

**“Sumber Daya Pertanian Berkelanjutan dalam Mendukung Ketahanan dan Keamanan Pangan Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0”**

---

Analisis Pasar Ekspor Karet Indonesia dengan Matriks BCG

Mulyani<sup>1</sup>, Kusnandar<sup>2</sup>, Ernoiz Antriyandarti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Abstrak**

Kontribusi sub sektor perkebunan dalam PDB sekitar 3,57 persen pada tahun 2015 merupakan urutan pertama di sektor pertanian dan pertambangan. Karet merupakan salah satu komoditas hasil perkebunan yang berperan dalam kegiatan perekonomian Indonesia selain sebagai sumber pendapatan masyarakat serta sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, dan memberikan kontribusi yang besar karena dapat meningkatkan devisa negara. Karet merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Sekitar 83,42 persen produksi karet alam Indonesia diekspor ke manca negara. Kajian ini menganalisis posisi pasar ekspor karet Indonesia berdasarkan negara tujuan dengan menggunakan model manajemen BCG (*Boston Consulting Group*) Matriks dengan dua unsur yaitu Pangsa Pasar (*Market Share*) dan Tingkat Pertumbuhan Pasar (*Market Growth*). Data ekspor karet alam ke negara tujuan selama periode 7 tahun (2010-2016) digunakan. Hasil kajian menunjukkan bahwa ekspor karet alam Indonesia ke berbagai negara tujuan terbagi dalam 3 (tiga) posisi kuadran yaitu *Star*, *Cash Cow* dan *Question Mark*. Jepang, Amerika Serikat, Jerman, India, Turki merupakan negara tujuan ekspor pada posisi *Star* yang menggambarkan ekspor karet alam Indonesia berada pada tingkat pertumbuhan pasar tinggi dan pangsa pasar relatif besar. Sebagian besar negara tujuan ekspor karet alam Indonesia berada pada posisi *Cash Cow* yang menggambarkan tingkat pertumbuhan yang relatif rendah tetapi menguasai pangsa pasar tinggi.

Kata kunci : karet, ekspor, Matriks BCG

**Pendahuluan**

Sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 13,52 persen pada tahun 2015 atau merupakan urutan kedua setelah sektor Industri Pengolahan. Karet merupakan salah satu komoditas hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia selain sebagai sumber pendapatan masyarakat serta sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, komoditas ini juga memberikan kontribusi yang besar karena dapat meningkatkan devisa negara. Karet tidak hanya diusahakan oleh perkebunan-perkebunan besar milik negara yang memiliki areal ratusan ribu hektar, tetapi juga

dusahakan oleh swasta dan rakyat. Karet alam merupakan salah satu komoditas pertanian yang penting untuk Indonesia dan lingkup Internasional.

Karet merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Sekitar 83,42 persen produksi karet alam Indonesia diekspor ke manca negara dan hanya sebagian kecil yang dikonsumsi di dalam negeri. Hampir setengah dari karet yang diekspor ini dikirimkan ke negara-negara Asia lain, diikuti oleh negara-negara di Amerika Utara dan Eropa. Lima negara yang paling banyak mengimpor karet dari Indonesia adalah Amerika Serikat (AS), Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Jepang, Singapura, dan Brazil. Konsumsi karet domestik kebanyakan diserap oleh industri-industri manufaktur Indonesia (terutama sektor otomotif).

Permintaan negara pengimpor terhadap karet Indonesia menjadikan peluang bagi Indonesia sebagai negara produsen dan pengeksport karet di dunia. Indonesia memiliki lahan yang luas dan tidak terbatas sehingga masih dapat mengembangkan perkebunan karet yang lebih besar lagi. Sebagai produsen karet terbesar kedua di dunia, jumlah suplai karet Indonesia penting untuk pasar global. Ekspor karet Indonesia secara umum dibagi dalam dua jenis yaitu karet alam dan karet sintetis (Badan Pusat Statistik, 2015). Selama tiga tahun terakhir ekspor karet alam berfluktuasi. Tahun 2013 volume ekspor karet alam Indonesia mencapai 2,70 juta ton dan nilainya mencapai US\$6.906,95 juta, pada tahun 2014 ekspor karet alam mengalami penurunan sebesar 2,91 persen yakni menjadi 2,62 juta ton dengan nilai ekspor mencapai sebesar US\$ 4,741,49 juta dan tahun 2015 volume ekspor karet alam mengalami peningkatan 0,26 persen yaitu menjadi 2,63 juta ton dengan nilai US\$ 3.699 juta (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2016).

Ekspor merupakan upaya melakukan penjualan komoditas yang dimiliki kepada bangsa lain atau negara asing dengan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing, serta melakukan komunikasi dengan bahasa asing (Amir, 2005). Barang – barang yang diperdagangkan ke luar negeri atau diekspor terdiri dari bermacam- macam jenis hasil bumi seperti karet, kopi, lada, kayu, juga hasil tambang seperti minyak mentah, timah, nikel dan lainnya. Masalah ekspor merupakan ujung dari suatu kegiatan ekonomi yang merupakan satu mata rantai aktivitas perekonomian pada umumnya.

Metode analisis BCG merupakan metode yang digunakan dalam menyusun suatu perencanaan unit bisnis strategi dengan melakukan pengklasifikasian terhadap potensi keuntungan perusahaan (Kotler, 2002). Tujuan utama Matriks BCG adalah untuk mengetahui produk manakah yang layak mendapat perhatian dan dukungan dana agar produk tersebut bisa bertahan dan menjadi kontributor terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Setiap produk memiliki siklus hidup produk, dan setiap tahap dalam siklus hidup produk mewakili profil risiko yang berbeda

Tantangan saat ini adalah bagaimana mempertahankan karet Indonesia di pasar internasional dan juga untuk memastikan bahwa ekspor karet Indonesia berkompetisi dalam perubahan yang terjadi secara dinamik dalam pasar global. Manajemen strategi memungkinkan sebuah organisasi untuk lebih produktif (David, 2004). Model manajemen strategi dalam Boston Consulting Group Matrix (BCG) mempunyai esensi yang terletak pada usahanya mengetahui posisi pasar berdasarkan pangsa pasar dan pertumbuhan pasar. Matriks BCG ini didasarkan pada pengamatan bahwa unit bisnis perusahaan dapat digolongkan pada empat kategori berdasarkan kombinasi pada pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif terhadap pesaing terbesar. Kajian ini terkait dengan menganalisis pasar ekspor karet Indonesia menggunakan Matriks BCG, sebagai alat analisis yang secara umum digunakan dalam manajemen strategi.

Tujuan dari kajian ini adalah 1) mengklasifikasikan pasar ekspor karet Indonesia berdasar *market share* dan *market growth*, 2) mengetahui posisi pasar ekspor karet Indonesia.

## Metodologi

Data yang digunakan adalah data kuantitatif dalam bentuk data sekunder ekspor karet. Data ekspor karet (dari tahun 2010 – 2016) selama periode 7 (tujuh) tahun sesuai negara tujuan digunakan dan diperoleh dari Statistik Ekspor karet dari berbagai sumber antara lain UN Comtrade, Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian dan Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

Dua indikator utama yang digambarkan pada Matriks BCG adalah *Market Share* (Pangsa Pasar) dan *Market Growth* (Pertumbuhan Pasar) (Suwarsono, 2004).

1. *Market Share* (Pangsa Pasar) menunjukkan besarnya pangsa pasar negara tujuan dari volume penjualan komoditas karet dibandingkan dengan pemimpin pasar ekspor karet yaitu negara Thailand.

Untuk menghitung Pangsa Pasar yaitu :

$$\text{Pangsa Pasar Tahun } n = \frac{\text{Volume Ekspor tahun } n}{\text{Volume Ekspor total tahun } n} \times 100 \%$$

Pangsa Pasar itu sendiri adalah bagian penjualan industri total sebuah perusahaan di sebuah pasar tertentu. Dan dalam hal ini, volume tersebut adalah nilai ekspor karet di Indonesia, di pasar ekspor dunia.

2. *Market Growth* (Pertumbuhan Pasar) adalah proyeksi tingkat penjualan untuk pasar yang akan dilayani. Biasanya diukur dengan peningkatan persentase dalam nilai atau volume penjualan empat tahun terakhir. Untuk menghitung tingkat pertumbuhan pasar yaitu :

$$\text{Pertumbuhan Pasar tahun } n = \frac{\text{Volume Ekspor tahun } n - \text{Volume Ekspor tahun } (n-1)}{\text{Volume ekspor tahun } (n-1)} \times 100\%$$

## Hasil dan Pembahasan

Karet alam Indonesia diekspor ke beberapa benua dengan berbagai negara tujuan. Ada 17 (tujuh belas) negara tujuan yang tersebar di benua Asia, Africa, Amerika, Oceania dan Eropa.

### Pangsa Pasar

Pangsa Pasar Relatif (*Relatif Market Share*) adalah rasio pangsa pasar suatu bisnis terhadap pangsa pasar yang dipegang oleh perusahaan pesaing sebagai pemimpin pasar Hal ini menunjukkan kekuatan perusahaan dalam pasar itu. Pangsa pasar relatif 0,1 artinya volume penjualan perusahaan hanya 10% dari volume penjualan pimpinan pasar. Hasil dari tingkat pangsa pasar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Tingkat Pangsa Pasar Karet

Negara Tujuan	Rata Rata Nilai ekspor karet ( 000 US\$)	Market Share
<b>ASIA</b>		
China	1.057.073	14,4
Jepang	998.069	13,6
Singapura	171.141	2,3
India	324.853	4,4
Turki	167.290	2,3
<b>AFRIKA</b>		
Afrika Selatan	69.408	0,9
Mesir	17.179	0,2
<b>OCEANIA</b>		
Australia	13.138	0,2
<b>AMERIKA</b>		
Amerika Serikat	1.510.938	20,6
Brazil	240.492	3,3
Kanada	192.894	2,6
<b>EROPA</b>		
Belanda	123.497	1,7
Jerman	166.683	2,3
Perancis	135.989	1,9
Spanyol	112.181	1,5
Inggris	61.829	0,8
Polandia	43.985	0,6

Sumber : Analisa data sekunder, 2019

Dari nilai tingkat pangsa pasar tersebut negara China, Jepang, Amerika Serikat mempunyai nilai yang tinggi diatas 10. Dapat dikatakan bahwa pasar karet di negara tujuan tersebut memiliki tingkat pangsa pasar yang relatif tinggi. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Perkebunan dalam Buku Statistik Perkebunan tahun 2014, ada sebanyak 61 (enam puluh satu) negara tujuan ekspor karet Indonesia. Namun demikian hanya ada 6 (enam) negara yang menjadi tujuan terbesar ekspor karet Indonesia yaitu Amerika Serikat, China, Jepang dalam urutan terbesar.

## Tingkat Pertumbuhan Pasar

Tingkat pertumbuhan pasar merupakan variabel penting karena menentukan kesempatan dalam pemasaran dan berpengaruh langsung pada kesuksesan suatu bisnis. Hasil dari tingkat pertumbuhan pasar dapat dilihat pada Tabel 2. berikut:

Tabel 2. Tingkat Pertumbuhan Pasar Karet

Negara Tujuan	Rata –rata Market Growth (%)
<b>ASIA</b>	
China	1
Jepang	5
Singapura	-17
India	19
Turki	6
<b>AFRIKA</b>	
Afrika Selatan	-5
Mesir	2
<b>OCEANIA</b>	
Australia	15
<b>AMERIKA</b>	
Amerika Serikat	1
Brazil	-1
Kanada	1
<b>EROPA</b>	
Belanda	-13
Jerman	4
Perancis	-2
Spanyol	-4
Inggris	-8
Polandia	1

Sumber : Analisa data sekunder, 2019

Dari nilai tingkat pertumbuhan tersebut negara Jepang, India, Turki, Australia, Amerika Serikat, Kanada dan Jerman mempunyai nilai yang positif. Dapat dikatakan bahwa pasar karet di negara tujuan tersebut memiliki tingkat pertumbuhan yang relatif tinggi.

## Klasifikasi pasar menggunakan Matriks BCG

Klasifikasi pasar dengan pendekatan Matriks BCG ini akan ditunjukkan dalam empat kuadran Matriks BCG yaitu *Star*, *Cash Cow*, *Question Mark* dan kuadran *Dog*, dimana masing – masing kuadran menunjukkan empat keputusan manajemen strategi. Dari hasil perhitungan dua indikator BCG yaitu tingkat pangsa pasar dan tingkat pertumbuhan pasar ke berbagai negara tujuan, keempat kuadran tersebut sebagai berikut :

- Star

Ditunjukkan pada kuadran sudut kiri atas matrik. Menggambarkan bisnis yang berada pada tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi dan pangsa pasar relatif besar. Jepang, Amerika Serikat, Jerman, India berada pada posisi tersebut.

- Cash Cow

Ditunjukkan pada kuadran sudut kiri bawah matrik. Menunjukkan bisnis yang tingkat pertumbuhannya relatif rendah, tetapi menguasai pangsa pasar yang relatif tinggi. Sel ini biasanya terletak disudut kiri bawah. Pada kuadran ini ditafsirkan sebagai usaha yang berhasil dan telah mampu menguasai pangsa pasar yang relatif besar dan disaat yang sama hanya beroperasi pada pasar yang telah tidak tumbuh atau malahan telah menurun. Negara Cina, Brazil, Kanada, Spanyol, Perancis, Afrika Selatan, Singapura berada pada posisi ini.

- Question Mark

Ditunjukkan pada kuadran sudut kanan atas matrik. Menunjukkan suatu bisnis yang beroperasi pada pasar yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi tetapi pangsa pasar relatif rendah. Negara tujuan ekspor pada posisi ini sesungguhnya memiliki peluang pangsa pasar yang besar yang ditandai dengan tingginya pertumbuhan pasar. Akan tetapi belum mampu mengeksploitasi peluang bisnis tersebut, sehingga pangsa pasar yang dikuasai relatif rendah. Negara Australia dan Mesir berada pada posisi kuadran ini.

- Dog

Ditunjukkan pada kuadran sudut kanan bawah matrik. Menunjukkan posisi bisnis yang tingkat pertumbuhan pasar rendah dan pangsa pasar yang kecil. Tidak ada negara tujuan ekspor yang berada pada posisi ini.

Matriks BCG untuk ekspor karet alam Indonesia ke beberapa negara tujuan dapat digambarkan dalam Gambar 1 sebagai berikut :

Market Growth rate (%)	Tinggi +20			STAR		QUESTION MARK		
			India				Australia	
		Jepang Amerika Serikat	Turki Jerman				Mesir	
	Sedang 0							
		China	Brazil Kanada Perancis Spanyol	Sfrika Selatan	Polandia			
				Inggris				
			Singapura Belanda					
	Rendah -20			CASH COW			DOG	
			Tinggi 1,0		Sedang 0,50		Rendah 0,0	
<b>Market Share (%)</b>								

Gambar 1 Matriks BCG untuk ekspor karet alam Indonesia

Matriks BCG mengasumsikan bahwa dengan pangsa pasar yang tinggi akan menghasilkan uang. Pertumbuhan pasar digunakan sebagai ukuran daya tarik pasar. Jika pasar mengalami pertumbuhan yang tinggi dari total perkembangan pasar, maka akan relatif mudah bagi suatu usaha itu untuk menambah keuntungan.

## Kesimpulan

Negara tujuan ekspor karet alam dengan tingkat pangsa pasar (market share) tertinggi adalah Jepang, Amerika Serikat dan China. Negara tujuan ekspor karet alam dengan tingkat pertumbuhan pasar (market growth) positif adalah Jepang, India, Turki, Australia, Amerika Serikat, Kanada dan Jerman. Klasifikasi pasar ekspor karet Indonesia menggunakan Matriks BCG : Kuadran *Star*, tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi dan pangsa pasar relatif besar ke negara Jepang, Amerika Serikat, Jerman, India; Kuadran *Cash Cow*, tingkat pertumbuhannya relatif rendah, tetapi menguasai pangsa pasar yang relatif tinggi ke negara China, Brazil, Kanada, Perancis, Spanyol, Singapura, Africa Selatan, Inggris, Polandia; Kuadran *Question Mark*, tingkat pertumbuhan tinggi tetapi pangsa pasar relatif rendah ke negara Australia dan Mesir.

## Saran

Untuk memenuhi permintaan ekspor karet dunia, produksi karet Indonesia hendaknya perlu ditingkatkan antara lain dilakukan peremajaan karet di lahan – lahan yang sudah tidak produktif, pelatihan bagi petani karet, dan Standar Kompetensi Kerja Nasional Karet demi peningkatan mutu karet Indonesia. Dengan mempertahankan pangsa pasar dan pertumbuhan pasar ekspor karet Indonesia diharapkan Indonesia menjadi pengespor karet nomor satu di dunia.

## Daftar Pustaka

- Amir, M.S., 2005. *Ekspor Impor : Teori dan penerapannya*. Penerbit PPM. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2011. *Statistik Karet Indonesia*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2012. *Statistik Karet Indonesia*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Statistik Karet Indonesia*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Statistik Karet Indonesia*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Statistik Karet Indonesia*. Jakarta.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep - Konsep*. Terjemahan Buku 1 Edisi 12. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2014. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Karet 2012 - 2015*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Karet 2014 - 2016*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Karet 2015 - 2017*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Gapkindo. 2016. Gabungan Pengusaha Karet Indonesia. Website <http://www.gapkindo.co.id> (diakses 2016).

- Mutandwa, E, Kanuma Nathan. 2009. Analysis of coffee export marketing in Rwanda : Application of the Boston consulting group matrix. *African Journal of Bussiness Management Vol. 2 (4)*, pp. 210-219.
- Pusat Data dan Informasi Pertanian. 2016. *Outlook Karet*. Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Sudarno. 2010. *Pengetahuan Dasar Perdagangan Luar Negeri*. Cetakan 1. UNS Press. Surakarta.
- Sukirno, Sadono. 2014. *Ekonomi Pembangunan: Proses, masalah, dan dasar Kebijakan* . Kencana Prenadamedia Group. Jakarta
- Suwarsono, Muhammad. 2004. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. Edisi Ketiga. UPP AMP YKPN. Yogyakarta .
- Tety, Ermi. 2002. Penawaran dan Permintaan Karet Alam Indonesia di Pasar Domestik dan Internasional. Tesis. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Tim Penulis PS. 2008. *Panduan Lengkap Karet*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- UN COMTRADE. 2017. Download Trade Data. <http://comtrade.un.org?data/>. Diakses pada 2017