

# DAYA SAING CPO INDONESIA

Agung Prasetyo<sup>1</sup>, Darsono<sup>2</sup> dan Sri Marwanti<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Sebelas Maret Jln Ir. Sutami No.36-A Surakarta

<sup>2</sup> Universitas Sebelas Maret Jln Ir. Sutami No.36-A Surakarta

<sup>3</sup> Universitas Sebelas Maret Jln Ir. Sutami No.36-A Surakarta  
agungpras17@gmail.com

## Abstrak

Indonesia sebagai produsen utama CPO (*Crude Palm Oil*) menghadapi tantangan dan persaingan untuk meningkatkan ekspor CPO ke negara importir. Kajian ini menganalisis daya saing CPO Indonesia dibandingkan dengan negara produsen lain dengan menggunakan analisis RCA (*Revealed Comparatif Advantage*) dan CMS (*Constant Market Share*). Hasil perhitungan analisis RCA menunjukkan bahwa Indonesia berada posisi yang tertinggal dibandingkan negara Malaysia, Kolombia dan Thailand dan tidak memiliki daya saing secara komparatif. Berdasarkan analisis CMS pertumbuhan ekspor CPO Indonesia berada dibawah rata-rata pertumbuhan CPO di tingkat dunia. Secara komposisi produk, Indonesia masih memiliki nilai negatif. Indonesia memiliki nilai positif pada distribusi pasar di India dan Belanda tetapi hanya memiliki daya saing positif di Pakistan. Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing CPO antara lain: Pertama, perlu adanya sinergitas kebijakan pemerintah yang mendukung daya saing hilirisasi industri sawit. Kedua, Indonesia lebih meningkatkan kualitas CPO sesuai dengan standarisasi negara importir. Ketiga, peningkatan *market intelligence* diperlukan untuk distribusi pasar CPO yang lebih baik.

Kata kunci: CPO, Daya Saing, RCA, CMS

## Pendahuluan

Kelapa sawit di Indonesia merupakan tanaman perkebunan yang memiliki arti yang sangat strategis (Lee dan Goh, 2010). Indonesia saat ini merupakan produsen kelapa sawit terbesar di dunia dengan total produksi mencapai 27.000 kiloton pada tahun 2012 yang dihasilkan dari 6 juta hektar lahan perkebunan. (Ishani dan Benjamin, 2014). Meskipun sebagai negara produsen CPO terbesar didunia, fakta menunjukkan bahwa peningkatan produksi CPO Indonesia tidak diikuti dengan pertumbuhan industri hilir yang mengolah CPO yang dapat memberikan nilai tambah dari produksi CPO (Departemen Perindustrian, 2012). Produk turunan CPO sangat beraneka ragam (Hoffmann *et al.*, 2014) dan ketidakmampuan dalam negeri Indonesia untuk mengolah keseluruhan produk turunan CPO mengakibatkan dorongan bagi produsen dalam negeri untuk mengekspor CPO ke negara-negara pengolah CPO seperti Cina, India dan Belanda (Raquel *et al.*, 2015). Selain dihadapkan pada permasalahan pengolahan CPO didalam negeri, Indonesia dihadapkan pada persaingan dengan Malaysia untuk untuk ekspor CPO. Malaysia menduduki peringkat dua dunia untuk negara pengekspor CPO (Cramb, 2013). Pertumbuhan ekspor CPO Malaysia selama tahun 2011 sampai dengan 2015 rata-rata tumbuh sebesar 15,019 persen per tahun jauh lebih tinggi

dibandingkan dengan Indonesia yang rata-rata tumbuh sebesar 3,834 persen per tahun selama kurun waktu tersebut. Dengan tingkat produksi yang jauh lebih tinggi dari Indonesia, Malaysia sangat berpotensi menjadi pesaing utama Indonesia. Berangkat dari kondisi tersebut tulisan ini adalah memberikan gambaran bagaimana posisi daya saing CPO Indonesia di antara negara-negara produsen CPO di dunia.

## Metodologi

Metode analisis daya saing RCA (*Revealed Comparative Advantage*) lebih baik digunakan pada komoditi unggulan ekspor dimana nilai impor komoditi tersebut relatif kecil sehingga dapat diabaikan pengaruh impor untuk analisis (Darsono, 2009). Indeks RCA adalah perbandingan antara RCA tahun saat ini (RCA<sub>t</sub>) dengan RCA pada tahun sebelumnya (RCA<sub>t-1</sub>). Indeks RCA dengan nilai yang sama dengan atau lebih dari 1 ( $RCA \geq 1$ ) artinya negara tersebut memiliki daya saing (*relative advantage*) suatu produk di atas rata-rata dunia. Sebaliknya, jika nilai indeks kurang dari 1 ( $RCA < 1$ ) maka daya saing produk negara tersebut di bawah rata-rata dunia (*relative disadvantage*) (Tambunan, 2004). Rumus dari RCA adalah sebagai berikut :

$$RCA = \frac{\left(\frac{X_{ic}}{X_i}\right)}{\left(\frac{X_{im}}{X_m}\right)}$$

Dimana :

X<sub>ic</sub> = Ekspor CPO Indonesia (US Dollar)  
 X<sub>i</sub> = Total Ekspor Indonesia (US Dollar)  
 X<sub>im</sub> = Ekspor CPO dunia (US Dollar)  
 X<sub>m</sub> = Total Ekspor dunia (US Dollar)

Penggunaan Model CMS (*constant market share*) dilatarbelakangi adanya perbedaan antar pertumbuhan ekspor dalam kondisi konstan dan keragaman ekspor aktual berasal dari berbagai sumber pertumbuhan standar, pengaruh komposisi komoditas, pengaruh distribusi pasar dan pengaruh persaingan (Saptana, 2010). Persamaan yang digunakan dalam CMS adalah :

$$\begin{aligned} \frac{E_{(t) \cdot \cdot} - E_{(t-1) \cdot \cdot}}{E_{(t-1) \cdot \cdot}} &= g && \text{Pertumbuhan Standar} \\ + \frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1) i \cdot}}{E_{(t-1) \cdot \cdot}} &&& \text{Pengaruh Komposisi Produk} \\ + \frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1) ij}}{E_{(t-1) \cdot \cdot}} &&& \text{Pengaruh Distribusi Pasar} \\ + \frac{\sum_i \sum_j (E_{(t) ij} - E_{(t-1) ij} - g_{ij} E_{(t-1) ij})}{E_{(t-1) \cdot \cdot}} &&& \text{Pengaruh Daya Saing} \end{aligned}$$

Dimana :

E<sub>i</sub> : Total ekspor semua produk Indonesia pada tahun (t) (US Dollar)

E<sub>(t-1)</sub> : Total ekspor semua produk Indonesia pada tahun (t-1) (US Dollar)

- $E(i) i$  : Total ekspor CPO Indonesia pada tahun (t) (US Dollar)  
 $E(i) j$  : Total ekspor semua produk ke negara j pada tahun (t) (US Dollar)  
 $E(i) ij$  : Total ekspor CPO Indonesia ke negara j pada tahun (t) (US Dollar)  
 $W(t)$  : Total ekspor semua produk dunia pada tahun (t) (US Dollar)  
 $W(i) i$  : Total ekspor CPO dunia pada tahun (t) (US Dollar)  
 $W(i) j$  : Total ekspor semua produk dunia ke negara j pada tahun (t) (US Dollar)  
 $W(i) ij$  : Total ekspor CPO dunia ke negara j pada tahun (t) (US Dollar)  
 $W(t-1)$  : Total ekspor semua produk dunia pada tahun (t-1) (US Dollar)

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan indeks analisis *Revealed Comparatif Advantage* (RCA), Indeks RCA Indonesia berada dibawah 1 (0,96) (tabel 1) artinya daya saing CPO Indonesia masih dibawah rata-rata CPO dunia. Indonesia dapat dikatakan masih belum optimal dalam memanfaatkan keunggulan luas lahan, biaya tenaga kerja serta biaya input yang rendah. Malaysia dapat mengungguli Indonesia karena kebijakan pemerintah dapat bersinergis dengan kepentingan investasi dan swasta. Kolombia dapat memiliki keunggulan komparatif dikarenakan negara tujuan ekspor negara tersebut diwilayah benua amerika, sehingga harga CPO mereka dapat lebih kompetitif, sementara Thailand merespon dengan baik permintaan dari Uni Eropa untuk memenuhi permintaan CPO bersertifikasi RSPO.

Tabel 1. Indeks RCA CPO Indonesia dan Negara Eksportir utama 2011-2015

Tahun	Indonesia	Malaysia	Kolombia	Thailand
2011	0.76406	1.23467	1.964514	4.496087
2012	0.91774	1.32328	0.995235	0.726213
2013	1.12134	0.96186	1.182071	2.452767
2014	0.90439	1.15555	1.617627	0.390586
2015	1.10254	0.94486	3.385920	0.000011
Rata-rata	0.96202	1.12445	1.829073	1.613133

Sumber : Analisis data sekunder

Tabel 2. Pertumbuhan Ekspor dan Komposisi Produk CPO Indonesia 2011-2015

Tahun	Pertumbuhan Ekspor CPO		Pertumbuhan Standar	Komposisi Produk CPO	
	Indonesia	Malaysia		Indonesia	Malaysia
2011	0.1473	0.6414	0.3838	0.009466	0.002272
2012	-0.2393	0.1769	-0.1096	-0.004864	-0.001886
2013	-0.2543	-0.3316	-0.2831	-0.011198	-0.006261
2014	-0.1550	0.1481	-0.0360	-0.000844	-0.000405
2015	0.0431	-0.1027	-0.0626	0.002230	0.001366
rata-rata	-0.0916	0.1064	-0.0215	-0.005211	-0.004915

Sumber : Analisis data sekunder

Analisis Constant *Market Share* (CMS) digunakan untuk melihat sejauh mana posisi produk CPO Indonesia di pasar dunia dalam konteks pertumbuhan, komposisi, distribusi, dan

persaingan. Pertumbuhan ekspor CPO Indonesia (-0,0916) (tabel 2), secara rata-rata masih dibawah pertumbuhan standar ekspor CPO Dunia (-0,0215) dan Malaysia (0,1064). Secara rata-rata, efek komposisi produk CPO Indonesia dan Malaysia bertanda negatif. Indonesia kurang cermat dalam mengambil peluang ekspor produk sawit dengan memperhatikan pertumbuhan impor CPO di negara-negara pengimpor. Hal ini disebabkan karena kurangnya kreatifitas eksportir untuk merespon permintaan CPO setelah diberlakukannya kebijakan penolakan CPO Indonesia di Amerika Serikat pada tahun 2012 dan kebijakan pengenaan tarif pajak CPO yang tinggi di eropa.

Tabel 3. Efek Distribusi Pasar CPO Indonesia di Negara Pengimpor Utama 2011-2015

Tahun	India		China		Pakistan		Belanda	
	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia
2011	-0.000230	-0.000024	-0.000620	-0.000206	0.000048	0.000924	-0.000069	-0.000048
2012	0.000981	0.000227	0.000029	0.000015	-0.000082	-0.001353	0.001323	0.002236
2013	-0.000132	-0.000066	0.000041	0.000032	-0.000009	-0.000375	0.000181	0.000183
2014	0.001496	0.000645	-0.000146	-0.000097	-0.000107	-0.000326	-0.000157	-0.000147
2015	0.000336	0.000223	0.000065	0.000000	0.000004	0.000060	-0.000445	-0.000507
rata-rata	0.000490	0.000201	-0.000126	-0.000051	-0.000029	-0.000214	0.000166	0.000343

Sumber : Analisis data sekunder

Tabel 4. Efek Daya Saing CPO Indonesia di Negara Pengimpor Utama 2011-2015

Tahun	India		China		Pakistan		Belanda	
	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia
2011	-0.003300	0.002516	-0.000015	0.000016	0.000058	-0.000047	-0.003141	0.000896
2012	-0.004260	0.003930	-0.000031	0.000028	-0.000059	0.000052	0.001113	-0.001202
2013	-0.000079	-0.000624	0.000008	-0.000007	0.000173	-0.000145	0.000308	0.000176
2014	-0.002297	0.002186	0.000001	-0.000001	-0.000065	0.000052	-0.000725	0.000288
2015	0.000473	0.000038	-0.000022	0.000016	0.000106	-0.000078	0.000438	-0.000281
rata-rata	-0.001893	0.001609	-0.000012	0.000010	0.000043	-0.000033	-0.000401	-0.000025

Sumber : Analisis data sekunder

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa ekspor CPO Indonesia ke India dan Belanda secara rata-rata bernilai positif artinya Indonesia dan Malaysia memperhatikan ekspor dan menguasai pasar CPO dinegara tersebut. Efek Distribusi Pasar bernilai negatif di China dan Pakistan disebabkan adanya perlambatan pemberlakuan PTA (*preferential trade agreement*) yang baru diberlakukan tahun 2013 dan baru diperkuat pada Februari 2017. Meskipun distribusi pasarnya rendah, Indonesia memiliki daya saing yang baik di Pakistan (0,000033) (tabel 4) karena adanya kesepakatan untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai eksportir utama di Pakistan. Malaysia lebih unggul dibandingkan Indonesia di India (0,0016) dan China (0.000010) disebabkan Malaysia lebih responsif dalam menerima permintaan karena mereka membangun penampungan CPO dan menjual produk turunan CPO seperti minyak goreng sehingga terbebas dari kuota impor CPO mentah di China. Daya saing Indonesia dan

Malaysia semakin lemah di pelabuhan utama CPO dunia (Belanda) karena munculnya kebijakan tentang keanekaragaman hayati yang menerapkan pajak progresif bagi CPO sehingga membuat harga CPO tidak lagi kompetitif.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan analisis RCA, Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara produsen CPO lain di dunia. Indonesia gagal memanfaatkan keunggulan luas lahan, biaya input dan tenaga kerja yang murah untuk menjadikan Indonesia memiliki keunggulan daya saing secara komparatif. Berdasarkan analisis CMS pertumbuhan ekspor CPO Indonesia berada dibawah rata-rata pertumbuhan dunia. Secara komposisi produk, Indonesia kurang cermat dalam mengambil peluang ekspor produk sawit dengan memperhatikan pertumbuhan impor CPO di negara importir. Indonesia mampu menjadi pemimpin pasar di India dan Belanda tetapi hanya memiliki daya saing yang baik di Pakistan. Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing CPO antara lain: Pertama, perlu adanya sinergitas kebijakan pemerintah yang mendukung daya saing hilirisasi industri sawit. Kedua, Indonesia lebih meningkatkan kualitas CPO sesuai dengan standarisasi negara importir. Ketiga, peningkatan *market intelligence* diperlukan untuk distribusi pasar CPO yang lebih baik.

### **Ucapan Terima kasih**

Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang turut membantu disusunnya paper ini dan seluruh civitas akademika pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

### **Daftar Pustaka**

- Cramb, RA. 2013. *Palmed Off: Incentive Problems with Joint-Venture Schemes for Oil Palm Development on Customary Land*. World Development Vol. 43, pp. 84–99. Elsevier Ltd.
- Darsono. 2009. *Peran Pemerintah dalam Pembangunan Pertanian dan Agroindustri di Indonesia*. Surakarta: LPP UNS, UNS Press dan Puslitdesbangda LPPM UNS.
- Departemen Perindustrian. 2012. *Gambaran Sekilas Industri Minyak Kelapa Sawit*. Jakarta: Sekretariat Jendral Departemen Perindustrian.
- Hoffmann, MP, A. Castaneda Vera , M.T. van Wijk , K.E. Giller , T. Oberthür, C. Donough, A.M. Whitbread. 2010. *Simulating potential growth and yield of oil palm (Elaeis guineensis) with PALMSIM: Model description, evaluation and application*. Agricultural Systems 131 1-10. Elsevier Ltd.
- Ishani Mukherjee a,n, BenjaminK.Sovacool. 2014. *Palm oil - based biofuels and sustainability in southeast Asia : A review of Indonesia, Malaysia, and Thailand*. Renewable and Sustainable Energy Reviews 37 1-12. Elsevier Ltd.

- Lee, Kaet Teong, Goh, Sheng chun. 2010. *Will Biofuel Project In Southeast Asia Become White Elephant?*. Energy Policy 38 3847-3848. Elsevier Ltd.
- Raquel Moreno-Peñaranda, Alexandros Gasparatos, Per Stromberg, Aki Suwad, Andante Hadi Pandyaswargoe, Jose A. Puppim de Oliveira. 2015. *Sustainable production and consumption of palm oil in Indonesia: What can stakeholder perceptions offer to the debate?*. Sustainable Production And Consumption 4 (2015) 16 – 35. Elsevier Ltd.
- Saptana. 2010. *Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing dan Strategi Pembangunan Pertanian*. Forum Penelitian Agro Ekonomi , vol 28 No. 1, Juli 2010: 1-18. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Tambunan, T.H. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.