

Analisis Daya Saing *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia di Pasar Uni Eropa

Analysis Of Indonesian Crude Palm Oil (CPO) Competitiveness in The European Union Market

Chryst Richet Hutahaeen, Candra Nuraini, Dedi Djuliansah

Univetsitas Siliwangi

Jl. Siliwangi No.24, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat 46115
email: Cr.hutahaeen@gmail.com

ABSTRAK

CPO merupakan salah satu komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Analisis daya saing CPO Indonesia bertujuan untuk memberikan informasi mengenai posisi persaingan CPO dalam perdagangan internasional. Keunggulan komparatif CPO Indonesia dapat dianalisis dengan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Berdasarkan perhitungan Indeks RCA dapat diketahui bahwa selama periode 2008-2018 Indonesia memiliki daya saing yang kuat karena nilai indeks RCA lebih besar dari satu. Keunggulan kompetitif digunakan untuk menjelaskan masalah dalam perdagangan CPO Indonesia yang tidak dapat dijelaskan oleh model keunggulan komparatif. Teori Berlian Porter adalah salah satu alat analisis untuk membantu dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam industri kelapa sawit Indonesia. Hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa kondisi permintaan sangat berpengaruh untuk CPO. Kondisi faktor, terkait dan industri pendukung, dan strategi perusahaan. Infrastruktur, IPTEK pada komponen SDA, dan persaingan memiliki kedua sisi negatif dan positif, begitu juga modal, infrastruktur komponen SDA dan peranan pemerintah. Berdasarkan perhitungan ECI menunjukkan bahwa CPO Indonesia memiliki kelemahan.

Kata kunci: CPO, daya saing, RCA, ECI, Teori Berlian Porter, keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.

ABSTRACT

CPO is one of the mainstay commodities in Indonesia's plantation sector. The analysis of Indonesia's CPO competitiveness aims to provide information about the competitive position of CPO in international trade. The comparative advantage of Indonesian CPO can be analyzed by Revealed Comparative Advantage (RCA). Based on the calculation of the RCA Index, it can be seen that during the period 2008-2018 Indonesia had strong competitiveness because the value of the RCA index was greater than one. Competitive advantage is used to explain the problems in Indonesian CPO trade which cannot be explained by the comparative advantage model. Diamond Porter Theory is an analytical tool to assist and analyze internal and external factors in the Indonesian palm oil industry. The results of the study revealed that demand conditions were very influential for CPO. Conditions of factors, related and supporting industries, and corporate strategy. Infrastructure, science and technology in the

natural resources component, and competition have both negative and positive sides, as well as capital, natural resource component infrastructure and the role of government. Based on ECI calculations shows that Indonesian CPO has weaknesses.

Keywords: CPO, competitiveness, RCA, ECI, Berlian Porter Theory, comparative advantage and competitive advantage.

PENDAHULUAN

Pertanian sebagai suatu kesatuan sektor memiliki berbagai subsektor, diantaranya sub sektor perkebunan. Sub sektor perkebunan merupakan salah satu andalan dan unggulan Indonesia dalam kegiatan ekonomi nasional maupun internasional karena kualitasnya yang baik dan kuantitas produksinya yang berlimpah.

Tabel 1 Data *Volume* Ekspor Komoditas Perkebunan Indonesia, Tahun 2008-2018 (ton)

Komoditas	Tahun (000.000,-)										
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Kelapa	1.080	992	1.045	1.199	1.519	1.295	1.711	1.826	1.561	1.882	1.817
Karet	2.283	1.991	2.351	2.556	2.444	2.701	2.623	2.630	2.578	2.992	2.616
Kelapa sawit	7.904	11.119	11.158	10.428	23.811	25.795	28.026	32.543	28.489	33.520	31.351
Kopi	468	433	433	346	448	534	384	502	414	417	254
Teh	96	92	87	75	70	70	66	61	51	54	45
Kakao	515	535	552	410	387	414	333	355	330	354	16

Sumber: BPS 2018, Ditjenbun, diolah Pusdatin (2017)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan, bahwa beberapa komoditas perkebunan Indonesia cukup menjanjikan dalam kegiatan perdagangan internasional. Beberapa komoditas unggulan khususnya lima besar komoditas sub sektor perkebunan seperti kelapa, karet, kelapa sawit, kopi, dan teh cenderung konsisten dalam kegiatan ekspor. Komoditas-komoditas tersebut telah memiliki pasar tersendiri dalam perdagangan internasional. Dari kelima komoditas unggulan tersebut, kelapa sawit merupakan komoditas perkebunan Indonesia yang besar kontribusinya dalam kegiatan perdagangan internasional khususnya ekspor. Ekspor komoditas perkebunan Indonesia dari tahun 2008 sampai tahun 2015 menunjukkan tingkat fluktuatif naik. Kenaikan *volume* ekspor komoditas perkebunan Indonesia diikuti dengan tingkat *volume* ekspor kelapa sawit Indonesia. Berbeda dengan tahun 2016 yang menunjukkan penurunan *volume* ekspor komoditas perkebunan Indonesia yang diindikasikan bahwa pada tahun 2016 terjadi perang dagang antar Eropa dan Cina. Perang dagang pada tahun 2016 juga mempengaruhi kenaikan mata uang pada negara Eropa, Cina dan Indonesia. Artinya, dari berbagai faktor tersebut dapat mempengaruhi permintaan impor dari berbagai negara importer komoditas perkebunan Indonesia.

Kelapa sawit merupakan komoditas unggulan, dimana perannya cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Kelapa sawit di Indonesia diusahakan oleh tiga elemen yaitu perkebunan rakyat, perkebunan swasta dan perkebunan negara. Luas lahan yang diusahakan dan produksi setiap tahunnya semakin mengalami peningkatan karena prospek bisnis kelapa sawit yang sangat menjanjikan (Saragih, dkk, 2013).

Selain peluang ekspor yang semakin terbuka, pasar minyak sawit dan minyak inti sawit di dalam negeri masih cukup besar. Pasar potensial yang akan menyerap

pemasaran CPO dan PKO adalah industri fraksinasi/ranifasi (terutama industri minyak goreng), lemak khusus (*cocoa butter substitute*), *margarine/shortening*, *oleochemical*, dan sabun mandi. Dalam rangka menunjang peningkatan pembangunan industri minyak sawit di Indonesia diperlukan informasi mengenai potensi kelapa sawit Indonesia

Perkembangan minyak nabati sawit dunia khususnya di Indonesia, telah meningkatkan persaingan global antar minyak nabati. Minyak kedelai, minyak bunga matahari dan minyak rapeseed yang sebelumnya menguasai pasar minyak nabati dunia berhadapan dengan minyak sawit yang bertumbuh cepat baik dari segi produksi maupun konsumsi. Berbagai bentuk persaingan tidak sehat melalui kampanye negatif bahkan kampanye hitam, dialami minyak sawit dunia sejak awal tahun 1980-an.

Tabel 2. Perbandingan Produktivitas Minyak Berbagai Tanaman Penghasil Minyak Nabati Tahun 2016

Jenis Tanaman	Produktivitas
Kelapa Sawit	4.27
Rapeseed	0.69
Bunga Matahari	0.52
Kacang Tanah	0.45
Kedelai	0.45
Kelapa	0.34
Kapas	0.19

Sumber: Oil World, GAPKI (2017)

Tabel 2 dijelaskan bahwa tingkat produktivitas minyak kelapa sawit per hektar lahan jauh lebih tinggi (8-10 kali lipat) dari produktivitas minyak nabati lainnya. Sehingga, dengan lahan yang lebih sedikit mampu menghasilkan minyak nabati tersebut juga mengungkapkan bahwa perkebunan kelapa sawit merupakan tanaman yang paling efisien memanen energi surya menjadi minyak nabati. Akibat perbedaan produktivitas minyak per hektar tersebut, telah terjadi perubahan pangsa produksi minyak sawit dan minyak kedelai dalam pasar minyak nabati dunia.

Selama ini Indonesia mengekspor CPO ke berbagai negara seperti India, Tiongkok serta negara Belanda, Jerman, dan negara lainnya yang tergabung dalam Uni Eropa. Data menunjukkan, enam tahun terakhir beberapa negara menunjukkan tren positif bagi ekspor CPO Indonesia. Namun, beberapa negara juga memperlihatkan penurunan kuantitas ekspor terhadap CPO dari Indonesia. Jumlah ekspor CPO Indonesia ke berbagai negara tujuan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah Ekspor CPO Indonesia Menurut Negara-Negara Tujuan Tahun 2008-2018

Negara Tujuan	Berat Bersih (ton)								
	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tiongkok	1.766.9	2.174.4	2.842.1	2.343.4	2.357.3	3.629.6	14.001	75.270	4.399
Singapura	600.9	696.8	952.1	844.0	789.1	782.0	580.472	604.711	424.321
Malaysia	745.5	1.489.7	1.412.3	514.3	566.1	1.200.1	166.529	208.652	434.479
India	4.789.7	5.290.9	5.253.8	5.634.1	4.867.8	5.737.7	2.948.981	4.627.682	4.001.716
Pakistan	409.7	90.3	749.1	1.080.3	1.814.8	2.318.4	-	54.9	90.479
Bangladesh	506.8	771.2	743.5	655.4	1.043.3	1.132.0	-	-	-
Sri Lanka	48.4	12.7	10.8	29.4	38.9	50.0	-	88.0	1.507.852
Mesir	495.9	488.7	494.1	735.5	1.010.3	1.137.8	-	-	21.000
Belanda	1.295.9	1.197.3	1.358.3	1.361.4	1.218.9	1.213.7	680.073	615.548	615.446
Jerman	404.8	379.3	219.5	283.1	186.5	229.3	167.641	130.395	73.704

Sumber: BPS 2017, UN COMTRADE, diolah (2019)

Tabel 3 dijelaskan jumlah ekspor CPO Indonesia ke berbagai negara. Saat ini urutan negara dengan jumlah impor terbanyak terhadap CPO dari Indonesia adalah India dengan jumlah ekspor mencapai 4.001.716 ton pada tahun 2018, disusul negara Tiongkok. Namun pada tahun 2018 pangsa pasar di Sri Lanka mengalami fluktuatif naik jumlah ekspor mencapai 1.507.852 ton, kemudian pasar ketiga UE berdasarkan negara-negara yang tergabung dalam kawasan UE dengan jumlah ekspor mencapai sekitar 1 juta ton pada tahun 2018.

Berdasarkan tabel 2 juga ditunjukkan tujuan ekspor Indonesia ke UE. Dari sisi permintaan (*demand side*) dapat dilihat pola konsumsi CPO di UE. Namun komoditas ini tidak berdiri sendiri, karena memiliki keterkaitan dengan konsumsi minyak nabati lainnya. Konsumsi utama minyak nabati UE adalah *rapeseed oil* (RSO). Sekitar sepertiga konsumsi nabati UE pada tahun 2000 adalah *rapeseed*, dan di posisi kedua adalah CPO dengan *share* 27 persen, dan posisi ketiga adalah *soybean oil* (21 persen) dan *sun flower oil* (SFO) menempati urutan terbawah, dengan *share* 18 persen. Hingga tahun 2009, konsumsi RSO cenderung naik sebesar 599 ribu ton per tahun atau meningkat 10 persen per tahun, namun sejak tahun 2009 hingga 2016, rata-rata menurun sebesar 0,03 persen per tahun atau tergolong konstan. Berbeda halnya dengan CPO, meski mengalami fluktuasi, terlihat konsumsi CPO di UE cenderung meningkat pesat pada periode 1999-2009, sebesar 9 persen per tahun atau rata-rata bertambah 333 ribu ton per tahun, sedangkan tahun 2009-2016 meningkat lebih landai naik 190.000 ton per tahun atau naik 3,23 persen per tahun. Namun berbeda halnya dengan SBO, dimana pada periode 1999-2009 konsumsi naik 6 persen per tahun atau rata-rata bertambah 105 ribu ton per tahun, sedangkan tahun 2009-2016 menurun 115.000 ton per tahun atau trend negatif 4,26 persen per tahun. Konsumsi SFO cenderung konstan selama periode 1999-2016 dengan rata-rata konsumsi 2,4 juta ton per tahun. Pada kurun waktu 1999-2016, pola konsumsi *rapeseed oil* naik dari 27 persen menjadi 42 persen, diikuti CPO naik dari 27 persen menjadi 31 persen, sedangkan SFO turun dari 21 persen menjadi 18 persen dan *soybean oil* turun dari 18 persen menjadi 9 persen (*United States Department of Agriculture*, 2018).

Kemampuan Uni Eropa untuk memenuhi pola konsumsi minyak nabati di berbagai negara yang tergabung dalam kawasan UE masih belum dapat dipenuhi apabila mengandalkan sumber minyak nabati asal Eropa sendiri. Jika diperbandingkan antara ke empat produksi yang berbeda-beda untuk memenuhi pola konsumsi minyak nabati, maka diperoleh fakta bahwa rata-rata pertumbuhan (*growth*)

produk minyak nabati yang berasal dari UE adalah 2,8 persen per tahun, sedangkan laju pertumbuhan konsumsi jauh lebih besar, yakni 4,8 persen. Keadaan ini menciptakan kondisi *widening gap* atau kesenjangan yang semakin melebar antara produksi dan konsumsi. Untuk memenuhi kebutuhan UE, karena jumlahnya cukup besar maka tidak ada pilihan lain selain kebijakan impor. Sekitar dua pertiga konsumsi UE mampu dipenuhi oleh produksi sumber minyak nabati yang berasal dari UE, dan sekitar sepertiga UE sangat tergantung pada impor. SFO, *soybean oil*, dan *rapeseed oil*, termasuk komoditas yang *thin market* di pasar nabati dunia, karena *volume* yang bisa diperdagangkan relatif kecil (PASPI,2017). Pada tahun 2016, total impor CPO mencapai 7,2 juta ton, diikuti SFO 1,3 juta ton, RSO 300 ribu ton, dan SBO 250 ribu ton. Hal ini menunjukkan bahwa CPO memiliki kontribusi yang sangat tinggi dalam memenuhi pola konsumsi minyak nabati di UE. Kontribusi CPO mencapai 80 persen dari total impor nabati, sedangkan SFO adalah 14 persen, SBO 3 persen, dan RSO 3 persen dalam kurun waktu 2011-2016. Rata-rata ekspor CPO Indonesia ke UE adalah berkisar 60 persen per tahun dan sisanya oleh Malaysia. Hal ini menunjukkan pesan bahwa Indonesia memiliki peran yang sangat tinggi dalam memenuhi konsumsi nabati UE, seperti pola konsumsi minyak nabati disajikan pada Gambar 1 (*to feed Europe Union*) (GAPKI, 2018).

Berdasarkan uraian sebelumnya, dasar pemilihan Uni Eropa menjadi sasaran pasar bagi penulisan, diantaranya negara Indonesia dan Uni Eropa merupakan negara penghasil minyak nabati dunia. Jika dibandingkan dengan negara India dan Tiongkok yang menjadi pasar utama kegiatan ekspor CPO Indonesia. Adapun juga, tingkat perbedaan empat komoditas utama pola konsumsi minyak nabati dunia menunjukkan adanya persaingan antara minyak nabati dari Indonesia dan Uni Eropa. Persaingan minyak nabati dunia membuat Uni Eropa mengeluarkan berbagai isu-isu terhadap CPO dunia, dan Indonesia berupayah terus untuk mencari peluang agar tetap melakukan kegiatan ekspor CPO dunia khususnya Indonesia ke Uni Eropa. Berbeda dengan negara India dan Tiongkok, tidak mengeluarkan isu-isu terkait CPO dunia. Artinya, penelitian ini terspesialisasi pada faktor-faktor apa yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di Uni Eropa. Sehingga dapat mengubah posisi kedudukan dari beberapa komoditas pesaing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa. Adapun juga untuk mengetahui seberapa daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa berdasarkan potensi yang dimiliki Indonesia. Penelitian ini bertujuan : (1) Untuk mengetahui daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa, (2) Mendeskripsika dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa.

MATERI DAN METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix methode* yang terbagi antara studi literatur dan studi kasus, yaitu kasus pada industri sawit Indonesia di beberapa wilayah. Berdasarkan pendekatan metode yang digunakan melalui pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa, serta faktor-faktor apa yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder berupa data time series dengan rentang waktu tahun 2008 – 2018. Sumber data

diperoleh dari Badan Pusat Statistika (BPS), Direktorat Jenderal Perkebunan, UN COMTRADE, *International Trade Statistic* / TRADE MAP, GAPKI, dan Departemen Pertanian.

Analisis daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa digunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Analisis ECI (*Export Competitiveness Index*). Analisis tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Analisis RCA

RCA adalah indeks yang menunjukkan keunggulan komparatif, merupakan perbandingan antara nilai ekspor komoditi suatu negara dan total nilai ekspor negara tersebut dibandingkan dengan nilai ekspor komoditi dari dunia dan total nilai ekspor dunia.

Dalam pengertiannya, konsep pengukuran RCA dilakukan dengan menghitung kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia.

$$RCA = \frac{X_{ia}/X_a}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

X _{ia}	= Nilai ekspor komoditi i oleh negara a
X _a	= Nilai ekspor total negara a
X _{iw}	= Nilai ekspor komoditas I dari dunia
X _w	= Total nilai ekspor dunia

Indeks RCA dirumuskan indeks RCA = RCA_t / RCA_{t-1}.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. suatu negara untuk komoditas tertentu memiliki nilai lebih besar dari satu (RCA>1), maka negara yang bersangkutan memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia untuk komoditas tersebut.
2. Sebaliknya, bila lebih kecil dari satu (RCA<1), berarti keunggulan komparatif tergolong rendah untuk komoditas tersebut yaitu di bawah rata-rata dunia.

Perhitungan RCA pada penelitian ini difokuskan pada empat negara penghasil CPO terbesar di dunia yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Colombia. Hasil perhitungan RCA jika menghasilkan nilai RCA melebihi kriteria keputusan RCA, maka dilakukan perhitungan melalui indeks RCA agar sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan indeks RCA>1 dan indeks RCA<1. Ruang lingkup penelitian ini hanya untuk mengukur indeks RCA empat negara terbesar CPO dunia. Hasil dari pengukuran indeks RCA empat negara akan dibuat grafik perbandingan secara fluktuatif.

2. Analisis ECI (*Export Competitiveness Index*)

Export Competitiveness Index (ECI) menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditi tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia komoditi tersebut pada periode sebelumnya (t-1) (Hadianto, 2009). Pengukuran indeks daya saing ekspor ini untuk mengestimasi keberhasilan atau kegagalan dalam suatu industri dalam rangka peningkatan pertumbuhan dalam menghadapi peningkatan pertumbuhan pasar. Dengan memperhitungkan *share* dari pasar suatu negara, maka indeks daya saing ini

akan menjadi indikator yang lebih baik dalam melihat keunggulan suatu komoditas. ECI dapat dirumuskan sebagai berikut (Amir, 2000):

$$ECI_{ki} = \frac{(X_{ki}/X_w)^t}{(X_{ki}/X_w)^{t-1}}$$

Keterangan:

X _{ki}	= Nilai ekspor komoditi CPO oleh negara a
X _w	= Nilai ekspor dunia terhadap komoditi CPO
t	= Periode berjalan
t-1	= Periode sebelumnya

Nilai ECI menunjukkan trend daya saing dihadapi oleh suatu negara terhadap negara lain untuk suatu komoditas tertentu. Dengan kata lain, nilai ini menunjukkan apakah suatu produk yang dimaksud memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya. Apabila nilai ECI > 1, berarti komoditi tersebut menghadapi trend daya saing yang meningkat. Sebaliknya, apabila nilai ECI < 1 dari satu, maka komoditi tersebut menghadapi kemungkinan penurunan pangsa pasar atau daya saing yang melemah. Indeks ini juga dapat dilihat sebagai rasio pertumbuhan suatu negara untuk komoditas tertentu terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut pada pasar dunia. Sehingga untuk dapat bersaing dan bertahan di jajaran pasar internasional, maka suatu produk harus memiliki nilai indeks kompetitif yang lebih besar dari satu.

3. Analisis Faktor-Faktor Sistem Berlian Porter

Analisis untuk mengetahui faktor-faktor daya saing digunakan teori dari Porter. Menurut Porter (1998), untuk mengukur keunggulan kompetitif suatu negara dapat dikaji dengan empat atribut yang dimilikinya dengan sebutan "*the national diamond*", yaitu (1) kondisi factor/input (*factor condition*), (2) kondisi permintaan (*demand condition*), (3) industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*), dan (4) persaingan, struktur, dan strategi perusahaan (*firm strategy, structure, and rivalry*). Keempat atribut tersebut didukung oleh peranan kesempatan dan peranan pemerintah dalam meningkatkan daya saing industri nasional. Penjelasan dari keempat atribut utama dan dua atribut tambahan yang merupakan faktor pendorong daya saing suatu negara adalah sebagai berikut :

1. Kondisi Faktor

Kondisi faktor pada penentu daya saing yaitu faktor produksi atau input yang digunakan dalam produksi seperti tenaga kerja (sumber daya manusia), sumber daya alam, modal, ilmu pengetahuan dan teknologi dan infrastruktur.

2. Kondisi Permintaan

Kondisi permintaan domestik terdiri dari ; komposisi permintaan domestik, besar dan pola pertumbuhan permintaan domestik, dan internasionalisasi permintaan domestik. Kondisi permintaan domestik merupakan faktor penting penentu daya saing industri, terutama mutu permintaan domestik. Keunggulan kompetitif akan tercipta ketika pasar lokal untuk produk tertentu lebih besar dari pada pasar internasional dan perusahaan lokal memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pasar lokal.

3. Industri Terkait dan Industri Pendukung

Komponen agribisnis adalah dari hulu ke hilir. Salah satu komponen terkait adalah industri hulu yang mampu memasok input bagi industri utama dan juga industri hilir yaitu industri yang menggunakan produk industri utama sebagai bahan baku

utamanya. Industri terkait dan pendukung akan semakin memperkuat posisi bersaing suatu negara apabila *suppliers* dan industri pendukung merupakan pesaing global yang kuat dalam perdagangan internasional

4. Struktur, Persaingan, dan Strategi.

Struktur industri dan strategi perusahaan menentukan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan yang tercakup dalam industri tersebut. Struktur perusahaan sangat berpengaruh terhadap bagaimana perusahaan tersebut dikelola dan dikembangkan dalam kondisi persaingan, baik domestik maupun internasional. Tingkat persaingan bagi perusahaan akan mendorong kompetisi dan inovasi. Perusahaan yang mampu bersaing dalam industri nasional akan mampu memenangkan persaingan internasional.

5. Peran Pemerintah

Peran pemerintah sebenarnya tidak berpengaruh langsung terhadap peningkatan daya saing tetapi berpengaruh terhadap faktor-faktor penentu daya saing tersebut. Pemerintah dapat bertindak sebagai fasilitator yaitu memfasilitasi lingkungan industri yang mampu memperbaiki kondisi faktor daya saing. Pemerintah juga dapat berperan sebagai regulator dimana pemerintah dapat mempengaruhi tingkat daya saing global melalui kebijakan yang memperlemah atau memperkuat faktor penentu daya saing industri, tetapi pemerintah tidak dapat menciptakan keunggulan bersaing secara langsung.

6. Peran Peluang

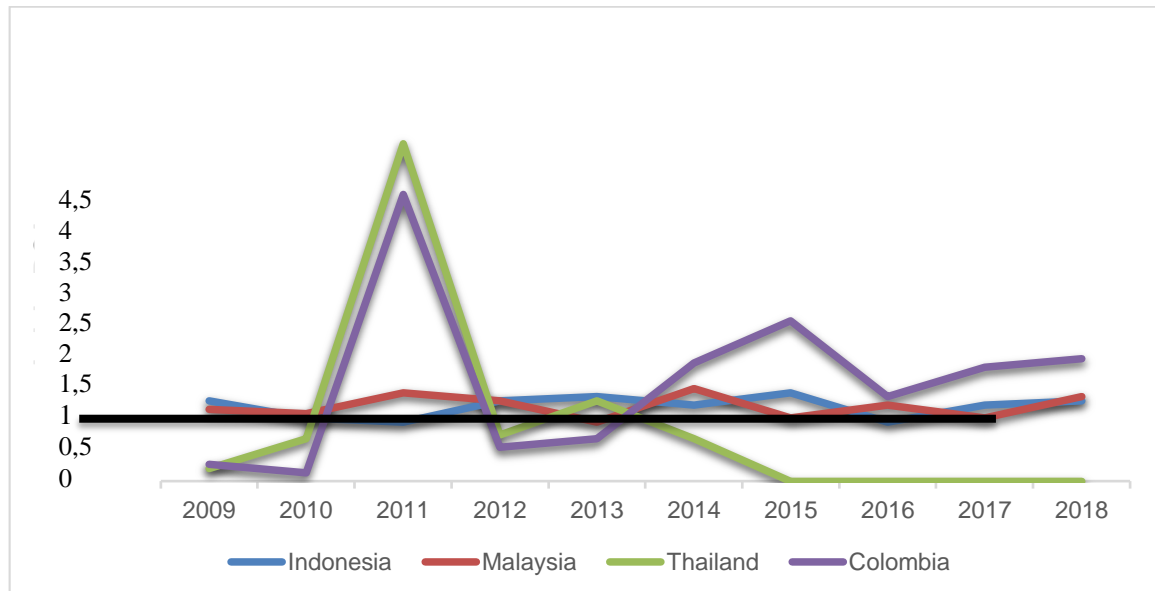
Faktor ini merupakan faktor eksternal, faktor diluar kendali perusahaan ataupun pemerintah. Keadaan yang dapat diidentifikasi antara lain, adanya penemuan baru yang murni, perubahan nilai mata uang, peningkatan permintaan produk industri yang lebih besar dari pasokannya atau kondisi politik yang menguntungkan bagi peningkatan daya saing.

Menganalisis keunggulan kompetitif secara kualitatif suatu komoditi menggunakan teori Berlian Porter yaitu dengan cara menganalisis keterkaitan antar komponen utama dan menganalisis keterkaitan antara komponen penunjang dengan komponen utama apakah antar komponen saling mendukung atau tidak. Jika keterkaitan antar komponen pada teori Berlian Porter saling mendukung, artinya komoditi tersebut mempunyai daya saing yang kuat namun jika antar komponen tidak saling mendukung maka dapat disimpulkan bahwa komoditi tersebut mempunyai daya saing yang lemah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis RCA

Analisis daya saing dikategorikan dua yaitu keunggulan komparatif dan kompetitif. Untuk mengetahui daya saing CPO Indonesia di pasar Uni Eropa didapat dari perhitungan kinerja ekspor CPO dari Indonesia diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor CPO terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia. Perhitungan CPO Indonesia di pasar Uni Eropa dibandingkan dengan Malaysia, Thailand dan Colombia, dapat dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar1 Hasil Analisis Indeks RCA Komoditas CPO Empat Negara di Pasar Uni Eropa (28) Tahun 2008 – 2018

Sumber: *International Trade Statistics* (diolah), 2019

* Garis hitam menunjukkan posisi RCA = 1, sehingga dapat diambil kriteria keputusan

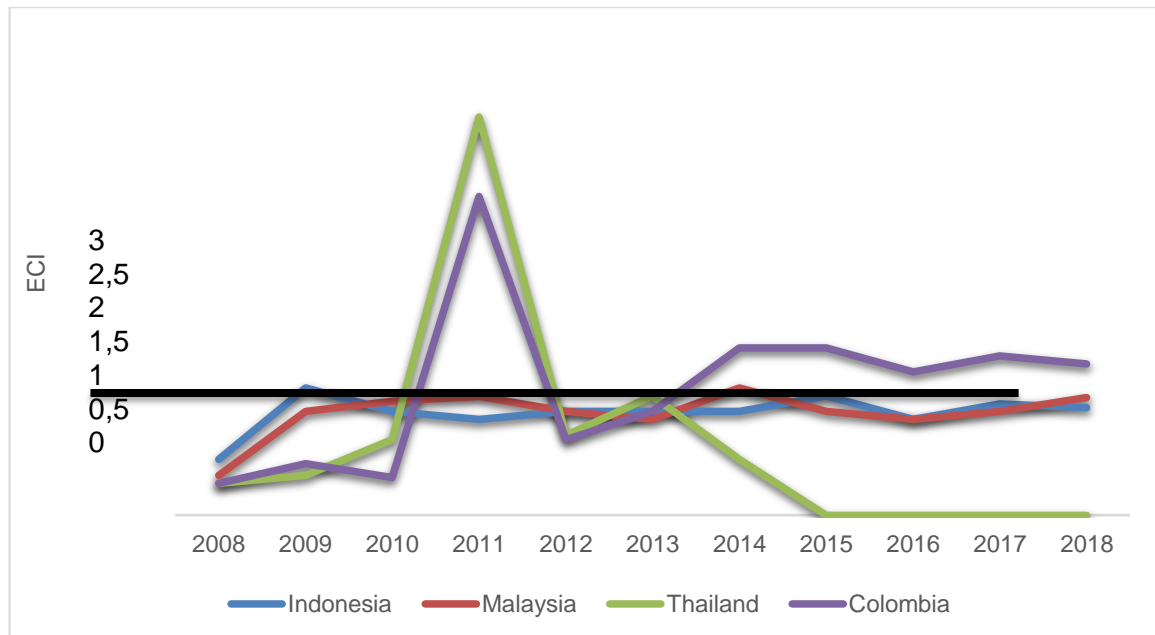
Berdasarkan hasil perhitungan dengan digunakan RCA terhadap empat negara terbesar produsen CPO, didapatkan nilai rata-rata RCA pada ke-empat negara eksportir CPO memiliki keunggulan komparatif. Setiap negara memiliki rata-rata RCA >1. Negara Indonesia menunjukkan posisi tertinggi atas perhitungan nilai rata-rata RCA sebesar 119.51, Malaysia memiliki nilai rata-rata RCA sebesar 69.67, sedangkan Thailand memiliki nilai rata-rata RCA sebesar 2.10, dan negara terakhir Colombia memiliki nilai rata-rata RCA sebesar 32.98. Artinya, Indonesia berada pada posisi pertama ekspor terbesar di dunia serta memiliki nilai rata-rata RCA pada komoditas CPO dunia selama 10 tahun. Perolehan perhitungan nilai rata-rata RCA dapat dilihat pada Lampiran 3.

Berdasarkan perhitungan indeks RCA pada Tabel 12, dijelaskan Indonesia berada pada posisi ke dua. Perolehan indeks RCA Colombia lebih unggul selama lima tahun terakhir, terhitung dari tahun 2014 sampai 2018 memiliki nilai indeks RCA >1. Negara selanjutnya diikuti Indonesia dengan perolehan lima tahun memiliki indeks RCA >1 berdasarkan deret waktu pada Tabel 12. Artinya, keberadaan posisi suatu negara berdasarkan perhitungan indeks RCA berbeda dengan perhitungan rata-rata RCA diatas. Jika rata-rata RCA pada Lampiran 3 menunjukkan Indonesia lebih unggul, sedangkan perhitungan indeks RCA pada Tabel 10 Colombia menunjukkan posisi teratas dibandingkan Indonesia, Malaysia, dan Thailand. Seperti kriteria pengambilan keputusan indeks RCA pada penelitian ini, maka diperoleh indeks RCA Indonesia >1, berarti Indonesia memiliki keunggulan komparatif.

2. Analisis ECI

Export Competitiveness Index (ECI) menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditi tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia komoditi tersebut pada periode sebelumnya (t-1) (Hadianto, 2009). Hasil ECI dapat diketahui dengan

perbandingan nilai ECI CPO Indonesia, Malaysia, Thailand dan Colombia. Hasil ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 9 Hasil Analisis ECI Komoditas CPO Empat Negara di Pasar Uni Eropa (28) Tahun 2008 – 2018

Sumber: *International Trade Statistics* (diolah), 2019

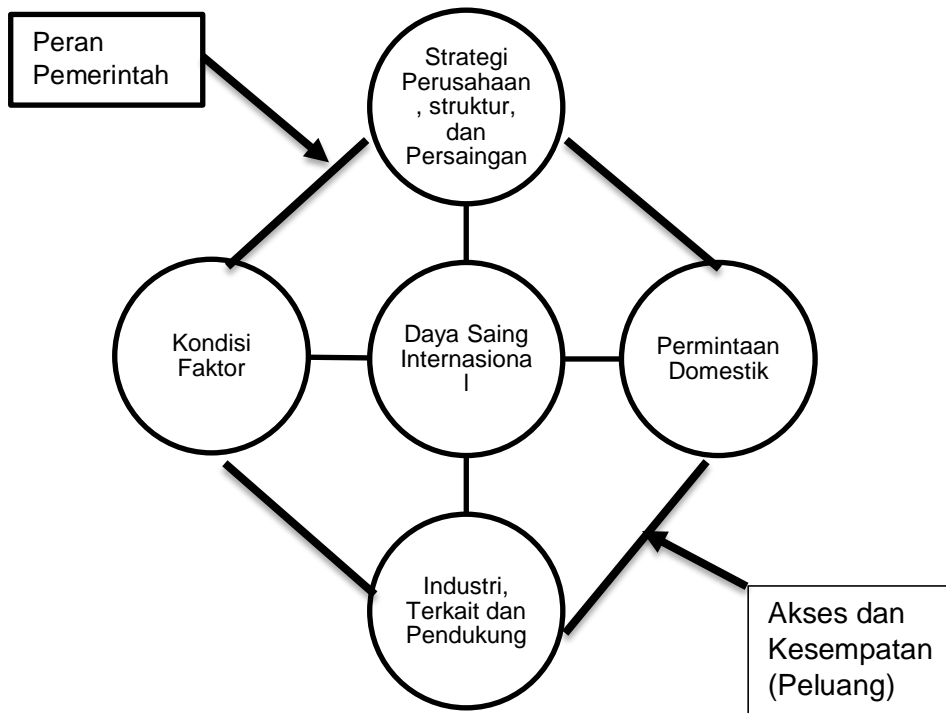
* Garis hitam menunjukkan posisi ECI = 1, sehingga dapat diambil kriteria keputusan

Berdasarkan hasil perhitungan ECI pada menunjukkan trend pertumbuhan yang dilakukan terhadap komoditi CPO pada empat negara eksportir terbesar dunia. Perolehan nilai ECI Colombia selama deret waktu sepuluh tahun menunjukkan nilai $ECI > 1$. Hal ini mengindikasikan bahwa komoditi CPO Colombia mengalami kenaikan pangsa pasar atau trend daya saing semakin kuat di pasar Uni Eropa, terlihat pada tahun 2011, 2014 sampai 2018 perolehan $ECI > 1$. Kenaikan daya saing ini bisa jadi disebabkan karena pertumbuhan ekspor CPO Colombia yang di atas pertumbuhan ekspor CPO dunia, sehingga nilai yang diperoleh menjadi lebih tinggi. Berbeda dengan nilai ECI Indonesia yang diindikasikan mengalami trend pangsa pasar yang lemah selama deret waktu sepuluh tahun hanya memiliki $ECI > 1$ sebanyak empat kali. Posisi kedua melalui indikasi, Malaysia memiliki keunggulan kompetitif dengan perolehan trend pertumbuhan nilai $ECI > 1$ sebanyak lima kali.

Berdasarkan hasil grafik pada Gambar 2, menunjukkan Colombia menguasai trend keunggulan kompetitif pada komoditas ekspor CPO dunia ke UE. Indonesia memiliki trend yang lemah, teridentifikasi melalui grafik pada Gambar 9 yang menunjukkan posisi ECI Indonesia memperoleh $ECI < 1$ selama 8 tahun pada periode yang sama melalui garis pengambilan kriteria. Berbeda dengan Malaysia, masih memiliki trend pertumbuhan serta memiliki keunggulan kompetitif terlihat selama 4 tahun pada periode yang sama memperoleh nilai $ECI > 1$. Hal ini dapat diindikasikan sebagai akibat adanya berbagai kebijakan dari Uni Eropa terhadap CPO khususnya Indonesia, yang berakibat turunnya permintaan CPO Indonesia ke UE. Artinya, baik Indonesia, Malaysia, Thailand, maupun Colombia masing-masing memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda-beda terhadap ekspor komoditas CPO dunia dalam perdagangannya di pasar Uni Eropa.

3. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Berlian Porter

Untuk mengetahui faktor faktor yang berpengaruh terhadap daya saing maka digunakan teori Berlian Porter. Bagan Berlian Porter di gambarkan pada gambar 3 dibawah.



Gambar 3. Model Analisis Daya Saing Berlian Porter

Dari beberapa penjelasan mengenai keterkaitan antar komponen utama daya saing CPO Indonesia, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar saling mendukung. Keterkaitan antar komponen yang saling mendukung lebih dominan dalam penelitian ini. Hal ini dapat diartikan bahwa daya saing CPO Indonesia terlihat kuat. Ditambah adanya peran pemerintah dan kesempatan dapat mendorong upaya pertahanan daya saing komoditas CPO Indonesia di Uni Eropa.

Berdasarkan analisis Berlian Porter, faktor yang mempengaruhi CPO Indonesia memiliki daya saing di pasar UE ialah karena luasnya lahan kelapa sawit yang dimiliki Indonesia, letak dan kondisi lahan tanah Indonesia yang mendukung produksi minyak sawit, kemudahan mendapatkan bahan baku dan bahan pendukung dalam negeri, rendahnya biaya produksi sawit. Adapun juga faktor lain yang mempengaruhi berdayasaingnya CPO Indonesia di pasar UE ialah tersedianya industri penyedia benih dan kelapa sawit (TBS) serta industri pengolahan sawit di dalam negeri.

KESIMPULAN

Dari hasil yang telah dilakukan, mengenai daya saing komoditi CPO Indonesia di pasar Uni Eropa, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu Indonesia merupakan produsen CPO terbesar di dunia, diikuti Malaysia. Hal tersebut terlihat

pada hasil produksi CPO Indonesia di dunia, diikuti dengan luas lahan yang dimiliki Indonesia dibandingkan negara eksportir CPO di dunia.

CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas indeks RCA selama periode 2008-2018 ialah lebih besar dari satu. Berdasarkan nilai ECI Indonesia selama periode 2008-2018 menunjukkan kelemahan, artinya lebih kecil dari satu. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia dalam perdagangan internasional sistem Berlian Porter :

1. Faktor produksi yang besar, yaitu tersedianya lahan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia; tersedianya sumberdaya alam dan manusia dalam jumlah yang besar dan murah; kemudahan untuk mendapatkan bahan baku dan bahan pendukung di dalam negeri.
2. Tingkat permintaan CPO Indonesia yang menunjukkan peluang besar baik domestik maupun internasional.
3. Tersedianya industri pendukung dan terkait yaitu; industri penyedia bibit kelapa sawit, industri penyedia TBS, dan industri pengolah kelapa sawit di dalam negeri yang mendukung.
4. Sumberdaya modal dan infrastruktur hulu yang masih lemah; Sehingga perlu pendekatan yang lebih kuat terhadap pemegang peranan sawit Indonesia kepada investor.
5. Peran pemerintah dan kesempatan yang mendukung; peran pemerintah sangat penting untuk membangun peluang yang ada dalam negara. Pemerintah telah menerapkan moratorium pembukaan hutan untuk ekspansi perkebunan kelapa sawit baru agar meningkatkan tingkat produktivitas lebih lanjut; terus melakukan kerja sama secara erat dengan negara-negara penghasil CPO di dalam CPOPC, serta kerangka ASEAN, dengan tidak hanya untuk mempromosikan produksi keberlanjutan tetapi juga untuk mendorong *front* bersama melawan tindakan diskriminatif UE; kemudian pemerintah akan terus melakukan penyempurnaan tata kelola industri sawit; hilirisasi dan diversifikasi produk kelapa sawit yang hendak ditingkatkan demi menjaga keberlangsungan industri sawit Indonesia.
6. Peran peluang CPO Indonesia ke pangsa pasar negara lainnya dan mempertahankan pangsa pasar masih sangat terbuka lebar dengan segala potensi yang dimiliki Indonesia.

SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut: (1).Demi menjaga kerangka kerja ASEAN-UE dan Indonesia dalam kelompok kerja minyak nabati dunia, diskusi difokuskan kepada pencapaian SDGs terutama pada pengentasan kemiskinan khususnya bagi produsen minyak nabati dunia, (2). Negara produsen sawit dunia harus membuat keputusan dengan mengeluarkan kebijakan bahwa UE mestinya tidak dimotivasi oleh kepentingan politis sehingga negara-negara pengimpor CPO dunia tidak mengikuti langkah politis UE. Dengan menunjukkan tingkat produktivitas sawit lebih unggul dibandingkan komoditas minyak nabati dari UE sebagai bukti adanya perang dagang minyak nabati dunia, dan (3) Terkait sistem ISPO, Indonesia harus mampu untuk terus mentaati peraturan yang ada serta lingkungan yang baik supaya dapat membuktikan bahwa diskriminasi dari UE terhadap minyak sawit tidak benar. Dengan tidak membuka perkebunan sawit secara bebas, kemudian memiliki sertifikat HGU, dan lainnya, serta (4). Memperluas peluang pangsa pasar bagi produk unggulan

Indonesia. Artinya, mencari pasar negara baru atau mencari peluang pada pasar baru tujuan eksportir. Indonesia tidak boleh lagi bergantung pada negara-negara tujuan eksportir seperti Eropa, karena begitu luas peluang pasar CPO Indonesia untuk diperdagangkan. Penambahan insentif bagi produsen sawit Indonesia, dengan harapan semakin meningkatkan tingkat kompetitif sawit Indonesia ke pasar dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anissaa, Habibah. 2015. *Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor Biji Kopi Robusta Indonesia Dalam Kurun Waktu 1984-2013*. [Jurnal]. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjajaran, Jatinangor
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor*. BPS, Jakarta
- Badan Pusat Statistika. 2017. *Jumlah Ekspor CPO Indonesia Menurut Negara-Negara Tujuan Tahun 2010-2015*. BPS, Jakarta
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2018. *Statistik Perkebunan Indonesia Kelapa Sawit 2017-2019*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, Jakarta
- GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia). 2019. *Analisis Ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa : Faktor Apa Yang Mendorong Trend Positif?* [Online]. <http://www.gapki.or.id/news/40268/analisis-ekspor-cpo-indonesia-ke-uni-eropa-faktor-apa-yang-mendorong-trend-positif> [14 Maret 2019]
- Michael E, Porter. 1994. *Keunggulan Bersaing*. Grogol, Binarupa Aksara, Jakarta
- Turnip, Sri March Lely, Suharyono, M.Kholid Mawardi. 2016. *Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Internasional*. [Jurnal]. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang