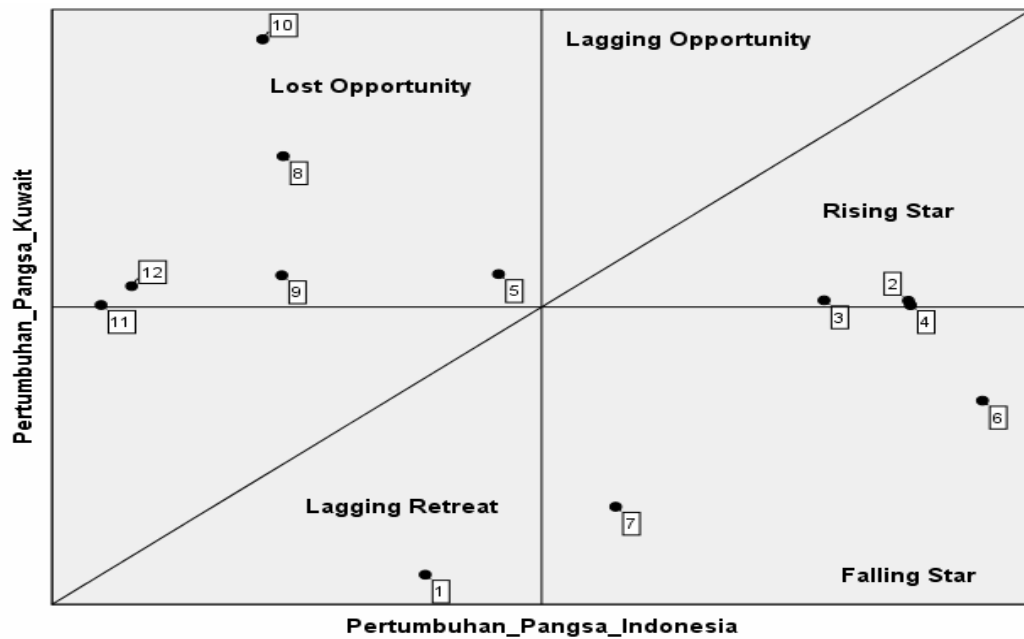
Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Kuwait

Pada tahun 2016 PDB Kuwait mencapai USD 114,04 miliar, dan tumbuh 1,8% dari PDB tahun sebelumnya. Struktur PDB Kuwait didominasi oleh sektor industri sebesar 51%, sektor jasa sebesar 48% dan sektor pertanian sebesar 1%. Adapun permintaan impor produk makanan olahan Kuwait dari dunia tumbuh rata-rata 5,5% per tahun (2012-2016).

Selama periode 2011 – 2015, terdapat 10 produk makanan olahan yang menjadi perhatian dalam perdagangan Indonesia dan Kuwait. Produk-produk ini memiliki potensi untuk dikembangkan, baik karena daya saing yang bagus dan didukung permintaan pasar yang tinggi. Namun, perlu menjadi perhatian Indonesia

dalam mengelola pasar dan ekspornya ke Kuwait adalah produk-produk yang masuk dalam kategori LO. Produk-produk tersebut adalah; (1) *Pineapple juice* (HS200949); (2) *Cocoa Powder, sweetened* (HS 180610); (3) *Chocolate and other food preparation containing cocoa* (HS 180620); (4) *Chocolate and other preparation containing cocoa* (HS 180690); (5) *Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito* (HS160414); dan (6) *Food Preparations consisting of finely* (HS 210420).

Keenam produk makanan olahan ini tidak mampu mengambil kesempatan dari meningkatnya permintaan atas produk tersebut di pasar Kuwait. Analisis RCA dinamis menunjukkan bahwa penurunan pangsa pasar Indonesia terhadap produk tersebut sebesar 9% – 90%, sedangkan pertumbuhan pangsa pasar impor terhadap total impor makanan di Kuwait sekitar 7,5% – 1.004,5%. Produk makanan olahan Indonesia yang paling tinggi penurunannya adalah *Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito* (HS160414) sebesar 90%, sedangkan produk yang paling tinggi pertumbuhan pangsa pasarnya di Kuwait *Chocolate and other preparation containing cocoa* (HS 180690) sebesar 1.004,5%.



Gambar 9. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Kuwait, 2011-2015

Keterangan:

- | | |
|---|---|
| 1. HS 200820 (pineapples, prepared or preserved whether or not containing added sugar...) | 8. HS 180610 (cocoa powder, sweetened) |
| 2. HS 190590 (bread, pastry, biscuits and other baker's...) | 9. HS 180620 (Chocolate and other food preparations containing cocoa...) |
| 3. HS 210310 (soya sauce) | 10. HS 180690 (chocolate and other preparations containing cocoa...) |
| 4. HS 210390 (preparations for sauces and prepared sauces...) | 11. HS 160414 (prepared or preserved tuna, skipjack and Atlantic bonito...) |
| 5. HS 200949 (Pineapple juice, unfermented...) | 12. HS 210420 (food preparations consisting of finely...) |
| 6. HS 210690 (food preparations) | |
| 7. HS 200799 (jams, jellies, marmalades...) | |

Food Preparations (HS 210690) dan *Jams* (HS 200799) adalah produk yang menurun permintaan di pasar Kuwait. Keduanya masuk kategori *falling star*, yakni pangsa pasar produk tersebut di Indonesia mengalami kenaikan, disisi lain pangsa pasar Kuwait mengalami penurunan. Diduga penurunan pangsa pasar Kuwait kedua produk ini disebabkan adanya peningkatan impor produk tersebut, tapi tidak sebesar peningkatan total impor produk makanan olahan di Kuwait sendiri (2011 – 2015). Peningkatan pangsa

pasar kedua produk ini masing-masing 54,29% dan 9,10%. Sedangkan pangsa pasar di Kuwait mengalami penurunan sebesar 7,76% dan 16,56% untuk masing-masing kedua produk tersebut.

Produk *pineapples, prepared or preserved* (HS 200820) masuk dalam kategori *Leading Retreat* (LR), dimana kedua pangsa pasar baik Indonesia dan Kuwait mengalami penurunan. Penurunan bukan disebabkan oleh penurunan impor, namun lebih disebabkan oleh peningkatan impor

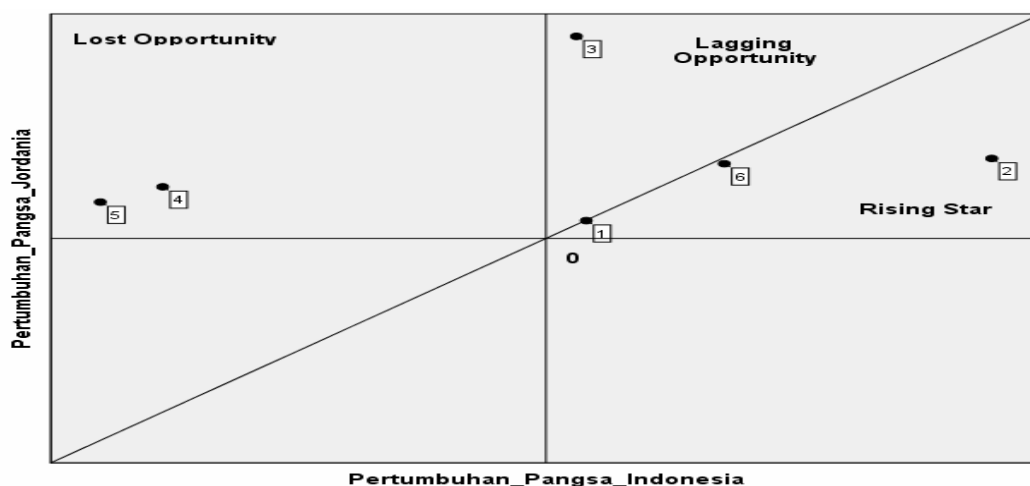
atau ekspor produk tersebut lebih kecil dibandingkan peningkatan impor atau ekspor produk total sehingga mengakibatkan daya saing produk Indonesia mengalami penurunan.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Jordania

Pada tahun 2016 PDB Jordania mencapai USD 38,65 miliar dan tingkat inflasi terjaga baik di level 1%, yang mengindikasikan harga-harga di pasar domestik Jordania tidak mengalami fluktuasi dan relatif stabil. Dari sisi perdagangan luar negeri, Jordania memiliki keterbukaan yang cukup tinggi sebesar 9,3 dari skala 10 berdasarkan korelasi antara PDB dan tingkat keterbukaan pada perdagangan. Rata-

rata permintaan produk makanan olahan Jordania dari dunia naik 7,7% per tahun selama 2012-2016.

Di pasar Jordania, terdapat enam produk yang potensial untuk dikembangkan dan dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah produk *pasta cooked* (HS 190230), *extracts of coffee* (HS 210111), *waffles and wafers* (HS 190532) dan *prepared or preserved sardines, sardinella and brisling or sprats* (HS 160413) yang dikategorikan sebagai *rising star*. Produk-produk ini mengalami peningkatan pangsa Indonesia yang lebih besar dibandingkan dengan pangsa di Jordania.



Gambar 10. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Jordania, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190230 (*pasta, cooked or otherwise prepared*)
2. HS 210111 (*extracts, essence and concentrates...*)
3. HS 190532 (*waffles and wafers*)
4. HS 190531 (*sweet biscuits*)
5. HS 160414 (*prepared or preserved tunas, skipjack and atlantic bonito...*)
6. HS 160413 (*prepared or preserved sardines...*)

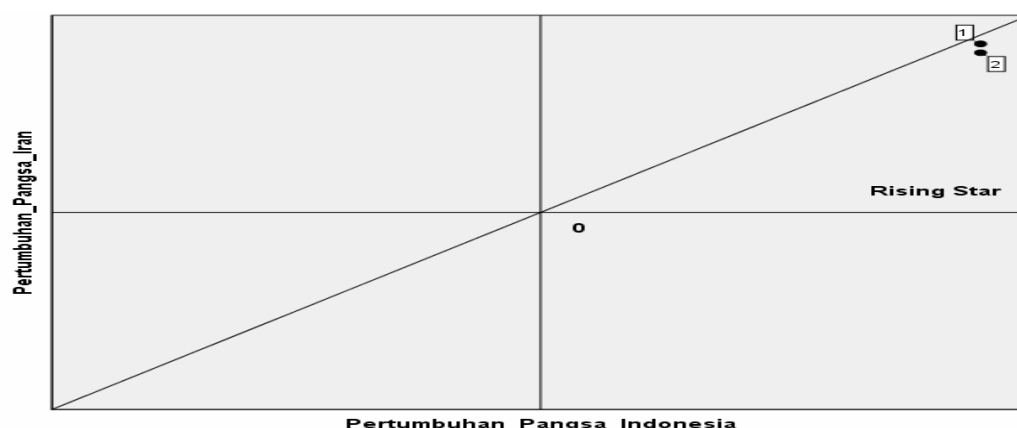
Kelompok kedua adalah LO, produk yang masuk dalam kategori ini adalah *Sweet biscuits* (HS 190531) dan *Prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito* (HS 160414). Pada kedua kelompok ini, produk Indonesia tidak dapat mengambil kesempatan dari peningkatan pangsa Jordania bahkan pangsa Indonesia mengalami penurunan. Penurunan ini bukan diakibatkan oleh penurunan ekspor tapi lebih disebabkan peningkatan ekspor untuk kedua produk ini lebih kecil dibandingkan peningkatan total ekspor Indonesia.

Posisi Daya Saing Produk Makanan Olahan Indonesia di Iran

Tahun 2015, PDB Iran mencapai USD 412,2 miliar, menempatkan Iran sebagai negara dengan skala ekonomi terbesar ke-2 di kawasan Timur Tengah setelah Arab Saudi. Setelah sanksi embargo dicabut, Iran secara perlahan mulai memperbaiki ekonominya dengan meningkatkan produksi minyak bumi untuk mendapatkan kembali pangsa pasar yang telah diambil oleh negara pesaing selama embargo dikenakan. Ekspor minyak bumi meningkat sebesar 15% sejak Juli 2016 seiring peningkatan produksi yang mencapai 2 juta barel per hari. Sementara itu, tren

permintaan produk makanan olahan Iran dari dunia naik 4,8% per tahun selama 2012-2016.

Di pasar Iran, terdapat dua produk yang potensial untuk dikembangkan yaitu *Sweet biscuits* (HS 190531) dan *Waffles and wafers* (HS 190532). Kedua produk ini dapat dikategorikan dalam kelompok rising star. Hal ini menunjukkan bahwa produk Indonesia dapat mengambil kesempatan dari peningkatan permintaan untuk kedua produk tersebut di pasar Iran. Potensi pasar yang sangat baik di Iran, perlu dimanfaatkan dengan baik, hal ini dapat dilihat pangsa pasar Indonesia untuk kedua produk tersebut memiliki pertumbuhan yang sangat besar. Produk makanan waffles and wafers memiliki pertumbuhan pangsa pasar sebesar 9.965% dan pertumbuhan pangsa impor produk tersebut terhadap total impor makanan Iran sebesar 142,12% artinya Indonesia bisa meningkatkan dan mengambil keuntungan dengan menambah pasar hampir sampai puluhan kali. Begitu juga untuk produk *Sweet biscuits* yang memiliki pertumbuhan pangsa pasar di Indonesia sebesar 2.811%, dan pertumbuhan pangsa impor produk tersebut terhadap total impor makanan Iran sebesar 739,12%.



Gambar 11. Posisi Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Iran, 2011-2015

Keterangan:

1. HS 190531 (*sweet biscuits*)
2. HS 190532 (*waffles and wafer*)

Prioritas Alternatif Strategi Meningkatkan Ekspor Makanan Olahan Indonesia ke Timur Tengah

Strategi diperlukan untuk mengurangi hambatan ekspor makanan olahan ke Timur Tengah. Beberapa alternatif strategi yang dirumuskan berdasarkan diskusi

langsung baik dalam bentuk wawancara dan FGD kepada para pelaku usaha, Kamar Dagang Indonesia (KADIN), BPOM dan LPPOM MUI, kemudian diolah dengan metode AHP dan menghasilkan alternatif strategi dengan prioritas sebagai berikut:

Tabel 2. Urutan Prioritas Alternatif Strategi Meningkatkan Ekspor Makanan Olahan Indonesia ke Timur Tengah

Elemen Alternatif Strategi	Bobot	Prioritas
Ketersediaan Informasi Pasar Produk Makol, termasuk Budaya dan Konsumen Negara Tujuan	0,275	1
Memenuhi Prosedur Kesehatan Pangan	0,249	2
Penurunan Tarif Impor di Negara Tujuan	0,196	3
Melakukan Promosi Dagang	0,142	4
Memberikan Kemudahan Fasilitasi Ekspor	0,137	5

Sumber: Hasil Analisis

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Berdasarkan analisis RCA Dinamis di 10 negara Timur Tengah,

masing-masing makanan olahan Indonesia memiliki produk yang termasuk dalam Kategori *Rising Star* di setiap negara yang dianalisis.

Sedangkan produk yang perlu menjadi perhatian utama untuk ditingkatkan daya saingnya adalah produk yang masuk dalam kategori *Lagging Opportunity* (LagO) dan *Lost Opportunity* (LO) berdasarkan pemetaan produk makanan olahan Indonesia yang diekspor ke Timur Tengah. Pemilihan dua kategori ini dengan dasar pertimbangan, bahwa produk yang masuk pada kategori LagO mengindikasikan bahwa makanan olahan yang masuk ke negara Timur Tengah belum mampu memenuhi pertumbuhan pangsa pasar di negara tujuan, walaupun pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia tersebut juga memiliki pertumbuhan positif. Sedangkan, kategori LO mengindikasikan bahwa pangsa pasar produk Indonesia mengalami penurunan, namun disisi lain adanya peningkatan pertumbuhan pangsa pasar di Timur Tengah.

Berikut adalah produk yang termasuk dalam kategori LagO adalah produk *Bread, pastry, cakes* (HS 190590), *Preparations for sauces* (HS 210390), *Waffles and wafers* (HS 190532), *Pineapple juice* (HS 200949), *Pasta* (HS 190230) dan *Soya sauce* (HS 210310), Sedangkan produk yang masuk dalam kategori LO adalah

Bread, pastry, cakes (HS 190590), *Sweet biscuits* (HS 190531), *Chocolate and other food preparations* (HS 180620), *Preparations for sauces* (HS 210390), *Mixtures of fruit juices* (HS 200990), *Waters, incl. mineral* (HS 220210), *Malt extract* (HS 190190), *Nuts and other seeds* (HS 200819), *Groundnuts* (HS 200811), *Pineapple juice* (HS 200949), *Cocoa powder, sweetened* (HS 180610), *Chewing gum* (HS 170410), *Chocolate and other preparations* (HS 180690), *Prepared or preserved tunas* (HS 160414), *Pineapples, prepared or preserved* (HS 200820), *Food preparations consisting of finely homogenised mixtures* (HS 210420), dan *Cereal products* (HS 190410). Dari kedua kategori ini, terdapat beberapa produk yang beririsan, tergantung daya saing produk tersebut di masing-masing negara Timur Tengah.

Rekomendasi kebijakan yang diperlukan merupakan pelaksanaan dari alternatif strategi yang sudah disebutkan sebelumnya, sebagai upaya meningkatkan daya saing dan ekspor produk makanan olahan Indonesia ke Timur Tengah, antara lain: (1) Meningkatkan peran Atase Perdagangan dan *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) untuk

memperoleh informasi pasar yang lebih mikro dan detail, sebagai upaya peningkatan upaya ekspor produk makanan olahan ke Timur Tengah; (2) Melakukan koordinasi dengan pihak terkait untuk memperoleh sertifikasi keamanan produk-produk makanan olahan yang berorientasi ekspor; (3) Mempercepat pembentukan perjanjian perdagangan dengan negara-negara Timur Tengah untuk memperluas akses pasar makanan olahan Indonesia; (4) Meningkatkan daya saing produk ekspor makanan olahan Indonesia dengan memberikan training dan pendampingan kepada eksportir UKM, termasuk dalam hal *design* dan *packaging*; (5) mengupayakan penyederhanaan dokumen ekspor di kedutaan negara Timur Tengah dengan biaya yang terjangkau.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri (Puska Daglu), Kementerian Perdagangan yang mengizinkan penulis untuk menggunakan hasil kajian ini untuk dipublikasikan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada narasumber pendamping kajian dan rekan-rekan tim kajian yang memiliki

andil besar dalam penyelesaian kajian dan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2017a). Statistik Ekspor Non Migas Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2017b). Produk Domestik Bruto per Triwulan Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha, 2000-2014 (Miliar Rupiah). Jakarta.
- Edwards, L., Schoer, V. (2001). The Structure and Competitiveness of South African Trade. *Trade and Industrial Policy Strategies (TIPS)*. 10-12 September 2001, pp. 1-37.
- Fakhrudin, U., Hasni. (2009). Menentukan Produk Makanan Olahan Prioritas Ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* Vol. 3 No. 1 Juli 2009, pp. 24-42.
- Kathuria, L. M. (2013). Analyzing Competitiveness of Clothing Export Sector of India and Bangladesh: Dynamic Revealed Comparative Advantage Approach. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. Vol. 23 No. 2, 2013, pp. 131-157.
- Kementerian Perdagangan. (2015). Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2015-2019. Jakarta.
- Lestari, W., Syarief, R., Sumantadunata, K. (2013). Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen IKM* Vol. 8 No. 1. Februari 2013, pp. 36-44.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo, Jakarta.
- Miečinskienė, A., Stasytytė, V. Kazlauskaitė, J. (2014). Reasoning of export market selection. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 110. pp. 1166 – 1175.

- Nugroho, Agus. (2014). The Impact of Food Safety Standard on Indonesia's Coffee Exports. *Procedia Environmental Sciences* Vol. 20, pp. 425 – 433.
- Ozcelik, S.E., Erhat, G. (2013). Turkey's Comparative Advantages and Dynamic Market Positioning in the EU Market. *Topics in Middle Eastern and African Economies*. Vol. 15, No.2, September 2013, pp. 42-70.
- Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri (Puskadaglu). Kemendag. (2013). Laporan Akhir Kajian Potensi Pengembangan Ekspor Ke Pasar Non Tradisional. Jakarta.
- Ratanamaneichat, C., Rakkarn, S. (2013). Quality Assurance Development of Halal Food Products for Export to Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 88, pp. 134 – 141.
- Rifin, A. (2013). Competitiveness of Indonesia's Cocoa Beans Export in the World Market. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(5), pp. 279-281.
- Saaty, R. W. (1987). The Analytic Hierarchy Process—What It is and How It is Used. *Mathematical Modelling*, 9(3), 161–176.
- Trademap. (2017). List of supplying markets from World Trade Organization (WTO) for a product group imported by Middle East.
- Thuong, N.T.T. (2017). The effect of Sanitary and Phytosanitary measures on Vietnam's rice exports. *Economia*, pp. 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.econ.2017.12.001>.
- Widyasanti, A. A. (2010). Perdagangan Bebas Regional dan Daya Saing Ekspor: Kasus Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Juli 2010, pp. 5-22.
- World Bank. (2017). *World Bank Country and Lending Groups*. Diunduh tanggal 16 Januari 2017 dari <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>.

PENGEMBANGAN PASAR EKSPOR LADA INDONESIA

Development of Indonesian Pepper Export Markets

Ely Nurhayati, Sri Hartoyo, Sri Mulatsih

Institut Pertanian Bogor, Jl. Raya Darmaga, Bogor, Jawa Barat 16680, Indonesia

Email: haya.jundullah@gmail.com

Naskah diterima: 05/07/2018; Naskah direvisi: 10/09/2018; Disetujui diterbitkan: 03/12/2018

Dipublikasikan online: 31/12/2018

Abstrak

Salah satu komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia sebagai negara agraris adalah lada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pasar potensial untuk ekspor lada yang bisa dikembangkan, serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada. Penelitian ini menggunakan metode RCA, EPD, X-Model, dan *Gravity Model*. Hasil analisis dengan menggunakan model RCA, EPD, dan X-model menunjukkan bahwa 'pasar optimis' untuk dikembangkan adalah Belanda. Sedangkan 'pasar potensial' untuk dikembangkan adalah Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat. Sementara itu hasil analisis dengan menggunakan model Gravity menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi ekspor adalah domestik bruto per kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada untuk mengembangkan pasar ekspor. Faktor tersebut diantaranya menjaga stabilitas harga ekspor, memilih pasar dengan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang tinggi, populasi yang besar dan cenderung meningkat, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun.

Kata Kunci: Daya Saing, Ekspor, Lada

Abstract

Pepper is one of agricultural commodities that has significant export value for Indonesia. The study aims to analyze the potential market for pepper exports that can be developed, and the factors that influence pepper commodity exports. This research used RCA, EPD, X-Model, and Gravity Model methods. Using the RCA, EPD, and X-model the study indicated that 'the optimistic market' to be developed was the Netherlands. While 'the potential markets' to be developed were Malaysia, Vietnam, South Korea, Russia, France, Belgium, Germany and the United States. Using the Gravity model, it was confirmed factors affected export were gross domestic product per capita, population, export prices, economic distance and tariffs. This study recommends that the Government needs to consider the following factors including the stability of export prices, a market with high Gross Domestic Product (GDP) per capita and a large population which tends to increase, and a small economic distance and tariff that tends to decline.

Keywords: Competitiveness, Export, Pepper

JEL Classification: B27, F10, P52, Q17

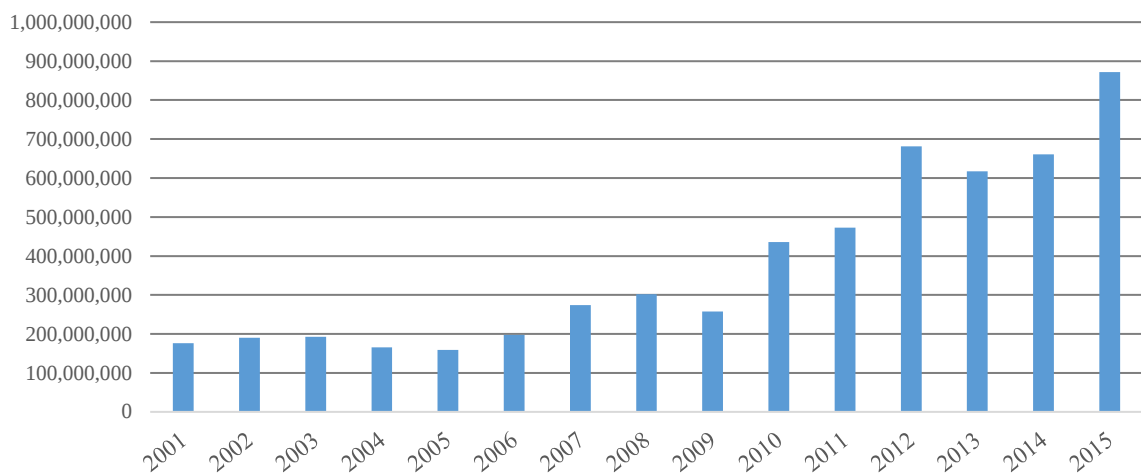
PENDAHULUAN

Indonesia negara agraris yang unggul dalam produk pertanian. Salah

satu komoditas yang berpotensi meningkatkan ekspor Indonesia adalah rempah-rempah (Kementerian

Perdagangan RI, 2017). Nilai ekspor rempah Indonesia cenderung berfluktuasi, dan sempat mengalami penurunan di tahun 2004, 2005, 2009 dan 2013. Namun secara umum tren

ekspor rempah Indonesia cenderung meningkat dalam 15 tahun terakhir. Nilai ekspor rempah mencapai puncak tertinggi pada tahun 2015, yaitu senilai USD 872,24 ribu.



Gambar 1. Nilai Ekspor Rempah Indonesia ke Pasar Dunia (USD)

Sumber: UN-Comtrade (2018), diolah

Rempah Indonesia adalah salah satu komoditas yang paling banyak diekspor dengan kualitas terbaik di dunia. Diantara banyak komoditas rempah yang dihasilkan, komoditas lada merupakan salah satu komoditas rempah yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan ekspor.

Lada merupakan tanaman yang memiliki nama Latin *Piper Albi Linn*, dan masuk dalam kategori biji-bijian. Komoditas ini berbentuk bulat kecil, memiliki rasa yang pedas, pahit, dan hangat. Pada umumnya tanaman lada tumbuh optimal di wilayah yang

beriklim tropis pada ketinggian 0-1.000 meter di atas permukaan air laut. Di Indonesia, wilayah yang menjadi sentra produksi lada adalah Kepulauan Bangka Belitung, sebagai wilayah dengan produksi lada terbesar. Selanjutnya diikuti oleh Lampung, Sumatera Selatan, Kalimantan Timur dan Sulawesi Selatan. Akumulasi produksi lada di lima provinsi tersebut selama tahun 2010-2014 berkontribusi sebesar 83,70% dari total produksi lada Indonesia (Kementerian Pertanian RI, 2015).

Jenis komoditas lada Indonesia yang diekspor merupakan jenis lada putih, lada hitam dan lada lainnya (termasuk lada hijau), baik yang tidak dihancurkan maupun yang dihancurkan dalam bentuk bubuk. Namun demikian struktur ekspor lada Indonesia menunjukkan bahwa lada yang tidak dihancurkan lebih dominan dibandingkan ekspor lada bubuk. Di negara tujuan ekspor, lada terutama dikonsumsi oleh rumah tangga dan digunakan untuk konsumsi langsung pada makanan. Selain sebagai bahan konsumsi langsung, lada juga digunakan untuk konsumsi industri seperti minyak lada, oleorosin lada, industri kesehatan, farmasi dan obat herbal. Adapun lada olahan industri kesehatan dan farmasi banyak digunakan di Eropa dan Amerika, sedangkan olahan lada obat herbal banyak digunakan di negara-negara Asia.

Tahun 2016 Indonesia menjadi eksportir lada terbesar kelima di pasar dunia. Kontribusi ekspor lada Indonesia dalam perdagangan internasional adalah sebanyak 55,15 ribu ton atau setara dengan 5% dari total ekspor lada dunia. Kompetitor ekspor lada Indonesia di pasar dunia adalah India yang

berkontribusi sebanyak 327,83 ribu ton (29,56%), Vietnam 182,50 ribu ton (16,45%), China 181,26 ribu ton (16,34%), dan Spanyol yang mencapai 60,68 ribu ton (5,47%) ekspor dunia.

Lada memberikan kontribusi pada devisa negara, karena lada Indonesia lebih unggul bila dibandingkan dengan lada dari negara lainnya. Lada Indonesia merupakan rempah yang sangat khas dan tidak dapat digantikan oleh produk lainnya (Kementerian Pertanian RI, 2013). Di pasar internasional, Indonesia memiliki *brand* lada khas yang telah lama dikenal dunia, yaitu *Lampung black pepper* yang merupakan lada hitam yang dihasilkan di Lampung, dan *Munthok white pepper* yang merupakan lada putih yang dihasilkan di Kepulauan Bangka Belitung. Kedua jenis lada tersebut telah digunakan sebagai acuan standar perdagangan lada dunia (Departemen Pertanian RI, 2009).

Indonesia merupakan salah satu dari lima eksportir lada terbesar di pasar dunia (UN-Comtrade, 2018). Pada tahun 2016 Volume ekspor lada Indonesia ke pasar dunia mencapai 55,14 ribu kg atau setara dengan 5% dari total ekspor lada dunia. Besarnya kontribusi ekspor lada Indonesia di

pasar dunia tersebut menjadi potensi bagi pengembangan ekspor lada.

Selama tahun 2002 hingga 2016 Indonesia telah mengekspor lada secara kontinyu ke 19 negara. Dari 19 negara tersebut, 10 pasar utama yang paling mendominasi ekspor lada Indonesia adalah pasar Malaysia,

Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Australia, Prancis, Belgia, Belanda, Jerman dan Amerika Serikat. Selama 15 tahun tersebut volume ekspor komoditas lada Indonesia di pasar tujuan utama mengalami fluktuasi, namun demikian rata-rata pertumbuhannya cenderung positif.

Tabel 1. Volume Ekspor Lada Indonesia ke Sepuluh Pasar Utama (dalam Ton)

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	557	52	203	237	322	353	28	2.378	1.290	16.285
2003	125	1.536	113	1.281	303	449	69	3.107	1.943	17.738
2004	54	379	107	864	451	116	210	1.504	1.899	11.773
2005	89	330	234	1.094	687	102	279	1.945	1.577	13.211
2006	406	1.209	20	357	366	362	151	1.602	2.063	15.261
2007	617	2.207	437	455	274	256	255	2.786	2.495	17.049
2008	436	4.257	404	546	501	974	293	2.635	2.338	25.405
2009	614	5.093	480	1.090	547	493	203	1.778	2.093	24.805
2010	1.496	14.033	506	1.961	930	834	249	2.559	2.237	25.107
2011	962	4.761	287	205	407	603	135	1.426	1.321	15.298
2012	930	17.226	265	1.659	393	551	224	1.972	2.265	22.923
2013	701	12.012	122	561	218	980	458	2.673	2.145	14.649
2014	639	6.118	39	75	198	742	420	1.422	2.460	6.149
2015	757	22.698	61	176	142	895	409	1.895	2.866	10.114
2016	910	19.327	357	258	18	1.997	58	2.808	2.296	8.540
Total Volume	9.293	111.238	3.635	10,819	5.757	9.707	3.441	32.490	31.288	244.307
Rata-rata Pertumbuhan (%)	32,84	269,35	170,88	88,66	-3,08	44,79	31,49	9,63	7,84	2,01

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Dari seluruh pasar ekspor utama komoditas lada Indonesia, pasar yang paling mendominasi volume ekspor komoditas ini adalah pasar Amerika

Serikat. Total volume ekspor lada ke pasar Amerika Serikat selama tahun 2002 hingga tahun 2016 adalah 244,31 ribu ton. Sedangkan total volume ekspor

di pasar lainnya adalah Vietnam sebesar 111,24 ribu ton, Belanda sebanyak 32,49 ribu ton, Jerman sebanyak 31,29 ribu ton, Rusia sebanyak 10,82 ribu ton, Prancis sebanyak 9,71 ribu ton, Malaysia sebanyak 9,30 ribu ton, Australia sebanyak 5,76 ribu ton, Korea Selatan sebanyak 3,64 ribu ton, dan Belgia, sebanyak 3,44 ribu ton (Tabel 1).

Rata-rata pertumbuhan volume ekspor lada terbesar merupakan rata-rata pertumbuhan di pasar Vietnam sebesar 269,35% per tahun. Tingginya pertumbuhan ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam salah satunya disebabkan oleh harga lada Indonesia yang cenderung rendah di pasar Vietnam bila dibandingkan dengan harga di pasar lain.

Adapun pertumbuhan volume ekspor terendah adalah pertumbuhan volume ekspor di pasar Australia, sebesar -3,08% per tahun. Negatifnya pertumbuhan volume ekspor lada Indonesia ke pasar Australia disebabkan oleh volume ekspor yang cenderung terus menurun selama beberapa tahun belakangan. Penurunan volume ekspor tersebut karena dalam beberapa tahun belakangan Australia lebih banyak

meningkatkan impor ladanya dari negara lain, yaitu dari Singapura, India, Vietnam, Malaysia, Afrika Selatan, Spanyol dan China. Selain itu Australia juga memiliki eksportir baru, yaitu Belgia, Polandia, Swedia, Suriah, Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Nilai ekspor komoditas lada Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama, rata-rata pertumbuhannya positif. Rata-rata pertumbuhan ekspor lada terendah 10,53% terjadi di pasar Australia. Sedangkan rata-rata pertumbuhan ekspor lada tertinggi terjadi di Vietnam sebesar 378,22%.

Pasar Amerika Serikat mendominasi nilai ekspor lada Indonesia dengan total nilai ekspor USD 999,65 ribu selama 2002-2016 (Tabel 2). Sedangkan total nilai ekspor di pasar Vietnam adalah USD 665,08 ribu, di susul Jerman (USD 185,82 ribu), Belanda (USD 179,72 ribu), Prancis (USD 65.96 ribu), Malaysia (USD 61.10 ribu), Rusia (USD 37.21 ribu), Australia (USD 23.641 ribu) dan Belgia (USD 22.29 ribu). Total nilai terendah adalah ke pasar Korea Selatan USD 16.09 ribu.

Tabel 2. Nilai Ekspor Lada Indonesia ke Sepuluh Pasar Utama (dalam Ribu USD)

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	533	51	297	136	572	642	43	4.396	2.485	26.137
2003	167	2.024	237	1.689	513	623	95	4.849	4.072	27.238
2004	87	866	104	1.076	669	150	459	2.859	3.949	17.863
2005	115	390	197	1.320	1.114	169	582	3.918	3.069	18.213
2006	864	2.865	43	605	872	1.074	453	3.802	5.345	28.090
2007	2.327	6.979	1.140	1.362	1.021	1.237	948	11.450	10.468	54.510
2008	1.991	15.506	1.422	1.640	2.129	4.146	1.335	11.701	9.742	82.710
2009	2.192	13.667	1.404	2.787	1.688	2.075	710	6.978	8.204	63.385
2010	4.949	54.737	2.244	7.015	4.003	3.612	1.027	12.264	11.683	94.939
2011	6.674	31.931	2.099	1.129	2.573	4.346	841	10.741	10.745	84.329
2012	7.923	105.307	1.848	10.561	3.277	4.216	1.718	16.741	17.824	156.769
2013	6.372	80.241	984	3.585	1.786	7.718	4.050	22.862	17.969	105.799
2014	6.876	48.165	561	600	1.751	7.152	4.325	16.037	25.693	56.299
2015	9.873	179.912	806	1.584	1.553	10.100	5.051	23.814	32.562	104.756
2016	10.158	122.435	2.705	2.118	119	18.698	653	27.305	22.011	78.609
Total Nilai	61.101	665.076	16.091	37.207	23.640	65.958	22.290	179.717	185.820	999.646
Rata-rata Pertumbuhan (%)	67,60	378,22	195,42	159,77	10,53	68,88	58,09	25,39	23,16	18,19

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Berdasarkan data volume dan nilai ekspor lada Indonesia ke sepuluh pasar utama tersebut, terlihat adanya perbedaan fluktuasi dan pertumbuhan pada volume dan nilai ekspor. Adanya perbedaan ini disebabkan oleh perubahan harga ekspor lada dari tahun ke tahun di setiap negara. Perubahan harga ekspor lada setiap tahunnya menyebabkan laju pertumbuhan volume ekspor lebih lambat dibanding dengan laju pertumbuhan nilai ekspornya. Hal ini pulalah yang menjelaskan mengapa

rata-rata pertumbuhan volume ekspor lada Indonesia di pasar Australia bernilai negatif, namun rata-rata pertumbuhan nilai ekspor di pasar Malaysia bernilai positif.

Harga ekspor lada diperoleh dari nilai ekspor lada di negara tujuan dibagi dengan volume ekspornya (Kementerian Pertanian RI, 2015). Harga lada di setiap pasar pada setiap tahunnya cukup bervariasi. Secara rata-rata harga ekspor komoditas lada di setiap pasar bertumbuh.

Tabel 3. Harga Ekspor Lada Indonesia

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	0,96	0,98	1,46	0,57	1,77	1,82	1,55	1,85	1,93	1,60
2003	1,34	1,32	2,09	1,32	1,70	1,39	1,36	1,56	2,10	1,54
2004	1,62	2,29	0,97	1,25	1,48	1,30	2,19	1,90	2,08	1,52
2005	1,29	1,18	0,84	1,21	1,62	1,65	2,09	2,01	1,95	1,38
2006	2,13	2,37	2,10	1,69	2,38	2,96	3,00	2,37	2,59	1,84
2007	3,77	3,16	2,61	2,99	3,73	4,83	3,71	4,11	4,20	3,20
2008	4,56	3,64	3,52	3,00	4,25	4,26	4,55	4,44	4,17	3,26
2009	3,57	2,68	2,92	2,56	3,08	4,21	3,50	3,92	3,92	2,56
2010	3,31	3,90	4,44	3,58	4,30	4,33	4,13	4,79	5,22	3,78
2011	6,93	6,71	7,31	5,50	6,32	7,20	6,22	7,53	8,14	5,51
2012	8,51	6,11	6,98	6,36	8,33	7,65	7,66	8,49	7,87	6,84
2013	9,09	6,68	8,05	6,39	8,18	7,87	8,85	8,55	8,38	7,22
2014	10,76	7,87	14,40	8,00	8,84	9,64	10,29	11,28	10,44	9,16
2015	13,04	7,93	13,21	8,99	10,93	11,29	12,34	12,57	11,36	10,36
2016	11,16	6,33	7,57	8,22	6,45	9,36	11,16	9,72	9,59	9,20
Harga Rata-rata	5,47	4,21	5,23	4,11	4,89	5,32	5,51	5,67	5,60	4,60
Rata-rata Pertumbuhan	24,20%	21,31%	23,05%	25,87%	13,53%	16,25%	17,47%	15,22%	14,30%	16,08%

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Selama 2002-2016, rata-rata harga ekspor lada tertinggi sebesar 5,67 USD/kg di pasar Belanda, dan harga terendah sebesar USD 4,11/kg di pasar Rusia. Harga di berbagai pasar tujuan utama berada pada kisaran tersebut (Tabel 3).

Harga ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam hanya sedikit lebih tinggi dibanding harga di Rusia yaitu USD 4,21/kg karena Vietnam bukanlah negara pengkonsumsi lada. Impor lada Vietnam dari Indonesia sebagian besar

di ekspor kembali ke negara lain. Menurut Kementerian Pertanian RI (2015), Vietnam merupakan salah satu negara produsen sekaligus eksportir lada terbesar di pasar dunia. Hal inilah yang menyebabkan harga ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam cenderung lebih murah.

Kinerja ekspor lada Indonesia selama ini ditopang oleh produksi dan luas lahannya. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, produksi dan luas lahan lada Indonesia berfluktuasi.

Tabel 4. Produksi dan Luas Lahan Lada Indonesia

Tahun	Produksi (ton)	Luas Lahan (ha)
2010	83.662	179.318
2011	87.089	177.490
2012	87.841	177.787
2013	91.037	171.920
2014	87.448	152.751

Sumber : Kementerian Pertanian RI (2017)

Produksi lada Indonesia terbesar selama periode 2010-2014 adalah sebesar 91.037 ton pada tahun 2013. Luas lahan lada terluas pada periode tersebut adalah seluas 179.318 m² pada tahun 2010. Perkembangan produksi lada di tengah menyusutnya luas lahan lada Indonesia tentu menjadi penopang sekaligus modal bagi pengembangan ekspor lada Indonesia (Tabel 4).

Melihat kinerja ekspor lada Indonesia di pasar internasional, kinerja perdagangan lada dunia, serta produksi lada dalam negeri, maka dirasa perlu untuk mengkaji tentang pengembangan ekspor lada Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing komoditas lada sehingga ditemukan pasar ekspor yang optimis dan potensial untuk dikembangkan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor

komoditas lada Indonesia di pasar internasional.

METODE

Penelitian ini berkontribusi dengan melengkapi hasil penelitian yang sudah ada. Kebaruannya ada pada kebaruan data terkini, serta ragam pasar yang diteliti yang merupakan sepuluh pasar terbesar Indonesia.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data panel yang terdiri dari data *time series* dan data *cross section*. Data *time series* terangkum dalam bentuk tahunan, yaitu data tahun 2002-2016. Sedangkan data *cross section* merupakan data sepuluh pasar ekspor utama lada.

Data yang digunakan adalah data nilai ekspor, volume ekspor, Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita, populasi, tarif dan jarak. Data tersebut diperoleh dari *United Nations of Comodity Trade Database* (UN-Comtrade), *World Development Indicators* (WDI) *World Bank*, *World Trade Organization* (WTO) dan CEPII. Kode HS komoditas yang diteliti adalah 0904 (lada).

Dalam melakukan analisis pengembangan pasar ekspor lada, penelitian ini menggunakan metode

Revealed Comparative Advantage (RCA), *Export Product Dynamics* (EPD), X-Model dan *Gravity Model*. Metode RCA, EPD dan X-Model digunakan untuk menganalisis daya saing, sehingga ditemukan pasar ekspor yang optimis dan potensial. Sedangkan metode *Gravity Model* digunakan untuk menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi permintaan ekspor komoditas lada.

Revealed Comparative Advantage (RCA)

RCA merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur daya saing atau keunggulan komparatif di suatu wilayah. Adapun rumus dari RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA = \frac{(X_{aj})/(X_{tj})}{(W_{aj})/(W_{tj})} \dots \dots \dots (1)$$

dimana :

X_{aj} :Nilai ekspor lada Indonesia ke negara j

W_{aj} :Nilai ekspor lada dunia ke negara j

X_{tj} :Nilai total ekspor Indonesia ke negara j

W_{tj} :Nilai total ekspor dunia ke negara j

Hasil perhitungan nilai RCA menunjukkan dua kemungkinan, apabila nilai RCA lebih dari satu maka lada di negara tersebut memiliki keunggulan

komparatif sehingga memiliki nilai daya saing kuat. Apabila nilai RCA kurang dari satu maka dianggap memiliki daya saing lemah.

Export Product Dynamics (EPD)

EPD merupakan metode yang digunakan untuk mengukur posisi pasar dari produk suatu negara. Adapun rumus dari EPD adalah sebagai berikut:
Sumbu x: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\left(\frac{X_{aj}}{W_{aj}} \right)_t \times 100\% - \left(\frac{X_{aj}}{W_{aj}} \right)_{t-1} \times 100\% \right)}{T} \dots \dots \dots (2)$$

Sumbu y: Pertumbuhan pangsa pasar produk

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}} \right)_t \times 100\% - \left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}} \right)_{t-1} \times 100\% \right)}{T} \dots \dots \dots (3)$$

dimana:

X_{aj} :Nilai ekspor lada Indonesia ke negara j

W_{aj} :Nilai ekspor lada dunia ke negara j

X_{tj} :Nilai total ekspor lada Indonesia ke negara j

W_{tj} :Nilai total ekspor dunia ke negara j

T :Jumlah tahun

Hasil analisis daya saing lada akan berada di salah satu dari keempat kuadran. Posisi komoditas lada tergantung pada daya tarik pasar dan kekuatan bisnis komoditas tersebut.

Dengan matriks daya saing menggunakan EPD tersebut, dapat dilihat posisi daya saing masing-masing komoditas.



Gambar 2. Posisi Daya Saing Produk dengan Metode EPD

Sumber: Estherhuizen (2006)

X-Model Potential Export Products

Metode ini menggabungkan hasil analisis metode RCA dengan hasil analisis metode EPD, dengan menggunakan metode ini hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas Lada Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu dari sisi RCA dan juga EPD. Metode ini digunakan untuk melakukan klusterisasi potensi produk di wilayah tertentu. Klusterisasi ini dilakukan untuk memfokuskan pasar perdagangan.

Tabel 5. Klusterisasi Analisis X-Model Potential Export Product

RCA	EPD	X-Model
>1	Rising Star (Peningkatan pangsa pasar)	Pasar Optimis
	Lost opportunity (Kehilangan pangsa pasar ekspor)	Pasar Potensial
	Falling Star (Penurunan pangsa pasar produk)	Pasar Potensial
	Retreat (Kemunduran pangsa pasar)	Kurang Potensial
<1	Rising Star (Peningkatan pangsa pasar)	Pasar Potensial
	Lost opportunity (Kehilangan pangsa pasar ekspor)	Kurang Potensial
	Falling Star (Penurunan pangsa pasar produk)	Kurang Potensial
	Retreat (Kemunduran pangsa pasar)	Tidak Potensial

Sumber: Kementerian Perdagangan (2013)

Gravity Model

Gravity model digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada Indonesia ke negara tujuan. Penelitian ini menggunakan data *cross section* yang terdiri dari sepuluh negara tujuan utama ekspor komoditas lada dan data *time series* selama 15 tahun. Adapun model yang digunakan adalah:

$$\ln X_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln PDBC_{jt} + \beta_2 \ln POP_{jt} + \beta_3 \ln HE_{ijt} + \beta_4 \ln JE_{ijt} + \beta_5 \ln TRF_{jt} + U_{ijt} \dots (4)$$

dimana :

X_{ijt} : Volume ekspor (kg)

$PDBC_{jt}$: PDB perkapita (USD/Jiwa)

POP_{jt} : Populasi (Jiwa)

HE_{ijt} : Harga ekspor (USD/Kg)

JE_{ijt} : Jarak ekonomi (Km)

TRF_{jt} : Tarif impor (%)

Ln : Logaritma natural

u_{ijt} : error term

Adapun rumus untuk jarak ekonomi menurut Inayah et.al (2015) dan Kementerian Perdagangan RI (2014) adalah :

$$JE_{ij} = DIS_{ij} \times \frac{PDB_j}{\sum PDB_j} \dots\dots\dots(5)$$

dimana :

JE_{ij} : Jarak ekonomi (km)

DIS_{ij} : Jarak ibu kota negara (km)

PDB_j : PDB negara j (USD)

$\sum PDB_j$: Total PDB negara j (USD)

Jarak ekonomi merupakan jarak geografis antar ibukota negara asal dan negara tujuan dikalikan dengan *share* PDB suatu negara terhadap total PDB negara yang diteliti. Penggunaan jarak ekonomi dijadikan sebagai indikator dari biaya transportasi dalam melakukan perdagangan. Biaya transportasi adalah salah satu faktor penghambat perdagangan internasional.

Kementerian Perdagangan RI (2014), jarak ekonomi dapat berpengaruh positif maupun negatif. Jarak ekonomi dapat berpengaruh positif bila faktor PDB menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan dengan jarak geografis. Faktor lain yang menyebabkan jarak ekonomi dapat berpengaruh positif terhadap ekspor adalah adanya komisi perdagangan dari suatu transaksi. Komisi transaksi yang diberikan kepada perantara (*broker*) akan memengaruhi transaksi perdagangan internasional. Sedangkan apabila jarak berpengaruh negatif maka faktor jarak geografis menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan dengan PDB dalam memengaruhi perdagangan. Hal ini disebabkan jarak dapat meningkatkan biaya transaksi pertukaran barang dan jasa internasional.

Gravity model dalam penelitian ini menggunakan panel data karena dianggap relevan dengan tujuan dan dapat memberikan informasi tentang faktor yang memengaruhi nilai ekspor Lada. Menurut Juanda (2012), terdapat tiga macam pendekatan dalam panel data, yaitu *Common-Constant (Pooled*

Ordinary Least Square (PLS), Model Efek Tetap (*Fixed Effect*), dan Model Efek Acak (*Random Effect*).

Berikut adalah langkah pemilihan model serta uji kesesuaian model yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Pemilihan model terbaik dalam analisis data panel dilakukan dengan beberapa pengujian, diantaranya:

1. Uji Chow

Uji Chow merupakan uji yang bertujuan untuk memilih FEM atau PLS. Hipotesis uji ini adalah:

H_0 : *Pooled Least Square* (PLS)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai F-Stat hasil pengujian lebih besar dari F-tabel, maka cukup bukti untuk melakukan penolakan terhadap H_0 , artinya model yang dipilih adalah model *fixed effect*.

2. Uji Hausman

Uji Hausman merupakan uji yang bertujuan untuk memilih antara model FEM dan REM. Hipotesis uji ini adalah:

H_0 : *Random Effect Model* (REM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai uji Hausman berdasarkan hasil pengujian lebih besar dari chi square, maka cukup bukti untuk menolak H_0 , artinya model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Daya Saing Lada Indonesia

Analisis internal dilakukan untuk mengidentifikasi aspek kekuatan dan aspek kelemahan suatu komoditas. Metode RCA merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif komoditas suatu negara di pasar dunia. Apabila nilai RCA lebih dari satu, maka ini berarti bahwa komoditas tersebut memiliki daya saing yang kuat di pasar dunia. Semakin tinggi nilai RCA, maka semakin besar pula daya saing komoditas negara tersebut di pasar dunia (Hasibuan et.al 2012). Namun apabila nilai RCA lebih kecil dari satu, maka berarti komoditas tersebut berdaya saing lemah di pasar dunia.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode RCA (Tabel 6), selama periode 2002-2016, daya saing komoditas lada Indonesia di setiap pasar memiliki keunggulan komparatif yang cukup bervariasi. Komoditas lada memiliki nilai daya saing yang berbeda-beda di setiap pasar pada setiap tahunnya. Namun secara keseluruhan komoditas lada Indonesia di sepuluh pasar utama yang diteliti memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat, kecuali di pasar Malaysia.

Tabel 6. Nilai RCA Lada Indonesia di 10 Pasar Tujuan Utama

Tahun	Negara									
	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	0,53	5,43	0,58	17,01	2,22	9,55	0,66	11,45	11,73	17,84
2003	0,19	34,08	0,39	152,75	2,45	9,48	1,35	14,98	18,02	19,73
2004	0,05	27,26	0,13	76,08	3,32	3,11	7,49	10,03	18,14	12,21
2005	0,07	36,22	0,29	63,96	5,18	3,87	9,45	12,88	13,34	11,72
2006	0,32	27,26	0,06	30,52	3,50	22,11	6,04	11,40	21,64	15,49
2007	0,50	25,15	1,59	67,96	3,08	18,88	8,94	24,80	27,63	23,53
2008	0,52	25,37	1,92	47,66	5,33	49,56	13,88	20,42	25,94	29,55
2009	0,36	26,75	1,95	49,64	4,36	24,78	9,24	13,67	21,87	23,00
2010	0,59	34,45	1,67	65,11	8,64	32,16	12,40	17,51	22,69	26,98
2011	0,72	25,18	0,86	9,83	3,78	29,21	7,56	7,91	18,63	17,00
2012	1,09	41,01	0,86	84,98	4,61	29,40	16,44	13,99	26,05	32,53
2013	1,14	44,22	0,97	29,17	2,87	52,57	42,83	21,41	23,92	19,80
2014	1,28	40,75	0,51	4,20	1,84	42,42	43,36	14,48	36,63	9,70
2015	2,01	42,63	0,67	8,46	1,84	46,30	48,51	22,04	36,60	14,02
2016	1,73	40,79	2,67	6,83	3,32	89,77	18,83	28,72	25,88	11,56
Rata-rata	0,74	31,77	1,01	47,61	3,76	30,88	16,47	16,38	23,25	18,98

Posisi daya saing dengan nilai rata-rata RCA tertinggi berada di pasar Rusia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 47,61. Kemudian secara berurutan disusul Vietnam, Prancis, Jerman, Amerika Serikat, Belgia, Belanda, Australia, Korea Selatan dan Malaysia (Tabel 6). Hasil analisis rata-rata RCA menunjukkan bahwa komoditas lada memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di setiap tahun pada pasar Rusia, Vietnam, Prancis, Jerman, Amerika Serikat, Belanda dan Australia.

Di pasar Malaysia, komoditas lada Indonesia pada tahun 2002 hingga tahun 2011 berdaya saing lemah, hal inilah yang menyebabkan rata-rata RCA komoditas lada Indonesia selama 2002-2016 berdaya saing lemah. Namun demikian, bila nilai daya saing komoditas lada di pasar Malaysia dilihat lebih spesifik per tahun, daya saing komoditas ini terus mengalami peningkatan. Sejak tahun 2012 hingga 2016 nilai RCA di pasar Malaysia selalu lebih dari satu. Sehingga meskipun secara rata-rata nilai daya saing

komoditas lada di pasar Malaysia selama 2002-2016 berdaya saing lemah, namun bila dilihat lebih spesifik per tahun daya saing komoditas ini terus mengalami peningkatan dan berdaya saing kuat selama empat tahun terakhir.

Selanjutnya dilakukan analisis EPD untuk mengukur posisi pasar dari komoditas suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Metode ini menunjukkan dinamis atau tidaknya kinerja masing-

masing komoditas. Analisis EPD dapat menunjukkan posisi daya saing suatu komoditas yang terbagi menjadi empat posisi yaitu *rising star* (peningkatan pangsa pasar), *falling star* (penurunan pangsa pasar produk), *lost opportunity* (kehilangan pangsa pasar ekspor), dan *retreat* (Kemunduran pangsa pasar). Hasil analisis EPD menunjukkan posisi pasar komoditas lada di masing-masing pasar yang diteliti cukup bervariasi.

Tabel 7. Hasil Analisis EPD Lada Indonesia, 2002-2016

Negara	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Pasar
Malaysia	0,312	0,121	Peningkatan pangsa pasar
Vietnam	4,248	-0,016	Penurunan pangsa pasar produk
Korea Selatan	0,289	-0,063	Penurunan pangsa pasar produk
Rusia	-0,513	0,036	Kehilangan pangsa pasar ekspor
Australia	-0,313	-0,078	Kemunduran pangsa pasar
Prancis	0,576	-0,005	Penurunan pangsa pasar produk
Belgia	0,263	-0,008	Penurunan pangsa pasar produk
Belanda	0,361	0,003	Peningkatan pangsa pasar
Jerman	0,224	-0,001	Penurunan pangsa pasar produk
Amerika Serikat	-0,222	0,003	Kehilangan pangsa pasar ekspor

Ekspor komoditas lada Indonesia berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar) di pasar Malaysia dan Belanda. Sedangkan di pasar Rusia dan Amerika Serikat, ekspor lada Indonesia berada pada posisi *lost opportunity* (kehilangan

pangsa pasar ekspor). Ini berarti bahwa ekspor lada Indonesia ke pasar-pasar tersebut mengalami kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor. Di pasar Vietnam, Korea Selatan, Prancis, Belgia dan Jerman, ekspor lada Indonesia berada

pada posisi *falling star* (penurunan pangsa pasar produk). Ini berarti bahwa Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produknya di pasar-pasar tersebut. Sedangkan di pasar Australia, ekspor lada Indonesia berada pada posisi *retreat* (kemunduran pangsa pasar). Ini berarti bahwa komoditas lada Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor sekaligus pangsa pasar produk di pasar Australia.

Pada tahun 2004 dan 2014, produksi lada Indonesia mengalami penurunan. Penurunan tersebut menjadi salah satu penyebab hilangnya pangsa pasar ekspor lada Indonesia di pasar Rusia, Australia dan Amerika Serikat pada tahun 2004 dan 2014. Pada tahun 2004 produksi lada Indonesia turun sebesar 15,13% dan pada tahun 2014 produksi lada Indonesia turun sebesar 3,94%. Sedangkan faktor lain yang juga memengaruhi hilangnya pangsa pasar ekspor lada Indonesia pada tahun tersebut juga di tahun-tahun lainnya adalah karena adanya perubahan komposisi volume impor lada dari setiap eksportir.

Di pasar Rusia, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada Indonesia disebabkan oleh pertumbuhan pangsa

pasar ekspor pada tahun 2002, 2004, 2006, 2008, 2011, 2013 dan 2014 bernilai negatif. Pada tahun 2002 perubahan komposisi volume impor lada yang terjadi di pasar Rusia adalah karena pada tahun tersebut komposisi volume impor lada diantaranya banyak beralih ke Malaysia, India dan Vietnam dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2008 banyak beralih ke China, Vietnam dan India. Pada tahun 2011 beralih ke Vietnam, India, Peru, Austria, Polandia, China dan Meksiko. Dan pada tahun 2013 beralih Vietnam, Austria, Polandia, China dan Singapura.

Di pasar Australia, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada disebabkan oleh pertumbuhan pangsa pasar ekspor pada tahun 2002, 2003, 2006, 2007, 2009, 2011, 2013, 2014 dan 2015 bernilai negatif. Pada 2002 perubahan komposisi volume impor lada yang terjadi di pasar Australia adalah karena pada tahun tersebut Australia lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari Singapura, India dan Vietnam dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2003 Australia meningkatkan impor lada diantaranya dari Vietnam, Malaysia, dan Afrika Selatan. Pada tahun 2009 diantaranya banyak beralih ke India dan Vietnam.

Selain itu pada tahun 2009 Australia mengimpor lada dari beberapa eksportir baru, diantaranya Belgia, Polandia, Swedia dan Suriah. Tahun 2011 Australia meningkatkan impor lada diantaranya dari Spanyol, Vietnam dan India. Pada tahun 2013 diantaranya banyak beralih ke Spanyol, Afrika Selatan dan Vietnam. Pada tahun 2014 lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari China, Spanyol, Vietnam dan India. Pada tahun 2015 meningkatkan impor lada diantaranya dari Spanyol Singapura, serta melakukan impor dari eksportir baru, yaitu diantaranya dari Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Di pasar Amerika Serikat, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada disebabkan oleh pertumbuhan pangsa pasar ekspor pada tahun 2002, 2003, 2004, 2005, 2009, 2011, 2013, 2014 dan 2016 bernilai negatif. Pada tahun 2002 perubahan komposisi volume impor lada Indonesia yang terjadi di pasar Amerika Serikat adalah karena pada tahun tersebut Amerika Serikat lebih banyak meningkatkan komposisi impor lada diantaranya dari India dan Brazil dibanding dari Indonesia. Selain itu pada

tahun 2002 Amerika Serikat juga melakukan impor dari eksportir baru, yaitu diantaranya dari Denmark, Austria, Iran, Kenya, Malawi, Slovakia, Zambia dan Zimbabwe. Tahun 2003 Amerika Serikat meningkatkan impor lada diantaranya dari Meksiko, China, Peru dan Jerman. Tahun 2005 meningkat diantaranya dari Peru. Tahun 2009 peningkatan impor lada terjadi pada impor dari Peru, China, Vietnam dan Brazil. Tahun 2011 diantaranya dari Peru, Vietnam, India china brazil. Pada tahun 2013 lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari Peru, Meksiko dan Brazil. Tahun 2015 diantaranya dari India, Meksiko, China, Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Di pasar Vietnam, Korea Selatan, Australia, Prancis, Belgia dan Jerman, hilangnya pangsa pasar produk di pasar tersebut disebabkan karena perbandingan total ekspor Indonesia ke negara tersebut dengan total ekspor dunia ke negara tersebut cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan Indonesia kehilangan pangsa pasar produk di pasar-pasar tersebut.

Berdasarkan hasil analisis RCA dan EPD, dapat dilakukan klusterisasi

potensi pengembangan pasar komoditas lada di 10 pasar utama. Metode yang digunakan untuk melakukan klusterisasi adalah metode *x-model potential export products*, yaitu metode yang mempertimbangkan nilai daya saing yang diperoleh dari hasil

analisis RCA dan posisi pasar yang diperoleh dari hasil analisis EPD. Dengan menggunakan metode ini, hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas lada Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu sisi RCA dan EPD.

Tabel 8. Hasil Analisis X-Model Lada Indonesia Tahun 2002-2016

Negara	RCA	EPD	Potensi Pengembangan Pasar
Malaysia	0,74	Peningkatan pangsa pasar	Potensial
Vietnam	31,77	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Korsel	1,01	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Rusia	47,61	Kehilangan pangsa pasar ekspor	Potensial
Australia	3,76	Kemunduran pangsa pasar	Kurang Potensial
Perancis	30,88	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Belgia	16,47	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Belanda	16,38	Peningkatan pangsa pasar	Optimis
Jerman	23,25	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Amerika Serikat	18,98	Kemunduran pangsa pasar	Potensial

Berdasarkan Tabel 8 ekspor komoditas lada memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Belanda. Di pasar tersebut komoditas lada Indonesia memiliki daya saing yang kuat sekaligus berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar). Sedangkan di pasar Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat ekspor komoditas lada memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial. Dan di pasar Australia ekspor komoditas

lada memiliki potensi pengembangan pasar yang kurang potensial.

Lada Indonesia di pasar Malaysia memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial karena meskipun nilai RCA komoditas ini kurang dari satu, namun komoditas ini berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar). Sedangkan lada Indonesia di pasar Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Perancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial karena komoditas

ini memiliki daya saing yang kuat dengan RCA lebih dari satu, meskipun komoditas ini berada pada posisi *lost opportunity* (kehilangan pangsa pasar ekspor), atau *falling star* (penurunan pangsa pasar produk).

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Lada Indonesia

Dalam menentukan model yang terbaik, maka dilakukan uji Chow dan uji Hausman. Berdasarkan hasil uji Chow menunjukkan bahwa probabilitas lebih kecil dari taraf nyata 5% ($0,00 < 0,05$), berarti cukup bukti untuk tolak H_0 , artinya pendekatan model yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*. Selanjutnya dilakukan uji Hausman. Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitasnya lebih kecil dari taraf nyata 5% ($0,01 < 0,05$), berarti cukup bukti untuk tolak H_0 , artinya pendekatan model yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*. Berdasarkan hasil pengujian, pendekatan model terbaik yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*.

Pengolahan dengan pendekatan model *fixed effect* ini dilakukan dengan pilihan kriteria pembobotan, yaitu dengan memberikan pembobotan SUR *cross-section weighted* sehingga

parameter penduga dapat signifikan pada taraf nyata tertentu. Metode ini adalah metode yang mampu mengoreksi heteroskedastisitas serta autokorelasi antar unit cross section (Andari, 2017).

Tabel 9. Hasil Estimasi Faktor yang Memengaruhi Ekspor Lada

Variabel	Koefisien	Probability
C	-52,25095	0,0245*
LNPDBC	1,579517	0,0005*
LNPOP	3,475413	0,0057*
LNHE	-0,250673	0,0376**
LNJE	-1,752590	0,0001*
TRF	-0,230570	0,0000*
R-squared	0,976571	
Adjusted R-squared	0,974141	

Keterangan: *, ** Signifikan pada taraf nyata 1%, 5%

Berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 9, nilai koefisien determinasi (R^2) untuk komoditas HS 0904 adalah sebesar 0,976571. Artinya sebesar 97,66% keragaman faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor komoditas tersebut di 10 pasar tujuan utama dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya, sedangkan 2,34% sisanya dijelaskan oleh faktor di luar model.

Adapun faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor lada Indonesia adalah PDB per

kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif. Variabel PDB per kapita, populasi, jarak ekonomi dan tarif signifikan pada taraf nyata 1%. Sedangkan variabel harga ekspor memiliki pengaruh yang signifikan pada taraf nyata 5%.

Variabel PDB per kapita negara tujuan berpengaruh positif terhadap ekspor komoditas lada Indonesia, dimana setiap kenaikan PDB per kapita negara tujuan sebesar 1% maka volume ekspor lada akan meningkat sebesar 1,58%, begitu pula sebaliknya (*ceteris paribus*). PDB per kapita negara tujuan mencerminkan daya beli masyarakat, ini berarti bahwa peningkatan daya beli masyarakat di negara tujuan akan meningkatkan volume ekspor lada Indonesia. Hal ini sesuai dengan teori permintaan yang mengatakan bahwa peningkatan pendapatan per kapita akan meningkatkan permintaan terhadap komoditas yang diperdagangkan (Pindyck & Rubenfield, 2009). Temuan ini serupa dengan penelitian Ningsih (2013).

Variabel populasi negara tujuan berpengaruh positif terhadap ekspor komoditas lada Indonesia, dimana setiap kenaikan populasi negara tujuan sebesar 1% maka volume ekspor lada

akan meningkat sebesar 3,47%. Populasi negara tujuan mencerminkan besarnya pasar di negara tujuan, semakin besar pasar maka akan semakin besar pula volume ekspor lada Indonesia ke negara tujuan. Hal ini sesuai dengan penelitian Irgandhini & Firdaus (2014). dan penelitian Jordan (2014). Penelitian tersebut menemukan bahwa populasi negara tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor.

Variabel harga ekspor memiliki pengaruh yang negatif, dimana setiap kenaikan harga sebesar 1% maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,25%. Meningkatnya harga ekspor membuat biaya yang dikeluarkan oleh negara tujuan menjadi lebih tinggi, hal ini akan menurunkan permintaan ekspor Indonesia sehingga volume ekspor lada akan menurun. Hal ini sesuai dengan hasil analisis Maulana & Kartiasih, 2017, ditemukan bahwa harga ekspor berpengaruh signifikan dan negatif terhadap volume ekspor Indonesia. Namun demikian koefisien variabel harga menunjukkan bahwa lada adalah barang yang inelastis, sehingga kebijakan menurunkan harga justru dapat mengurangi penerimaan ekspor (Nicholson, 2002). Karenanya untuk

dapat meningkatkan penerimaan ekspor komoditas lada, harga ekspor lada perlu dijaga stabilitasnya.

Variabel jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan memiliki pengaruh yang negatif, dimana setiap kenaikan 1% jarak ekonomi akan menurunkan volume ekspor lada sebesar 1,75%. Variabel jarak ekonomi mencerminkan biaya ekspor, sehingga meningkatnya jarak ekonomi mengakibatkan biaya yang dikeluarkan negara tujuan menjadi lebih tinggi, karenanya peningkatan jarak ekonomi akan menurunkan permintaan ekspor lada. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Suryana et.al (2014) dan Inayah et.al (2015). Ditemukan hal yang sama, yaitu jarak ekonomi antara negara asal dengan negara tujuan berpengaruh negatif terhadap ekspor.

Variabel tarif memiliki pengaruh yang negatif terhadap volume ekspor lada Indonesia, dimana setiap kenaikan tarif sebesar 1% maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,23%. Meningkatnya tarif ekspor di negara tujuan mengakibatkan penurunan volume ekspor lada Indonesia ke negara tujuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kis-Katos & Sparrow (2015), ditemukan hasil yang

serupa, yaitu keberadaan tarif di negara tujuan memberikan pengaruh yang negatif terhadap ekspor. Sehingga apabila tarif naik maka nilai ekspor akan turun, namun bila tarif mengalami penurunan atau penghapusan maka nilai ekspor akan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kis-Katos & Sparrow (2015), yaitu keberadaan tarif di negara tujuan memberikan pengaruh yang negatif terhadap ekspor.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Lada sebagai salah satu produk Indonesia merupakan komoditas yang potensial dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan analisis daya saing, komoditas lada Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Belanda. Sedangkan pasar potensial bagi ekspor komoditas ini adalah pasar Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat. Maka apabila pemerintah dan eksportir akan melakukan pengembangan ekspor komoditas lada sebaiknya pemerintah dan eksportir mengutamakan pengembangan ke pasar Belanda.

Adapun prioritas kedua pengembangan ekspor komoditas lada sebaiknya ditujukan ke pasar potensial, yaitu Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap ekspor komoditas lada adalah produk domestik bruto per kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif negara tujuan. Maka untuk melakukan pengembangan ekspor lada Indonesia ke pasar lain, sebaiknya pemerintah dan eksportir mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada tersebut. Adapun kebijakan yang dapat diambil adalah dengan menjaga stabilitas harga ekspor dan memilih pasar dengan PDB per kapita dan populasi yang besar dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun dari tahun ke tahun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah YME sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para dosen, staf dan civitas akademika Program Studi Magister Sains Ilmu

Ekonomi FEM IPB dan Sekolah Pascasarjana IPB yang telah memberikan dukungan & bimbingan kepada penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, W. (2017). Analisis Pengaruh dan Tingkat Keberhasilan Perdagangan Indonesia dalam ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA). Thesis. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Departemen Pertanian RI. (2009). Pedoman Teknis Pengembangan Lada Organik. Diunduh tanggal 6 Mei 2018 dari pusdatin.setjen.pertanian.go.id/
- Estherhuizen, D. (2006). An Evaluation of The Competitiveness of the South African Agribusiness Sector. Journal University of Pretoria.
- Hasibuan, A.M., Rita, N., Agus, W. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. Buletin Risti. Vol3(1), pp.57-70.
- Inayah, I., Oktaviani, R., Heny, K.D. (2015). The Analysis of Export Determinant of Indonesian Pepper in the International Market. International Journal of Science and Research (IJSR). Vol.5 (11), pp. 1856-1860.
- Irgandhini, A.K., Firdaus, M. (2014). Daya Saing Dan Permintaan Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia Di Negara Tujuan Utama Periode 2003-2012. Jurnal Manajemen dan Agribisnis. Vol.11(3), pp. 183-198.
- Jordan, A. (2014). Factors that Affect Jordan's Exports during the Period (2003-2012). International Journal of Business and Social Science. Vol.5(6), pp. 115-121.
- Juanda, B., Junaidi. (2012). *Ekonometrika Deret Waktu (Teori dan Aplikasi)*. Bogor : IPB Press.

- Kementerian Perdagangan RI. (2013). Kajian Potensi Pengembangan Ekspor ke Pasar Non Tradisional. Jakarta: Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, BP2KP
- Kementerian Perdagangan RI. (2014). Analisis Dampak Implementasi Environmental Goods List (EG List) dan Identifikasi Development Products terhadap Kinerja Perdagangan. Diunduh tanggal 6 Juli 2018 dari <http://www.KementerianPerdaganganRI.go.id/>
- Kementerian Perdagangan RI. (2017). Kementerian Perdagangan RI: Negara Tujuan Ekspor 10 Komoditas Potensial. Diunduh tanggal 13 April 2017 dari <http://www.KementerianPerdaganganRI.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-commodities/10potential-commodities>
- Kementerian Pertanian RI. (2013). Pedoman Teknis Pengembangan Tanaman Lada Tahun 2014. Diunduh tanggal 6 Mei 2018 dari <pusdatin.setjen.pertanian.go.id/>
- Kementerian Pertanian RI. (2015). Outlook Lada Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan. Diunduh tanggal 27 April 2018 dari <pusdatin.setjen.pertanian.go.id/>
- Kementerian Pertanian RI. (2017). Data Produksi Rempah Unggulan Indonesia. Diunduh tanggal 6 April 2017 dari aplikasi.pertanian.go.id/bdsp/newdata
- Kis-Katos, K., Sparrow, R. (2015). Poverty, labour markets and trade liberalization in Indonesia. *Journal of Development Economics*. Vol.3878 (15), pp.1-45.
- Maulana A, Kartiasih. (2017). Analisis ekspor kakao olahan Indonesia ke sembilan negara tujuan tahun 2000–2014. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*. Vol.17(2), pp. 103-117.
- Nicholson, W. (2002). *Microeconomic Theory Basic Principles and Extensions*. New York : Harcourt Brace Colege Publisher.
- Ningsih, A. (2013). Analisis Daya Saing dan Faktor-aktor yang Memengaruhi Permintaan Minyak Atsiri Indonesia di Negara Tujuan Ekspor. Skripsi. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Pindyck, R.S., Rubenfield, D.L. (2009). *Microeconomics*, [7th Edition]. New Jersey (USA): Pearson Education, Inc.
- Suryana, A.T., Fariyanti, A., Rifin, A. (2014). Analisis perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional. *Jurnal TIDP*. Vol.1(1), pp.29-40.
- UN-Comtrade. (2018). Sumber dari Internet Tentang Statistics Database. Diunduh tanggal 13 April 2018 dari <https://comtrade.un.org/data>

INDEKS SUBJEK

B

Bilateral, 12 (2): 182, 183, 200, 201, 202

C

Coal Import, 12 (1): 74, 76, 78, 89, 91

D

Daya Saing, 12 (2): 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264

Daya Saing TPT Indonesia, 12 (2): 205, 207, 208, 212, 216, 218, 219, 230, 231

Diversifikasi Ekspor, 12 (1): 37

E

Error-Correction Model, 12 (1): 95, 99

Eurasia, 12 (2): 161, 162, 163, 164, 166, 167, 169, 173, 178

EPD, 12 (2): 267, 275, 276, 280, 282, 283

F

Final Product, 12 (2): 152, 153, 155, 156

G

Gravity Model, 12 (2): 267, 275, 276, 277

I

Intermediate Input, 12 (2): 150, 151, 155, 156

L

Lagging Opportunity, 12 (2): 235, 238, 239, 243, 263

Lost Opportunity, 12 (2): 235, 238, 239, 245, 263

M

Maize Production, 12 (1): 49, 67, 71

P

Policy, 12 (1): 73, 75, 76, 89, 91, 92

Price of Maize, 12 (1): 55, 58, 59, 60, 63, 64, 66, 68, 69

R

RCA, 12 (2): 267, 275, 276, 278, 279, 282, 283, 284

Rice Import, 12 (1): 97, 98, 107, 108, 109, 110, 111, 113

S

Step Function, 12 (1): 77, 78

Supply and Use Tables (SUT), 12 (2): 142

Supply Elasticity, 12 (1): 51, 53, 60, 65

Spillover, 12 (1): 127, 132

U

Unilateral, 12 (2): 185

W

World Input-Output Database (WIOD), 12 (2): 142, 148

INDEKS PENGARANG

B

Box & Tiao, 12 (1): 77, 92

C

Cestepe et al, 12 (1): 76, 92

H

Hamid, 12 (2): 141, 157

Hayakawa, 12 (2): 182, 185, 191, 192,
202

I

Inayah, 12 (2): 277, 286, 287

Itakura, 12 (2): 64, 178

J

Jin, et al, 12 (1): 74, 92

Jordan, 12 (2): 285, 287

K

Kis-Katos, 12 (2): 286, 288

M

Marconi, 12 (2): 148, 158

Martawijaya, 12 (1): 106, 112

McCulloch, 12 (1): 100, 105, 113

N

Nasrudin, 12 (1): 24, 44, 123, 133

O

Onono, 12 (1): 64, 71

P

Patunru, 12 (1): 100, 101, 106, 113

Pradipta, 12 (2): 139, 158

R

Ragimun, 12 (2): 207, 233

S

Sixta, 12 (2): 142, 158

T

Timmer, 12 (2): 148, 158

V

Vanhnalat et al, 12 (1): 75, 93

W

Wei, 12 (1): 77, 78, 93

INDEKS KATA KUNCI

B

Bilateral, 12 (2): 182, 183, 200, 201, 202

C

Coal Import, 12 (1): 74, 76, 78, 89, 91

D

Daya Saing, 12 (2): 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264

Daya Saing TPT Indonesia, 12 (2): 205, 207, 208, 212, 216, 218, 219, 230, 231

Diversifikasi Ekspor, 12 (1): 37

E

Error-Correction Model, 12 (1): 95, 99

Eurasia, 12 (2): 161, 162, 163, 164, 166, 167, 169, 173, 178

EPD, 12 (2): 267, 275, 276, 280, 282, 283

F

Final Product, 12 (2): 152, 153, 155, 156

G

Gravity Model, 12 (2): 267, 275, 276, 277

I

Intermediate Input, 12 (2): 150, 151, 155, 156

L

Lagging Opportunity, 12 (2): 235, 238, 239, 243, 263

Lost Opportunity, 12 (2): 235, 238, 239, 245, 263

M

Maize Production, 12 (1): 49, 67, 71

P

Policy, 12 (1): 73, 75, 76, 89, 91, 92

Price of Maize, 12 (1): 55, 58, 59, 60, 63, 64, 66, 68, 69

R

RCA, 12 (2): 267, 275, 276, 278, 279, 282, 283, 284

Rice Import, 12 (1): 97, 98, 107, 108, 109, 110, 111, 113

S

Step Function, 12 (1): 77, 78

Supply and Use Tables (SUT), 12 (2): 142

Supply Elasticity, 12 (1): 51, 53, 60, 65

Spillover, 12 (1): 127, 132

U

Unilateral, 12 (2): 185

W

World Input-Output Database (WIOD), 12 (2): 142, 148

KEYWORD INDEKS

A

Asia-Pacific Economic Cooperation
(APEC), 12 (2): 135, 136

C

Coal, 12 (1): 73
Competitiveness, 12 (2): 205, 206, 207,
208, 209, 210, 211, 212, 214, 216, 217,
218, 219, 220, 221, 230, 231, 232, 267,
274, 275, 276, 278, 279, 280, 283, 284,
286, 287
Cooperation Impact, 12 (2): 161, 172, 176

D

Distribution System, 12 (1): 95, 96, 97, 104,
105, 106, 107
Domestic-International Price Correlation,
12 (1): 95
Dynamic RCA, 12 (2): 235, 237, 238, 239,
240, 241, 243, 246, 248, 249, 251, 255,
256, 258, 262

E

EAEU, 12 (2): 161, 162, 163, 164, 165,
166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173,
174, 175, 176, 177
ECM, 12 (1): 47, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 62,
63
Export, 12 (1): 73, 92; 12 (2): 205, 206, 207,
208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215,
216, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224,
225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232,
233, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241,
242, 243, 244, 245, 247, 248, 249, 250,
251, 252, 253, 254, 256, 257, 258, 259,
260, 261, 262, 263, 264, 265, 267, 268,

269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276,
277, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287
Export Product Dynamic (EPD), 12 (2):
135, 136, 139, 140, 154
Export Similarity, 12 (1): 21, 22, 23, 24,
25, 26, 31, 32, 35, 36, 39, 41, 42, 43, 45

F

Free Trade Area of The Asia-Pacific
(FTAAP), 12 (2): 135, 136, 154
FTA Utilization, 12 (2): 181, 183, 191

G

Gravity Model, 12 (1): 1, 5, 13, 14
GTAP, 12 (2): 161, 166, 167, 172

I

IJEPA, 12 (2): 181, 182, 183, 184, 186,
188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 196,
197, 198, 200, 201, 202, 03
Indonesian Economy, 12 (1): 117, 119,
122, 129, 130, 132
International Trade, 12 (1): 73
Intervention Analysis, 12 (1): 73
Inter-Regional Input-Output (IRIO), 12 (2):
135, 136, 139, 142, 148, 154, 156
Intra-Industry Trade (IIT), 12 (2): 135, 136,
139, 141, 145, 154, 155
IP-PTA, 12 (2): 181, 182, 195, 197

M

Maize, 12 (1): 47, 69, 70, 71
Middle East, 12 (2): 235, 236, 237, 238,
240, 242, 243, 249, 261, 262, 263, 264

N

Non Tariff Measures (NTMs), 12 (1): 1, 6,
8, 13, 16, 18

O

OIC Countries, 12 (1): 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

P

Panel Regression, 12 (1): 21, 28, 29, 31
Price Ceiling, 12 (1): 95, 97, 98, 103, 104, 105
Pepper, 12 (2): 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287
Price Change, 12 (1): 47
Private Sector, 12 (1): 95, 98, 100, 108, 110
Processed Food, 12 (2): 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264

R

Rice Trade, 12 (1): 95, 100, 105, 109
RSCA, 12 (2): 161, 165, 166, 171, 176

S

Shrimp's Export, 12 (1): 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Simulation, 12 (1): 117, 119, 122, 123, 126, 127, 128, 129, 131
Supply Response, 12 (1): 47, 71

T

Textile and Textile Product, 12 (2): 205, 206, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229
TCI, 12 (2): 161, 170, 176
Trade Complementarity, 12 (1): 21, 22, 23, 24, 25, 28, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 43

Y

Yuan Devaluation, 12 (1): 117, 119, 124, 129, 130, 131, 132

JUDUL NASKAH BAHASA INDONESIA SPESIFIK, JELAS, MENGANDUNG UNSUR KATA KUNCI, MAKSIMAL 15 KATA

Title in English, Specific, Clear, Contains Key Words , Maximum 15 Words

A. Firstauthor^{1*}, B.C. Secondauthor², D. Thirdauthor^{1,2}

¹First affiliation, Address, City and Postcode, Country, email address

²Second affiliation, Address, City and Postcode, Country, email Address

Abstrak

Abstrak berisi gambaran singkat keseluruhan artikel mengenai permasalahan, tujuan, metode, hasil, dan rekomendasi kebijakan. Jumlah kata dalam abstrak 150-200 kata dan harus dalam satu paragraf.

Kata Kunci: 3-5 kata kunci

Abstract

Abstract contains research problem, aims of the study, research method, results, and policy recommendation. The length of abstract should be between 150-200 words and must be in one paragraph.

Keywords: 3-5 keywords

JEL Classification: F12, F13, F15 (minimal 3)

PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang (signifikansi penelitian), perumusan masalah/ pertanyaan penelitian, teori dan penelitian terkait, hipotesa (optional), dan tujuan. Pendahuluan ditulis dengan tanpa sub judul.

METODE

Berisi waktu dan tempat penelitian (optional), jenis data, bahan/cara pengumpulan data, dan metode analisis.

Cara penulisan rumus untuk persamaan-persamaan yang digunakan disusun pada baris terpisah dan diberi nomor secara berurutan dalam

parentheses (justify), sejajar dengan baris tersebut, dan rata kanan.

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k} \dots\dots\dots(1)$$

$$f(x) = a_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \left(a_n \cos \frac{n\pi x}{L} + b_n \sin \frac{n\pi x}{L} \right) \dots\dots(2)$$

Dimana X : Nilai ekspor

A : Nilai impor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan menyajikan dan menganalisis temuan penelitian. Uraikan pada bagian ini hasil yang diperoleh secara jelas. Penulisan hasil dapat ditambahkan dengan menyajikannya dalam bentuk tabel atau gambar.

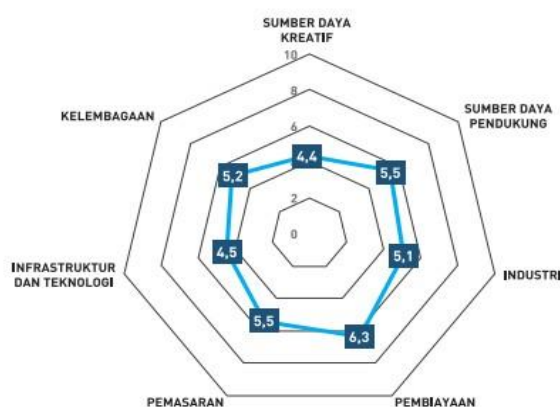
Tabel 1. Hasil Yang Diperoleh

No	Produsen	Luas Wilayah (ha)
1.	Pemerintah	512.369
2.	Swasta	41.300

Sumber: PT. Timah (2015), diolah

Keterangan:

Hindari pembahasan literatur yang berulang kecuali diperlukan untuk mengkonfirmasi hasil penelitian.



Gambar 1. Pemetaan Daya Saing Industri

Sumber: BPS (2015), diolah

Keterangan: Berdasarkan Survei Juni 2015

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kesimpulan harus menjawab pertanyaan/permasalahan penelitian. Rekomendasi kebijakan berisi rumusan kebijakan atas temuan penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada pihak yang telah mendukung penyusunan naskah ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka menggunakan *reference management software* seperti Mendeley atau EndNote dengan APA style.

Firdausy, C. M. (2005). *Menapak Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Obor.

Masyhuri. (2015a). *Landasan Filosofis Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

Masyhuri. (2015b). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera

Whitten, J.L., Bentley, L.D., S.K., Steven, Dittman, K.C. (2004). *Systems Analysis and Design Methods*. Indianapolis: McGraw-Hill Education.

Asra, A. (2012). Trade Pattern and Welfare Impacts. *Journal of ABC*, Vol. 2 (1), pp. 35 – 29.

Muhri, K., T. Widayanti, dan A. Adang. (2012). Indonesia Competitiveness Among ASEAN Countries. *Journal of XYZ*, Vol. 3 (5), pp.200-225.

Sabdul, K. (2012). Harga Daging Sapi Menanjak Terus Menjelang Bulan Puasa. *Bisnis Indonesia*, 5 Juni.

Kompas. (2012, 4 Juni). Harga Gula Makin Meroket.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. 2014. Jakarta.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2011). *Pedoman Akreditasi Majalah Ilmiah*. Jakarta: LIPI Press.

Ismail, A. (2007). Perancangan Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Jurusan Teknik Industri. Skripsi. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas.

Krisnamurthi, B. (2014). Opportunities and Challenges: Regional & Global of CPO within the Context of Aviation Biofuel Implementation and ISPO Standard. Makalah: Disajikan pada Workshop Indonesia Initiatives on Energy Farming & Sustainable Abiation Biofuel and the ISPO/RSPO

Standard pada tanggal 26 Agustus 2014 di Kementerian Perhubungan Jakarta.

Online. (2012). Sumber dari Internet Tentang Perdagangan. Diunduh tanggal 23 April 2012 dari

<http://online.com/home/data/trade.php>

Kompas. (2011, Januari 24). Hadapi Perdagangan Internasional dengan SNI. Diunduh tanggal 30 November 2012 dari <http://www.kompas.com>

PETUNJUK PENULISAN NASKAH BULETIN ILMIAH LITBANG PERDAGANGAN

1. Naskah merupakan hasil penelitian, tidak sedang dikirimkan/telah diterbitkan pada jurnal/terbitan lain.
2. Naskah berisi tentang topik perdagangan maupun yang terkait.
3. Naskah ditulis dengan kaidah tata Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris yang baku dan benar..
4. Penulis membuat surat pernyataan bahwa naskah yang dikirim adalah asli dan memenuhi persyaratan klirens etik dan etika publikasi ilmiah (bebas dari plagiarisme, fabrikasi, dan falsifikasi) berdasarkan Peraturan Kepala LIPI No. 8 Tahun 2013 dan No.5 Tahun 2014.
5. Apabila naskah ditulis dari hasil penelitian kelompok dan akan diterbitkan sendiri, diharuskan menyertakan surat pernyataan persetujuan tertulis dari anggota kelompok yang lain.
6. Sistematika Penulisan: Judul, Keterangan Penulis, Abstrak, Kata Kunci, *JEL classification*, Pendahuluan, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan, Ucapan Terima kasih, Daftar Pustaka.
7. Teknik Penulisan:
 - a. Naskah diketik pada kertas ukuran A4, 1,5 spasi, dan jenis huruf Arial 12 dengan margin kiri 3 cm, margin atas, kanan dan bawah 2,5 cm serta jumlah halaman 20-25 halaman.
 - b. Judul ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris maksimal 15 kata menggambarkan isi naskah secara keseluruhan.
 - c. Judul Bahasa Indonesia ditulis dengan huruf kapital, *bold*, *center*, sedangkan judul Bahasa Inggris ditulis dengan huruf kapital pada awal kata, *italic*, *bold* dan *center*.
 - d. Nama penulis tanpa gelar akademik diletakkan di tengah (*center*). Nama instansi, alamat instansi, dan email penulis diletakkan dalam satu baris dan di tengah (*center*).
 - e. Abstrak ditulis dalam satu paragraf menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Abstrak diketik dengan 1 spasi, jenis huruf Arial 11, jumlah kata 150-200 kata. Abstrak Bahasa Inggris diketik dengan menggunakan format *italic*.
 - f. Kata kunci dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris terletak di bawah abstrak sebanyak 3-5 kata kunci.
 - g. Mencantumkan *JEL Classification* yang dapat diakses melalui [http://www.aeaweb.org/jel/jel class system.php](http://www.aeaweb.org/jel/jel%20class%20system.php).
 - h. Tabel dan gambar diletakkan segera setelah disebutkan didalam naskah pada posisi paling atas atau paling bawah dari setiap halaman dan tidak diapit oleh kalimat.
 - i. Penulisan tabel:
 - Judul tabel menggunakan huruf arial 12, *bold*, diletakkan di atas tabel dan rata kiri.
 - Judul tabel diberi penomoran angka Arab (1, 2, 3,...)
 - Sumber tabel diketik sejajar dengan teks dibawah tabel.
 - Isi tabel diketik dengan jarak satu spasi
 - Garis tabel hanya pada bagian atas (*header*) dan garis bagian bawah (*footer*) tabel, garis vertikal pemisah kolom tidak dimunculkan, dan dapat diedit.

- j. Penulisan gambar:
- Judul gambar ditulis dengan huruf Arial 12, *bold*, diletakkan dibawah gambar dan rata kiri.
 - Judul gambar diberi penomoran angka Arab (1, 2, 3,...)
 - Keterangan gambar diletakkan di bawah judul gambar.
 - Penulisan keterangan gambar menggunakan huruf Arial 10, dan diletakkan dibawah sumber.
 - Ukuran resolusi gambar paling sedikit 300 dpi, dan dapat diedit.

- k. Cara penulisan rumus untuk persamaan–persamaan yang digunakan disusun pada baris terpisah dan diberi nomor secara berurutan dalam *parentheses (justify)*, sejajar dengan baris tersebut, dan rata kanan. Contoh :

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k} \dots\dots\dots(1)$$

$$f(x) = a_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \left(a_n \cos \frac{n\pi x}{L} + b_n \sin \frac{n\pi x}{L} \right) \dots\dots\dots(2)$$

- l. Keterangan rumus ditulis dalam satu paragraf tanpa menggunakan simbol sama dengan (=), masing-masing keterangan notasi rumus ditulis di bawahnya.

Contoh: x : nilai ekspor

a : nilai impor dsb.

- m. Sumber acuan di dalam teks (*body text*) ditulis dengan mencantumkan nama akhir penulis dan tahun, sedangkan untuk karya terjemahan dilakukan dengan cara menyebutkan nama pengarang aslinya.

Contoh:

- Bossche (2012) dalam papernya....
- Fasilitas-fasilitas suatu pelabuhan.....(Suyono, 2005)

8. **ABSTRAK**, berisi gambaran singkat keseluruhan artikel mengenai permasalahan, tujuan, metode, hasil, dan rekomendasi kebijakan.

9. **PENDAHULUAN**, menguraikan latar belakang (signifikansi penelitian), perumusan masalah/pertanyaan penelitian, teori dan penelitian terkait, hipotesa (optional), dan tujuan .

10. **METODE** berisi waktu dan tempat penelitian (optional), bahan/cara pengumpulan data, metode analisis. .

11. **HASIL DAN PEMBAHASAN**, menyajikan dan menganalisis temuan penelitian.

12. **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**, kesimpulan harus menjawab pertanyaan/permasalahan penelitian. Rekomendasi kebijakan berisi rumusan kebijakan atas temuan penelitian.

13. UCAPAN TERIMA KASIH

14. **DAFTAR PUSTAKA**, disusun menurut abjad berdasarkan APA style. Jumlah sumber acuan dalam satu naskah paling sedikit 10 dan 80% diantaranya merupakan sumber acuan primer dan diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Sumber acuan primer adalah sumber acuan yang langsung merujuk pada bidang ilmiah tertentu, sesuai topik penelitian dapat

15. berupa tulisan dalam makalah ilmiah dalam jurnal internasional maupun nasional terakreditasi, hasil penelitian di dalam disertasi, tesis maupun skripsi.

16. Tata Cara Penulisan Pustaka Acuan

Penulisan Pustaka Acuan menggunakan **APA Style** yang dapat diakses melalui <http://www.apasyle.org>

- **Rujukan dari buku:**

Contoh:

Firdausy, C. M. (2005). *Menapak Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Obor.

Jika ada beberapa buku yang dijadikan sumber ditulis oleh orang yang sama dan diterbitkan dalam tahun yang sama, data tahun penerbitan diikuti oleh lambang a, b, c, dan seterusnya yang urutannya ditentukan secara kronologis atau berdasarkan abjad judul buku-bukunya.

Contoh:

Masyhuri. (2006a). *Landasan Filosofis Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

Masyhuri. (2006b). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera

- **Rujukan dari buku yang berisi kumpulan artikel (ada editor). Ditambah dengan ed jika satu editor, eds jika editornya lebih dari satu.**

Contoh:

Masyhuri. (2006). Landasan Filosofis Ekonomi Islam. Dalam Masyhuri (Ed.). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

- **Rujukan dari buku yang ditulis lebih dari satu penulis, dapat ditulis dengan menambahkan nama penulis pertama dengan dkk (dan kawan-kawan) atau et.al (dan lainnya). Penulisan dalam Pustaka Acuan harus ditulis lengkap nama penulis lainnya.**

Contoh:

Whitten, et.al ditulis lengkapnya Whitten, J.L., Bentley, L.D., S.K., Steven, Dittman, K.C. (2004). *Systems Analysis and Design Methods*. Indianapolis: McGraw-Hill Education.

- **Rujukan dari artikel dalam jurnal**

Contoh:

Asra, A. (2012). Trade Pattern and Welfare Impacts. *Journal of ABC*, Vol. 2 (1), pp. 35 – 29.

Muhri, K., T. Widayanti, dan A. Adang. (2012). Indonesia Competitiveness Among ASEAN Countries. *Journal of XYZ*, Vol. 3 (5), pp.200-225.

- **Rujukan dari artikel dalam majalah atau koran**

Contoh:

Sabdul, K. (2012). Harga Daging Sapi Menanjak Terus Menjelang Bulan Puasa. *Bisnis Indonesia*, 5 Juni.

- **Rujukan dari Koran tanpa penulis**

Contoh:

Kompas. (2012, 4 Juni). Harga Gula Makin Meroket.

- **Rujukan dari dokumen resmi pemerintah yang diterbitkan oleh suatu penerbit tanpa pengarang dan tanpa lembaga**

Contoh:

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. 2014. Jakarta.

- **Rujukan dari lembaga yang ditulis atas nama lembaga tersebut**

Contoh:

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2011). *Pedoman Akreditasi Majalah Ilmiah*. Jakarta: LIPI Press.

- **Rujukan berupa skripsi, tesis, atau disertasi**

Contoh:

Ismail, A. (2007). Perancangan Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Jurusan Teknik Industri. Skripsi. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas.

- **Rujukan berupa makalah yang disajikan dalam seminar, penataran, atau lokakarya**

Contoh:

Krisnamurthi, B. (2014). Opportunities and Challenges: Regional & Global of CPO within the Context of Aviation Biofuel Implementation and ISPO Standard. Makalah: Disajikan pada Workshop Indonesia Initiatives on Energy Farming & Sustainable Aviation Biofuel and the ISPO/RSPO Standard pada tanggal 26 Agustus 2014 di Kementerian Perhubungan Jakarta.

- **Rujukan dari internet**

Contoh:

Online. (2012). Sumber dari Internet Tentang Perdagangan. Diunduh tanggal 23 April 2012 dari <http://online.com/home/data/trade.php>.

- **Rujukan dari koran/majalah online**

Contoh:

Kompas. (2011, Januari 24). Hadapi Perdagangan Internasional dengan SNI. Diunduh tanggal 30 November 2012 dari <http://www.kompas.com>.

17. Semua naskah yang masuk harus mengikuti format template naskah yang telah tersedia dalam website.

