

MONOGRAPH SERIES:
TECHNICAL DIMENSION OF TRADE
2011

Analisis Daya Saing Komoditas Ekspor Perkebunan Indonesia

Tim Peneliti

Prof. Dr. Ir. Masyhuri

Pinjung Nawang Sari, S.P., M.Sc.

Siti Arifah Purnamasari, S.TP., M.Sc.

Muhammad Imam Ma'ruf, S.P.

Listya Aderine

**MONOGRAPH SERIES:
TECHNICAL DIMENSION OF TRADE
2011**

Analisis Daya Saing Komoditas Ekspor Perkebunan Indonesia

Tim Peneliti

Prof. Dr. Ir. Masyhuri

Pinjung Nawang Sari, S.P., M.Sc.

Siti Arifah Purnamasari, S.TP., M.Sc.

Muhammad Imam Ma'ruf, S.P.

Listya Aderine

PENGANTAR

RIZA NOER ARFANI
KETUA WCP UGM/INDONESIA

WTO (World Trade organization) Chairs Programme (WCP) Universitas Gadjah Mada (UGM)/Indonesia (selanjutnya disebut dengan WCP UGM/Indonesia) merancang kegiatan penelitian klaster yang hasilnya diterbitkan dalam seri monograf ini sebagai bagian dari program peningkatan kapasitas Pusat Studi Perdagangan Dunia (PSPD) UGM dalam bidang penelitian perdagangan internasional. Terdapat 4 (empat) tema klaster yang dikembangkan, yaitu Klaster Hukum, Klaster Agro-Industri, Klaster Dinamika Kebijakan, dan Klaster Diplomasi. Keempatnya mewakili bidang keahlian dan kompetensi para peneliti PSPD UGM yang berasal dari fakultas-fakultas yang beragam: Fakultas Pertanian/Teknologi Pertanian, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (khususnya Jurusan Ilmu Hubungan Internasional).

Penelitian klaster dimaksudkan untuk memperkuat kapasitas metodologi *plus* kemampuan menangkap isu-isu dan kebijakan kontemporer dalam kajian tentang perdagangan internasional, terutama dalam konteks peningkatan daya saing Indonesia. Tema-tema yang diambil dalam keempat klaster tersebut, oleh karenanya, mencerminkan keperluan akan peningkatan kapasitas dimaksud. Klaster Agro-Industri mendalami kajian tentang Analisis Daya Saing Komoditas Ekspor Perkebunan Indonesia yang mencakup komoditi-komoditi seperti Minyak Kelapa Sawit atau *Crude Palm Oil (CPO)*, Karet dan Kakao. Klaster Hukum melakukan kajian tentang Kebijakan Standarisasi Produk CPO dalam skema *Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO)* yang mencakup implikasi legal dalam penerapan standarisasi tersebut terhadap perdagangan ekspor produk CPO Indonesia. Klaster Dinamika Kebijakan mengambil tema Pola Spesialisasi Perdagangan Indonesia dengan Jepang dan Cina untuk mengkaji secara mendalam beragam aspek keunggulan komparatif komoditi-komoditi perdagangan Indonesia dengan Jepang dan Cina. Klaster Diplomasi mengetengahkan tema Birokrasi Kementerian Perdagangan dalam Kebijakan Perdagangan Internasional dengan mengambil studi kasus putaran perundingan Doha atau yang lebih dikenal dengan Doha Development Agenda (DDA) dalam forum perdagangan multilateral WTO.

Meskipun keempat tema tersebut tidak mewakili keseluruhan persoalan dan tantangan yang dihadapi para pemangku kepentingan di Indonesia, beragam isu yang dikaji di dalamnya cukup menggambarkan secara cukup rinci beragam ranah

persoalan dan tantangan perdagangan internasional Indonesia. Untuk para pelaku, pengambil kebijakan dan pemerhati perdagangan internasional, kajian dalam keempat klaster itu bermanfaat sekurang-kurangnya dalam menyediakan peta persoalan dan bagaimana posisi dan peran para pemangku kepentingan terkait dalam menghadapi persoalan-persoalan itu. Analisis dan kesimpulan yang diambil serta rekomendasi yang diajukan tentu saja masih memerlukan kritik, masukan, komentar dan umpan balik yang berguna untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan lanjutan (*follow-up activities*).

Dalam skema WCP UGM/Indonesia, kegiatan-kegiatan lanjutan itu dirancang sebagai bagian dari 2 (dua) program peningkatan kapasitas lainnya, yaitu Peningkatan Kapasitas Akademik dan Peningkatan Kapasitas Jaringan. Dalam program peningkatan kapasitas akademik, WCP UGM/Indonesia tengah mengembangkan program MITS (Masters in International Trade Studies) yang merupakan program studi Strata 2 (S2) multi-disiplin dalam bidang Perdagangan Internasional dan menawarkan gelar MA (Masters of Arts). Dalam program peningkatan kapasitas jaringan, WCP UGM/Indonesia menawarkan beragam skema kerjasama, kolaborasi dan konsultasi yang terutama diwujudkan dalam bentuk penyelenggaraan seri pelatihan dan kursus singkat (*short courses*) yang bermuara pada pembentukan *Indonesia Trade Forum (Indo Trade Forum)* pada level domestik dan *Southeast Asia Trade Trade Forum (SEA Trade Forum)* pada level kawasan/regional dengan memanfaatkan jaringan WCP di kawasan Asia Tenggara/Timur.

Melalui kedua skema itulah diharapkan kegiatan-kegiatan lanjutan dari hasil penelitian klaster yang diterbitkan dalam seri monograf ini dapat direalisasikan. Sebagai Ketua WCP UGM/Indonesia, saya berharap dan mengundang partisipasi dan peran para pembaca –segenap pemangku kepentingan perdagangan internasional di Indonesia— dalam kegiatan-kegiatan lanjutan WCP UGM/Indonesia dan PSPD UGM.

Yogyakarta, 11 Januari 2012

DAFTAR ISI

PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
EXECUTIVE SUMMARY	xii
1. LATAR BELAKANG	1
2. KOMODITAS PERTANIAN UTAMA DAN TEORI PERDAGANGAN INTERNASIONAL	3
2.1 Tinjauan Komoditas Pertanian Utama	3
2.1.1. <i>Crude Palm Oil (CPO)</i>	3
2.1.2. Karet	5
2.1.3. Kakao	6
2.2 Teori Perdagangan Internasional	7
3. METODE PENELITIAN	1
3.1 Metode Dasar	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.2.1 Jenis Data	13
3.2.2 Sumber Data	13
3.2.3 Analisis Daya Saing	13
4. ANALISIS DAYA SAING KOMODITAS PERTANIAN INDONESIA	15
4.1. Kelapa Sawit	15
4.1.1. Perkembangan Luas Lahan Kelapa Sawit	15
4.1.2. Perkembangan Produksi Kelapa Sawit	16
4.1.3. Konsumsi CPO	18
4.1.4. Perkembangan Ekspor CPO	19
4.1.5. <i>Revealed Comparative Advantage (RCA) CPO</i>	22
4.1.6. Peluang dan Hambatan Pengembangan dan Prospek Industri CPO	23
4.2 Karet	24
4.2.1 Perkembangan Luas Lahan Karet	27
4.2.2 Perkembangan Produksi Karet	28
4.2.3 Konsumsi Karet	31
4.2.4 Perkembangan Ekspor Karet	33
4.2.5. <i>Revealed Comparative Advantage (RCA) Karet</i>	35
4.2.6. Peluang Pengembangan dan Prospek Industri Karet	39

4.3. Kakao	39
4.3.1 Perkembangan Luas Panen Kakao	40
4.3.2 Perkembangan Ekspor Kakao	40
4.3.3 <i>Cocoa Beans</i> (Biji Kakao)	41
4.3.4 <i>Cocoa Butter</i> (Lemak Coklat)	44
4.3.5 <i>Cocoa Paste</i> (Pasta Coklat)	45
4.3.6 <i>Cocoahusks; shell</i> (Sekam/Cangkang Coklat)	48
4.3.7 <i>Cocoa Powder & Cake</i>	51
4.3.8 Potensi Kakao Indonesia di Pasar Dunia	54
5. KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Ekspor Migas dan Non-Migas Indonesia (juta USD)	1
Tabel 1.2	Perkembangan Neraca Ekspor Impor Produk Perkebunan Indonesia (Segar dan Olahan)	2
Tabel 2.1.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Minyak Kelapa Sawit dari Negara pesaing Utama Tahun 1997-2002	4
Tabel 2.2.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Minyak Kelapa Sawit Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002	4
Tabel 2.3.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoitas Karet dari Negara-negara Pesaing Utama Tahun 1997-2002	5
Tabel 2.4.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Karet Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002	6
Tabel 2.5.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoitas Kakao dari Negara-negara Pesaing Utama Tahun 1997-2002	7
Tabel 2.6.	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Kakao Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002	7
Tabel 2.7.	Ilustrasi Keunggulan Absolut	9
Tabel 2.8.	Ilustrasi Sesuatu Negara tanpa Keunggulan Absolut	9
Tabel 2.9.	Ilustrasi Keunggulan Komparatif	10
Tabel 4.1.	Perkembangan Persentase Produksi Buah Sawit Tiga Negara Produsen Utama Tahun 1999-2008	18
Tabel 4.2.	Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor CPO Tiga Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008	20
Tabel 4.3.	Perkembangan Perbandingan Harga CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 1999-2008	21
Tabel 4.4.	Perkembangan Nilai Impor dan Re-Ekspor CPO Belanda	22
Tabel 4.5.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) CPO Indonesia dan Tiga Negara Pesaing Tahun 1999-2008	23
Tabel 4.6.	Perkembangan Luas Perkebunan Karet di Indonesia Selama Periode 2004-2009 Berdasarkan Status Kepemilikan (000 hektar)	27
Tabel 4.7.	Perkembangan Produksi Perkebunan Karet di Indonesia Selama Periode	29
Tabel 4.8.	Perkembangan Persentase Produksi Karet (<i>Natural Rubber</i>)	30

Tabel 4.9.	Konsumsi dan Prediksi Konsumsi Karet Negara-negara Menurut Regional Tahun 2009-2011	32
Tabel 4.10.	Produksi dan Prediksi Produksi Karet Negara-negara Menurut	33
Tabel 4.11.	Keseimbangan Penawaran Permintaan Dunia (ooo ton)	33
Tabel 4.12.	Nilai RCA Natural Rubber Indonesia, Thailand, dan Malaysia	36
Tabel 4.13.	Nilai RCA Rubber Natural Dry Indonesia, Thailand, dan Malaysia	37
Tabel 4.14.	Persentase Luas Panen Kakao (%)	41
Tabel 4.15.	Perkembangan Persentase Produksi Kakao (<i>Cocoa Beans</i>)	42
Tabel 4.16.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) Biji Kakao	43
Tabel 4.17.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) Lemak Kakao	46
Tabel 4.18.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	48
Tabel 4.19.	Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor <i>Cocoahusks</i> Empat Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008	50
Tabel 4.20.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) <i>Cocoahusks</i> ; Shell	51
Tabel 4.21.	Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor <i>Cocoa Powder & Cake</i> Empat Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008	53
Tabel 4.22.	Perkembangan Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) <i>Cocoa powder & cake</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Perkembangan Luas Panen Sawit (hektar) Tahun 1999-2008. Sumber: Analisis Data FAO, 2010	16
Gambar 4.2.	Perkembangan Produksi Buah Sawit Empat Negara Produsen Utama Tahun 1999-2008	17
Gambar 4.3.	Perkembangan Kuantitas Ekspor (ton) Minyak Sawit (CPO) 20	20
Gambar 4.4.	Perkembangan Nilai Ekspor CPO Tiga Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2006	21
Gambar 4.5.	Perkembangan Luas Panen Karet (<i>Natural Rubber</i>)	28
Gambar 4.6.	Perkembangan Produksi Karet (<i>Natural Rubber</i>) Indonesia dan Pesaing Utama Tahun 1999-2008	30
Gambar 4.7.	Kuantitas Ekspor Natural Rubber Indonesia, Thailand, dan Malaysia	34
Gambar 4.8.	Kuantitas Ekspor <i>Rubber Natural Dry</i> Indonesia, Thailand, dan Malaysia	35
Gambar 4.9.	Perkembangan Nilai Ekspor Karet (<i>Natural Rubber</i>)	37
Gambar 4.10.	Perkembangan Nilai Ekspor Karet (<i>Rubber Natural Dry</i>)	38
Gambar 4.11.	Perkembangan Luas Panen Kakao (hektar)	41
Gambar 4.12.	Perkembangan Produksi Biji Kakao (<i>Cocoa Beans</i>)	42
Gambar 4.13.	Perkembangan Kuantitas Ekspor Biji Kakao	43
Gambar 4.14.	Perkembangan Nilai Ekspor Biji Kakao	44
Gambar 4.15.	Perkembangan Kuantitas Ekspor Lemak kakao	45
Gambar 4.16.	Perkembangan Nilai Ekspor <i>Cocoa Butter</i>	46
Gambar 4.17.	Perkembangan Kuantitas Ekspor <i>Cocoa Paste</i>	47
Gambar 4.18.	Perkembangan Nilai Ekspor Pasta kakao	47
Gambar 4.19.	Perkembangan Kuantitas Ekspor <i>Cocoahusks</i>	49
Gambar 4.20.	Perkembangan Nilai Ekspor <i>Cocoahusks</i>	50
Gambar 4.21.	Perkembangan Kuantitas Ekspor <i>Cocoa Powder & Cake</i>	52
Gambar 4.22.	Perkembangan Nilai Ekspor <i>Cocoa Powder & Cake</i>	52

EXECUTIVE SUMMARY

Agricultural commodities especially plantation ones are strategic commodities in international trade. The increase in export trend of Indonesia's main agricultural commodities show that Indonesia's agricultural products are able to compete in international market. Commodities which are routinely exported are palm oil, rubber, cocoa, coffee, pepper, and tea. From some of these, commodities such palm oil, rubber, and cocoa are the most primary commodities generating foreign exchange for the country. Indonesian cocoa is exported as cocoa beans, cocoa butter, cocoa paste, cocoa husk and shells. Rubber is exported as natural rubber and processed rubber.

The objective of this study is to analyze the competitiveness level of Indonesia's main agricultural commodity in international trade, using Revealed Comparative Advantage (RCA) methods. The commodities observed are Crude Palm Oil (CPO), cocoa, and rubber. Annual time series secondary data from 1999 until 2008 are used in this study. The data include volume and export value of Indonesia's agricultural primary commodities, export volume and total export value of Indonesia's agriculture, volume and export value of competitor countries' agricultural commodities, volume and export value of competitor countries' total agricultural export. The data were gathered from the Central Statistics Agency (Badan Pusat Statistik), Directorate General of Plantation Ministry of Agriculture, Bank Indonesia, Food and Agriculture Organization (FAO), World Trade Organization (WTO), United Nations of Commodities and Trade (UN Comtrade).

The analysis shows that as the world's largest CPO producers, Malaysia and Indonesia, have a high competitiveness and have a good export performance compared to other countries. This is because the role of palm oil exports in total exports of Indonesia and Malaysia is relatively larger than the role of CPO exports in total world exports. Indonesian cocoa product, generally, is highly potential to compete in international market. Indonesia, Netherland, France, and Malaysia have a high competitiveness in cocoa products such as cocoa powder, although for cocoa paste, its competitiveness is low and the export quantity of Indonesian cocoa exports below the Côte d'Ivoire and Ghana. Indonesia's natural rubber has a low competitiveness, while Indonesian processed rubber is highly competitive compared to Thailand and Malaysia as the main competitors of processed rubber exporting countries.

Indonesia di tengah arus globalisasi ini memacu ekspornya terutama dari sektor non-migas, mengingat semakin terbatasnya peranan minyak bumi dari sektor migas yang selama ini menjadi sumber devisa bagi negara, akibat perkembangan harga migas yang tidak menentu serta volume produksinya yang semakin terbatas. Persentase ekspor non-migas Indonesia terhadap total ekspor yang semula tidak mencapai 50%, mulai tahun 1993 telah melampaui angka 70% (Tabel 1.1.).

Tren ekspor perkebunan yang terus meningkat ini memberikan gambaran bahwa produk perkebunan Indonesia telah mampu bersaing di pasar internasional sehingga mampu memberikan kontribusi berarti dalam devisa perdagangan. Berdasarkan data dari Dirjen Perkebunan tahun 2008, komoditas utama perkebunan yang secara rutin telah diekspor oleh Indonesia meliputi: kelapa sawit, kelapa, karet, kakao, kopi, lada, teh, cengkeh, pala, tembakau, tebu, panili, mete, kayu

Tabel 1.1 Perkembangan Ekspor Migas dan Non-Migas Indonesia (juta USD)

Tahun	Ekspor Migas	Ekspor Non-Migas	Total Ekspor	Persentase Ekspor Non-Migas terhadap Total Ekspor
1983	16.140,7	5.005,2	21.145,9	23,66
1984	16.018,1	2.869,7	21.887,8	28,81
1985	12.717,8	5.868,9	18.596,7	31,56
1986	8.227,6	6.528,4	14.805,0	41,27
1987	8.556,0	8.579,6	12.135,6	50,06
1988	7.681,6	11.536,9	19.218,5	60,03
1989	8.678,8	13.480,1	22.158,9	60,83
1990	11.071,1	14.604,2	25.675,3	56,88
1991	10.894,9	18.247,5	29.142,4	62,61
1992	10.670,9	23.296,1	33.967,0	68,58
1993	9.745,4	27.077,6	36.823,0	73,53
1994	9.693,6	30.359,8	40.053,4	75,79
1995	10.464,4	34.953,6	45.418,7	76,95
1996	11.784,8	38.029,9	49.814,7	76,34
1997	10.621,8	38.100,0	48.721,8	78,19

Sumber : BPS cit. Purnamaningrum, 1998

Dalam menghimpun devisa negara melalui sektor non-migas, sektor pertanian memiliki peranan yang cukup besar. Ekspor hasil pertanian Indonesia selama ini sebagian besar berasal dari sektor perkebunan. Volume ekspor komoditas perkebunan Indonesia dari tahun 1995 hingga 2003 cenderung mengalami peningkatan, sedangkan volume impornya jauh lebih sedikit dan cenderung stagnan (Tabel 1.2).

manis, minyak atsiri, gambir, dan pinang. Komoditas lada dan teh mengalami pertumbuhan rata-rata yang negatif selama kurun waktu 2002-2006, sedangkan 16 komoditas lainnya mengalami pertumbuhan rata-rata positif selama kurun waktu tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat daya saing komoditas pertanian utama Indonesia

Tabel 1.2 Perkembangan Neraca Ekspor Impor Produk Perkebunan Indonesia (Segar dan Olahan)

Tahun	Volume (juta ton)			Nilai (juta USD)		
	Ekspor	Impor	Neraca	Ekspor	Impor	Neraca
1995	4,1	1,2	2,9	4.183	1.377	2.806
1996	5,4	2,0	3,4	4.658	1.710	2.948
1997	6,8	1,9	4,9	5.180	1.522	3.657
1998	5,1	1,7	3,5	4.079	1.247	2.832
1999	7,2	2,9	4,2	4.092	1.427	2.665
2000	8,3	2,4	5,9	3.887	1.257	2.629
2001	8,4	2,4	6,0	3.148	1.551	1.597
2002	10,5	1,7	8,8	5.024	1.198	3.827
2003	10,4	2,2	8,2	5.771	1.198	4.573
Rata-rata 1995-1997	5,4	1,7	3,7	4.673,7	1.536,3	3.137,4
Rata-rata 1998-1999	6,2	2,3	3,9	4.085,5	1.337	2.748,5
Rata-rata 2000-2003	9,4	2,2	7,2	4.457,5	1.301	3.156,5

Sumber : BPS, diolah oleh Subdit PI PPH Bun, 2004

di dunia, terutama CPO, karet, dan kakao. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi masyarakat luas pada umumnya dan para pelaku ekspor komoditas pertanian pada khususnya, sebagai gambaran tentang daya saing komoditas pertanian utama Indonesia di dunia.
2. Bagi pemerintah pusat dan daerah, sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dalam rangka mengembangkan agroindustri yang mampu bersaing di pasar dunia.

2.1 TINJAUAN KOMODITAS PERTANIAN UTAMA

Upaya pengembangan pasar ekspor untuk komoditas pertanian beserta olahannya dengan adanya globalisasi perdagangan akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena akan semakin banyak pelaku baru yang muncul sebagai akibat dari meningkatnya peluang dan akses pasar.

Kinerja ekspor yang nampak terus membaik harus tetap diwaspadai karena kenaikan nilai ekspor tersebut tidak terlepas dari faktor eksternal berupa kenaikan harga komoditas dunia. Dengan pertumbuhan produksi sektor industri pengolahan yang hanya sekitar 4,7% dan pada sektor pertanian yang hanya 3,5% pada tahun 2007, maka dapat dipastikan bahwa kenaikan nilai ekspor pada kedua sektor tersebut yang masing-masing mencapai 16,76% dan 17% pada tahun yang sama adalah lebih disebabkan oleh kenaikan harga komoditas ekspor pada masing-masing sektor tersebut.

Nilai ekspor pertanian selama dua bulan pertama tahun 2008 mencapai nilai 682,2 juta dolar AS atau sekitar 3,16% dari nilai total ekspor Indonesia yang mencapai 21.617,5 juta dolar AS. Dari segi nilai, kontribusi sektor pertanian memang masih di bawah sektor lain tetapi dari segi angka pertumbuhan, ekspor pertanian telah melebihi pertumbuhan ekspor sektor-sektor lainnya.

Komoditas pertanian Indonesia yang diperdagangkan di pasar internasional dapat dibedakan menjadi dua, yaitu komoditas substitusi impor dan komoditas promosi ekspor.

Dalam perjanjian WTO bidang pertanian dijelaskan bahwa pada komoditas substitusi impor, subsidi domestik masih memungkinkan untuk diberikan. Komoditas yang termasuk ke dalam golongan substitusi impor ini adalah beras, jagung, kedelai, gula, daging sapi, dan susu, sedangkan yang termasuk ke dalam komoditas promosi ekspor adalah karet, kopi, coklat (kakao), CPO (*crude palm oil*), dan lada (Malian, 2004).

2.1.1 Crude Palm Oil (CPO)

Produksi CPO dunia sampai saat ini menunjukkan peningkatan. Pada tahun 1995 produksi CPO dunia diperkirakan sekitar 15,2 juta ton. Tingkat produksi ini terus meningkat, dan tahun 2000 mencapai lebih dari 18,5 juta ton (Buana dan Fadjar, 2000). Saat ini produksi dan perdagangan CPO dunia dikuasai oleh dua negara, yaitu Malaysia dan Indonesia. Pangsa ekspor yang dikuasai oleh kedua negara tersebut pada tahun 2000 masing-masing sebesar 66% dan 22% (Wahyudi *et al.*, 2001).

Negara produsen CPO lain di kawasan ASEAN adalah Thailand dan Vietnam. Volume dan nilai ekspor CPO Thailand selama 1997-2002 meningkat dengan laju 65,1% dan 32,6%, sedangkan Malaysia hanya meningkat dengan laju 7,4% dan 0,2% (Tabel 2.1). Sementara itu, volume dan nilai ekspor CPO Vietnam meningkat dengan laju 4,2%. Peningkatan ekspor CPO dari Thailand perlu diamati, karena pada tahun 2001 mencapai 180 ribu ton, meskipun tahun 2002 kembali menurun menjadi sekitar 82 ribu ton. Secara keseluruhan, selama 1995-2000 volume ekspor CPO dunia meningkat dengan laju 2,2% (Buana dan Fadjar, 2000).

Ekspor CPO dunia mendapat saingan dari minyak nabati lain, utamanya minyak kedelai. Dalam tahun 1997 pangsa ekspor CPO sebesar 35% dari ekspor minyak nabati dunia, sedangkan minyak kedelai sebesar 23% (Wahyudi *et al.*, 2001). Pangsa ekspor CPO ini terus meningkat, di mana pada tahun 2000 mencapai 41% dari total ekspor minyak nabati dunia. Untuk melindungi produksi minyak nabati domestiknya, Amerika Serikat dan Jepang menerapkan tarif impor sebesar 17% dan 72% (Gibson *et al.*, 2001).

Minyak biji kelapa sawit terutama ditujukan ke Belanda, India, Jerman, Italia dan China. Selama 1995-2002 volume ekspor CPO Indonesia meningkat sebesar 35,8%, sementara nilai ekspor meningkat dengan laju 23,0%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor CPO sebesar US \$ 590,5 juta, dan angka ini meningkat menjadi US \$ 892,0 juta pada tahun 2002 (Tabel 2.2).

Minyak biji kelapa sawit merupakan salah satu komoditas ekspor yang mulai dikembangkan sejak tahun 1988. Ekspor komoditas ini bersama produk sawit lainnya terutama ditujukan ke Belanda,

Tabel 2.1. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Minyak Kelapa Sawit dari Negara pesaing Utama Tahun 1997-2002

Tahun	Thailand		Malaysia		Vietnam	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1997	52.690	32.046	7.489.970	3.838.650	20.500	11.000
1998	26.366	16.422	7.290.179	4.492.705	26.200	14.000
1999	24.330	8.663	8.584.640	3.738.325	30.200	16.500
2000	37.150	12.520	8.140.720	2.558.723	44.500	24.000
2001	180.092	42.768	10.002.494	2.534.879	44.000	24.000
2002	81.951	31.110	10.448.744	3.824.429	14.000	7.300
Laju (%)	65,06	32,57	7,45	0,19	4,22	4,20

Sumber: FAO, berbagai terbitan.

Tabel 2.2. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Minyak Kelapa Sawit Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002

Tahun	CPO		Minyak sawit lainnya	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1995	1.004.403	590.496	260.621	156.918
1996	986.363	487.032	685.594	338.383
1997	1.448.362	699.056	1.519.227	747.044
1998	403.843	220.634	1.075.435	524.643
1999	865.427	269.987	2.433.560	844.255
2000	1.817.664	476.438	2.292.363	610.840
2001	1.849.142	406.409	3.504.076	674.497
2002	2.804.792	891.999	3.528.916	1.200.405
Laju (%)	35,81	23,03	61,36	46,90

Sumber: Statistik Perdagangan Luar Negeri, Ekspor. BPS.

Ekspor CPO Indonesia sebagian besar didominasi oleh minyak kelapa sawit dan minyak biji kelapa sawit. Ekspor minyak kelapa sawit (CPO) Indone-

Amerika Serikat, Brazil, Spanyol dan Italia. Selama 1995-2002 volume dan nilai ekspor minyak sawit lainnya meningkat masing-masing dengan laju

61,4% dan 46,9%. Nilai ekspor komoditas ini meningkat dari US \$ 156,9 juta pada tahun 1995 menjadi US \$ 1.200,4 juta pada tahun 2002.

2.1.2. Karet

Produksi dan ekspor karet alam dunia sampai saat ini masih didominasi oleh tiga negara, yaitu Thailand, Indonesia dan Malaysia dengan proporsi masing-masing sebesar 33%, 25% dan 13% dari total produksi dunia (Dradjat dan Nancy, 2000a; Wahyudi *et al.*, 2001). Sampai tahun 1990 Malaysia masih merupakan produsen karet alam terbesar dunia yang disusul dengan Thailand dan Indonesia. Thailand mengambil alih posisi tersebut yang diikuti oleh Indonesia dan Malaysia (Tabel 2.2), setelah Malaysia yang secara tradisional merupakan produsen karet alam melakukan konversi ke tanaman yang lebih prospektif, utamanya kelapa sawit. Sejak tahun 1999 muncul negara pesaing baru, yaitu Vietnam. Selama 1997-2002 laju ekspor karet negara ini mencapai lebih dari 21,1%, di mana volume dan nilai ekspor karet tahun 2002 mencapai lebih dari 448 ribu ton dan US \$ 229 juta. Laju ekspor karet alam dari Vietnam yang tinggi ini telah menyebabkan terjadinya kelebihan pasokan di pasar dunia, sehingga harga karet alam di pasar dunia cenderung untuk terus menurun.

Produk karet alam Indonesia yang diekspor terutama terdiri atas karet olahan berupa *smokesheet*, SIR 10 dan SIR 20. Penggunaan karet

olahan sebagian besar ditujukan untuk industri ban dan komponen-komponennya (72%), dengan negara importir utama adalah Amerika Serikat (25%), Jepang (14%), China (9%), Korea Selatan (6%) dan Jerman (5%) (Wahyudi *et al.*, 2001a). Dalam tahun 1997 stok karet alam dunia diperkirakan mencapai lebih dari dua juta ton, di mana sekitar 35% dikuasai oleh negara-negara konsumen (Dradjat dan Nancy, 2000a).

Ada tujuh negara yang menjadi tujuan utama ekspor *smokesheet* Indonesia, yaitu Amerika Serikat, China, Jepang, Federasi Rusia, Jerman, Singapura dan Belgia. Volume dan nilai ekspor *smokesheet* Indonesia selama 1995-2002 menunjukkan penurunan dengan laju 1,6% dan 8,3%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor komoditas ini mencapai US \$ 93,6 juta, tetapi tahun 2002 menurun menjadi US \$ 31,9 juta.

Ekspor SIR 10 Indonesia sebagian besar ditujukan ke tujuh negara, yaitu Amerika Serikat, Luxemburg, China, Belgia, Brazil, Jerman dan Singapura. Selama 1995-2002 volume dan nilai ekspor SIR 10 menunjukkan penurunan dengan laju 3,5% dan 10,7%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor *sheet* mencapai US \$ 119,7 juta, dan tahun 2002 menurun drastis menjadi US \$ 42,9 juta.

Ekspor SIR 20 Indonesia sebagian besar ditujukan ke tujuh negara, yaitu Amerika Serikat, Jepang, China, Singapura, Korea Selatan, Jerman dan Kanada. Selama 1995-2002 nilai ekspor SIR 20

Tabel 2.3. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Karet dari Negara-negara Pesaing Utama Tahun 1997-2002

Tahun	Malaysia		Thailand		Vietnam	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1997	898.700	997.000	1.550.964	1.622.890	184.196	190.541
1998	860.000	633.638	1.582.339	1.123.452	181.000	127.470
1999	872.184	521.201	1.657.389	986.268	263.364	146.207
2000	699.000	621.000	2.003.620	1.284.885	273.000	166.022
2001	740.427	427.149	1.864.996	1.058.810	308.000	165.972
2002	808.900	580.813	2.053.817	1.415.917	448.600	229.800
Laju (%)	-1,51	-6,06	6,17	0,68	21,18	6,72

Sumber: FAO, berbagai terbitan.

Tabel 2.4. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Karet Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002

Tahun	Smoked Sheets		SIR 10		SIR 20	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1995	61.822	93.615	81.667	119.750	1.083.955	1.595.482
1996	72.011	103.470	73.118	98.454	1.170.262	1.532.557
1997	58.266	64.536	72.602	79.089	1.208.322	1.271.891
1998	45.119	33.833	60.280	40.425	1.457.735	963.694
1999	58.093	36.687	68.856	39.845	1.290.859	716.225
2000	42.484	29.171	62.909	41.409	1.211.362	768.523
2001	32.676	19.902	59.730	33.512	1.273.208	666.413
2002	44.194	31.909	61.654	42.855	1.317.298	879.291
Laju (%)	-1,59	-8,31	-3,48	-10,72	3,26	-6,41

Sumber: Statistik Perdagangan Luar Negeri, Ekspor, BPS.

menunjukkan penurunan dengan laju 6,4%, sementara volume ekspor meningkat dengan laju 3,3 %. Dalam tahun 1995 nilai ekspor SIR 20 Indonesia sebesar US \$ 1.595,5 juta, dan angka ini menurun menjadi US \$ 879,3 juta pada tahun 2002. Dari ulasan di atas terlihat bahwa selama 1995-2002 harga ekspor karetalam Indonesia di pasar dunia mengalami penurunan. Penurunan ini terjadi akibat kelebihan pasokan, pada tingkat permintaan dunia yang relatif stabil. Namun tingkat harga ini diperkirakan akan kembali meningkat, setelah mengalami shock pada bulan September 1999 (Dradjat dan Nancy, 2000b). Meskipun demikian, penurunan harga ini telah mendorong produsen karet alam dunia untuk melakukan kesepakatan pengendalian produksi (Wahyudi *et al.*, 2001).

2.1.3. Kakao

Produksi dan perdagangan kakao dunia saat ini dikuasai oleh tiga negara, yaitu Pantai Gading Afrika, Ghana dan Indonesia. Pada tahun 2000 Pantai Gading Afrika menguasai pasar ekspor dengan pangsa sekitar 43%, sedangkan Ghana dan Indonesia masing-masing sebesar 15% dan 14% (Herman, 2000 dan Wahyudi *et al.*, 2001).

Negara eksportir kakao dunia lainnya dengan volume dan nilai ekspor yang lebih kecil adalah Brazil, Malaysia, dan India (Tabel 2.5). Volume dan nilai

ekspor kakao dari Brazil selama 1997-2002 meningkat dengan laju 2,8% dan 17%. Demikian pula untuk Malaysia yang menunjukkan kenaikan dengan laju 5,1% untuk volume ekspor dan 9,1% untuk nilai ekspor. Besarnya laju kenaikan nilai ekspor dibandingkan dengan volume ekspor ini menunjukkan bahwa harga kakao di pasar dunia cenderung meningkat.

Importir utama kakao dunia adalah Amerika Serikat, Belanda, Jerman, Inggris, dan Perancis. Negara-negara tersebut selama ini juga merupakan pengolah kakao utama dunia, sehingga bersifat disinsentif terhadap negara produsen kakao. Hal ini terlihat dari penerapan tarif yang tinggi bagi produk olahan berbahan dasar kakao, yang menyebabkan industri hilir negara-negara produsen kakao tidak berkembang (Wahyudi *et al.*, 2001).

Ekspor biji kakao Indonesia terutama ditujukan ke Amerika Serikat, kemudian ke Singapura dan Malaysia (Herman, 2000). Volume dan nilai ekspor biji kakao Indonesia selama 1995-2002 mengalami kenaikan dengan laju 11,2% dan 17,6%. Pada tahun 1995 nilai ekspor biji kakao Indonesia sebesar US\$ 224,5 juta, kemudian meningkat menjadi US\$ 382,5 juta pada tahun 1998. Pada tahun 2002 nilai ekspor ini meningkat lagi menjadi US\$ 521,3 juta (Tabel 2.6).

Tabel 2.5. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Kakao dari Negara-negara Pesaing Utama Tahun 1997-2002

Tahun	Brazil		Malaysia		India	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1997	4.915	7.865	36.000	50.000	0	0
1998	5.582	9.273	16.136	24.065	0	0
1999	3.918	4.758	25.469	29.449	78	13
2000	1.900	2.004	10.800	10.200	182	25
2001	3.272	3.785	16.284	14.974	21	16
2002	3.590	7.000	21.109	29.010	12	23
Laju (%)	2,84	17,03	5,09	9,14	0,67	33,35

Sumber: FAO, berbagai terbitan.

Volume dan nilai ekspor coklat bubuk Indonesia selama 1995-2002 menunjukkan peningkatan masing-masing sebesar 23,5% dan 49,7%. Nilai ekspor coklat bubuk pada tahun 1995 sebesar US\$ 5,5 juta, dan angka ini terus meningkat dan mencapai US\$ 49,3 juta pada tahun 2002. Sementara itu volume ekspor kakao olahan menunjukkan kenaikan dengan laju 14,7%, dan nilai ekspor meningkat sebesar 12,1%. Nilai ekspor kakao olahan pada tahun 1995 sebesar US\$ 62,7 juta, kemudian meningkat menjadi US\$ 96,1 juta pada tahun 1998. Setelah itu nilai ekspor kakao olahan terus mengalami penurunan, hingga meningkat lagi pada tahun 2002 menjadi US\$ 103,2 juta.

mencerminkan terjadinya penurunan harga. Penurunan harga ini disebabkan oleh terjadinya kelebihan pasokan di pasar dunia, serta penerapan tarif impor oleh Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang berturut-turut sebesar 18%, 17% dan 16% (Gibson *et al.*, 2001).

2.2 TEORI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Ketidakmerataan sumber daya di antara negara-negara di dunia menimbulkan interdependensi antarnegara. Interdependensi ini melahirkan perdagangan antarnegara di pasar internasional

Tabel 2.6. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Kakao Menurut Jenis Produk di Indonesia Tahun 1995-2002

Tahun	Biji coklat		Coklat olahan		Coklat bubuk	
	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)	Volume (ton)	Nilai (x000 US \$)
1995	196.443	224.488	19.167	62.673	11.161	5.512
1996	274.119	262.847	24.678	81.667	13.913	5.113
1997	219.782	294.872	24.824	88.999	9.055	3.902
1998	278.146	382.502	29.880	96.137	9.584	4.121
1999	333.695	296.484	28.365	72.023	16.855	9.727
2000	333.619	233.052	32.072	55.438	22.117	14.354
2001	302.670	273.368	33.180	55.985	23.742	19.407
2002	367.464	521.257	46.959	103.164	36.616	49.335
Laju (%)	11,19	17,58	14,67	12,06	23,46	49,67

Sumber: Statistik Perdagangan Luar Negeri, Ekspor. BPS.

Pertumbuhan volume ekspor kakao olahan Indonesia yang lebih besar daripada nilai ekspornya

terutama dalam upaya memenuhi kebutuhan domestik. Krugman dan Obstfeld (1994) *cit.* Jamli

dan Firmansyah (1998) menyatakan bahwa perdagangan internasional terjadi karena dua alasan utama. Pertama, karena mereka berbeda satu sama lain. Kedua, guna mencapai skala ekonomi. Jika setiap negara hanya memproduksi sejumlah barang tertentu (berspesialisasi) maka mereka dapat menghasilkan barang tersebut dengan skala yang lebih besar sehingga akan menjadi lebih efisien dibandingkan jika negara tersebut memproduksi segala jenis barang. Pola-pola perdagangan yang terjadi merupakan perpaduan antara kedua motif tersebut.

Menurut Kindleberger dan Lindert (1982), perdagangan internasional terjadi jika ada perbedaan penawaran dan permintaan antarnegara. Aliran barang dari negara yang mempunyai *excess supply* (penawaran) ke negara yang mempunyai *excess demand* (permintaan) merupakan dasar terjadinya suatu transaksi perdagangan antara satu negara dengan negara yang lain.

Manfaat dari transaksi perdagangan tersebut bagi negara pengimpor adalah dapat memperoleh barang dengan harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan harus memproduksi sendiri, sedangkan keuntungan bagi negara pengekspor adalah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan devisa. Tujuan utama dari adanya perdagangan internasional ini adalah meningkatkan kesejahteraan kedua negara.

Di samping itu, secara makro terdapat beberapa manfaat yang berkaitan dengan proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, antara lain bahwa perdagangan internasional :

- a. menggerakkan pertumbuhan ekonomi, memperbesar kapasitas konsumsi sesuatu negara, menaikkan output dunia, dan memberikan kemudahan untuk mendapatkan sumberdaya yang langka
- b. mendorong penyebaran keadilan internasional dan domestik secara lebih merata dengan menyamakan harga faktor produksi, meningkatkan pendapatan riil

negara-negara yang berdagang, dan menjadikan penggunaan persediaan sumberdaya dari setiap negara lebih efisien

- c. membantu berbagai negara untuk mencapai pembangunan dengan meningkatkan peranan sektor ekonomi yang mempunyai keunggulan komparatif, baik karena efisiensi penggunaan tenaga kerja maupun faktor produksi
- d. harga dan biaya produksi internasional menentukan sampai seberapa jauh sebuah negara harus berdagang untuk mempertinggi kesejahteraan nasionalnya.

Terdapat beberapa teori yang mendasari terjadinya perdagangan antarnegara yang dikemukakan dari masa ke masa. Teori-teori yang dikenal sebagai teori perdagangan internasional tersebut, adalah :

- a. Teori dari Kaum Merkantilis
- b. Teori Keunggulan Absolut
- c. Teori Keunggulan Komparatif
- d. Teori Perdagangan Modern

Penjelasan masing-masing teori tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Teori dari Kaum Merkantilis

Teori perdagangan internasional pertama kali dikemukakan oleh kaum merkantilis (pedagang, bankir, politisi, dan filsuf) dengan mengatakan bahwa dalam melakukan perdagangan internasional, sesuatu negara harus lebih banyak mengekspor daripada mengimpor barang. Surplus perdagangan akan meningkatkan cadangan emas negara tersebut. Semakin banyak emas yang dimiliki oleh suatu negara, maka semakin kaya dan kuatlah negara tersebut (Salvatore, 1997 *cit.* Pugel, 2004).

- b. Teori Keunggulan Absolut

Teori Keunggulan Absolut yang dikemukakan Adam Smith dengan aliran klasiknya menyebutkan bahwa dengan perdagangan bebas, setiap negara dapat berspesialisasi dalam produksi komoditas

yang mempunyai keunggulan absolut dan mengimpor komoditas yang mempunyai kerugian absolut. Ilustrasinya adalah sebagai berikut (Hadis, 1996):

c. Teori Keunggulan Komparatif

Teori Keunggulan Komparatif yang dikembangkan David Ricardo lebih mampu menjelaskan pola dan

Tabel 2.7. Ilustrasi Keunggulan Absolut

Biaya produksi per unit (Rp) dari	Thailand	Indonesia
Beras	20	40
Tekstil	400	200

Berdasarkan teori ini, kedua negara tersebut mempunyai keuntungan absolut pada satu jenis komoditas. Thailand mempunyai keunggulan absolut terhadap Indonesia dalam produksi beras, sedangkan Indonesia mempunyai keunggulan absolut terhadap Thailand dalam produksi tekstil. Berdasarkan teori ini, masing-masing negara menghasilkan salah satu komoditas saja, sehingga ada spesialisasi dan pembagian kerja antardua negara; Thailand tetap memproduksi beras karena biaya produksinya lebih murah daripada di Indonesia; sebaliknya Indonesia tetap memproduksi tekstil karena biaya produksinya lebih murah dibandingkan di Thailand.

Adam Smith berpendapat bahwa tidak akan terjadi perdagangan apabila keadaannya diilustrasikan pada Tabel 2.7. Perdagangan bebas tidak terjadi karena Thailand memiliki keunggulan absolut dalam beras dan tekstil, sedangkan Indonesia justru memiliki kerugian absolut dalam dua komoditas tersebut.

keuntungan perdagangan. Menurut teori ini, meskipun sebuah negara kurang efisien dibanding (atau memiliki kerugian absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi kedua komoditas, namun masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Teori ini dapat lebih dimengerti dengan melihat Tabel 2.6 berikut (Salvatore, 1996) :

Inggris tidak mempunyai keunggulan absolut dibanding AS dalam produksi gandum dan kain. Akan tetapi berdasarkan teori ini, Inggris mempunyai keunggulan komparatif terhadap AS dalam kain, dan mempunyai kerugian komparatif terhadap AS dalam gandum. Sedangkan AS memiliki keunggulan absolut atas Inggris dalam kedua komoditas tersebut, tetapi keunggulan absolut ini lebih besar pada gandum. Dengan demikian, AS memiliki keunggulan komparatif atas Inggris dalam gandum, dan memiliki kerugian komparatif dalam kain. Perdagangan yang saling menguntungkan antara AS dan Inggris dapat

Tabel 2.8. Ilustrasi Sesuatu Negara tanpa Keunggulan Absolut

Biaya produksi per unit (Rp) dari	Thailand	Indonesia
Beras	20	40
Tekstil	200	400

Dalam kenyataan, sistem perdagangan internasional tidak sesederhana teori Adam Smith. Tidak semua negara memiliki keunggulan absolut terhadap negara lain. Seringkali sesuatu negara hanya mampu memproduksi barang yang tidak memiliki keuntungan absolut.

berlangsung dengan mempertukarkan gandum dengan kain.

Berdasarkan teori ini, negara pertama harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditas yang memiliki kerugian

Tabel 2.9. Ilustrasi Keunggulan Komparatif

Komoditas	Amerika Serikat (AS)	Inggris
Gandum, karung / jam TK	6	1
Kain, yard / jam TK	4	2

absolut lebih kecil (komoditas dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditas yang memiliki kerugian absolut yang lebih besar (komoditas dengan kerugian komparatif). Teori ini mengilhami Teori Perdagangan Modern yang masih berdasarkan pengaruh keunggulan komparatif sesuatu negara.

d. Teori Perdagangan Modern (Teori Persediaan Faktor Produksi)

Teori Perdagangan Modern yang dikemukakan Eli Hecksher dan Bertil Ohlin ini dimaksudkan untuk menyempurnakan Teori Keunggulan Komparatif. Teori ini menitikberatkan pada perbedaan penawaran faktor produksi yang ada, terutama tanah, tenaga kerja, dan modal, sehingga memungkinkan untuk menjelaskan dampak pertumbuhan ekonomi nasional serta perbedaan penghasilan atau harga berbagai faktor produksi secara analitis (Prayitno dan Santosa, 1996).

Teori ini menyatakan bahwa semua negara dapat memiliki kemungkinan teknologi yang sama untuk semua jenis komoditas. Timbulnya perdagangan bukan karena adanya perbedaan teknologi yang dinyatakan dalam produktivitas tenaga kerja dalam menghasilkan komoditas yang berlainan di berbagai negara, melainkan karena mempunyai persediaan faktor yang berbeda-beda.

Keunggulan absolut (alamiah), keunggulan komparatif (efisiensi), maupun keunggulan teknologi (produktivitas), menjadi dasar penentu daya saing suatu komoditas di pasar internasional. Keunggulan suatu komoditas adalah kelebihan yang melekat padanya, yang dihasilkan suatu negara dibandingkan dengan komoditas serupa yang diproduksi di negara lain. Suatu komoditas mempunyai potensi untuk diekspor apabila memenuhi ciri-ciri umum, antara lain (Amir, 2003)

:

- mempunyai surplus atau kelebihan produksi
- mempunyai keunggulan-keunggulan tertentu, misalnya langka, murah, atau bermutu
- komoditas tersebut memang sengaja diproduksi untuk tujuan ekspor
- komoditas tersebut memperoleh izin pemerintah untuk diekspor.

Daya saing (*competitiveness*) ekspor diartikan sebagai kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar itu (Amir, 2003). Terdapat sejumlah indikator atau metode yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing. Salah satunya adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Indeks RCA menunjukkan pangsa ekspor suatu komoditas negara tertentu dibandingkan dengan total pangsa ekspor komoditas yang bersangkutan dari semua negara di dunia. Indeks ini juga menunjukkan posisi pasar ekspor komoditas tertentu yang dihasilkan suatu negara di pasar dunia (Tambunan, 2004).

Indeks RCA paling sering digunakan dalam studi-studi empiris untuk mengukur tingkat daya saing (atau perubahannya) dari suatu negara untuk suatu jenis produk atau sekelompok produk di pasar ekspor. Nilai indeks RCA adalah antara 0 dan lebih besar dari 0. Nilai 1 dianggap garis pemisah antara keunggulan dan ketidakunggulan komparatif. Lebih besar dari 1 berarti daya saing dari negara yang bersangkutan untuk produk yang diukur di atas rata-rata dunia, sedangkan lebih kecil dari 1 berarti daya saingnya buruk (di bawah rata-rata). Indeks RCA juga bisa digunakan untuk mengukur apakah suatu negara memproduksi dan mengekspor barang-barang yang pasar luar negerinya sedang berkembang pesat (permintaan dunia meningkat) atau sedang mengalami stagnasi (permintaan dunia menurun) (Banerjee, 2002 *cit.* Tambunan, 2004).

Metode RCA dapat memberikan indikasi bagi daya saing suatu produk dengan produk lainnya di pasar ekspor dunia. Angka RCA menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor suatu komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Nilai RCA yang lebih besar atau sama dengan satu mempunyai arti bahwa peranan relatif ekspor suatu komoditas dalam ekspor total suatu negara, lebih besar daripada peranan relatif ekspor komoditas yang sama dalam ekspor total dunia. Peningkatan nilai RCA memberikan indikasi bahwa relatif semakin kuat atau unggul suatu negara pada komoditas tersebut dibandingkan produk lainnya (Huey, 1998 *cit.* Susetyo, 2005).

3.1 METODE DASAR

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskripsi analitis, yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada. Data yang telah dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis (Surakhmad, 1994).

3.2 JENIS DAN SUMBER DATA

3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder runtut waktu tahunan, terutama berupa data kuantitatif. Data yang digunakan meliputi :

- volume dan nilai ekspor komoditas utama pertanian Indonesia
- volume dan nilai ekspor total pertanian Indonesia
- volume dan nilai ekspor komoditas pertanian negara-negara pesaing
- volume dan nilai ekspor total pertanian negara-negara pesaing

3.2.2 Sumber Data

Data penelitian ini bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat Jendral Perkebunan Departemen Pertanian, Bank Indonesia, *Food and Agriculture Organization* (FAO), *World Trade Organization* (WTO), dan *United Nation of Commodities Trade* (UN Comtrade).

3.2.3 Analisis Daya Saing

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Angka RCA menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas pertanian suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{iw} / X_w}$$

Keterangan :baks

- X_{ij} = nilai ekspor komoditas i negara j (000 USD)
 X_j = nilai ekspor total negara j (000 USD)
 X_{iw} = nilai ekspor komoditas i dunia (000 USD)
 X_w = nilai ekspor total dunia (000 USD)

4.1. KELAPA SAWIT

4.1.1. Perkembangan Luas Lahan Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit mulai dikembangkan di Indonesia sejak tahun 1960-an. Luas lahan perkebunan kelapa sawit mengalami peningkatan yang sangat pesat. Jika pada tahun 1967 Indonesia hanya memiliki lahan perkebunan kelapa sawit seluas 105.808 hektar, maka pada tahun 1997 telah membengkak menjadi 2,5 juta hektar. Peningkatan yang pesat terutama terjadi pada kurun waktu 1990-1997, yaitu saat terjadi penambahan luas rata-rata sebesar 200.000 hektar per tahun yang sebagian besar terjadi pada perkebunan swasta. Pada periode 1999-2003, rata-rata peningkatan luas lahan mencapai lebih dari 200.000 hektar per tahun, sehingga luas lahan pada tahun 1999 yang sebesar 2,96 juta hektar meningkat menjadi sebesar 3,8 juta hektar pada 2003.

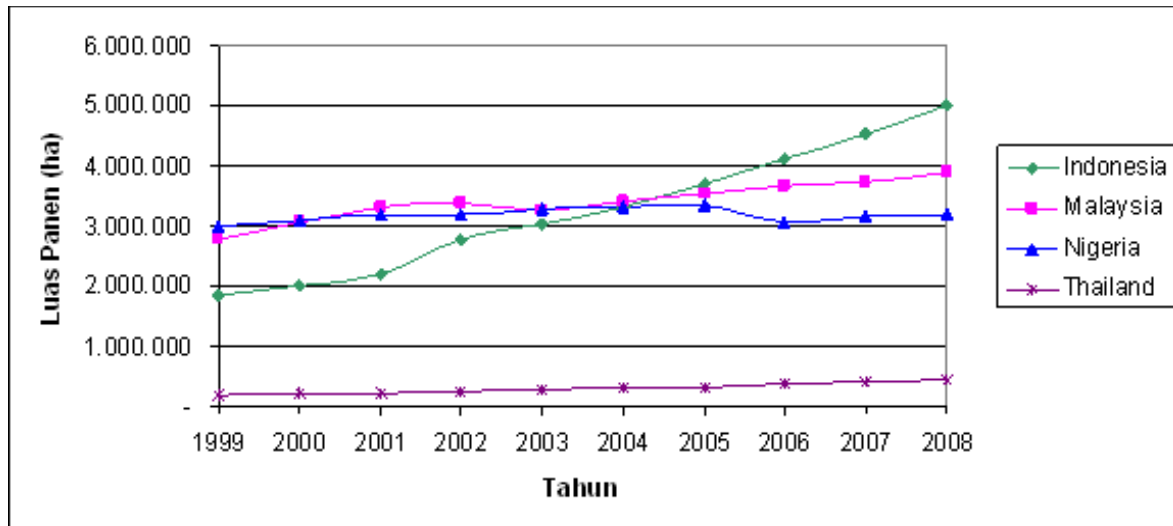
Areal penanaman kelapa sawit Indonesia terkonsentrasi di lima provinsi, yaitu Sumatera Utara, Riau, Kalimantan Barat, Sumatera Selatan, Jambi, dan Aceh. Areal penanaman terbesar terdapat di Sumatera Utara (dengan sentra produksi di Labuhan Batu, Langkat, dan Simalungun) dan Riau. Berdasarkan status kepemilikannya, perkebunan kelapa sawit Indonesia terdiri dari Perkebunan Negara, Perkebunan Swasta dan Perkebunan Rakyat. Pada tahun 2000, perkebunan swasta menguasai 51% dari total luas areal perkebunan; perkebunan negara menguasai 16%; sedangkan perkebunan rakyat 33%. Perkebunan rakyat terkonsentrasi pada 4 provinsi yaitu Riau, Jambi, Sumatera Selatan, dan

Kalimantan Barat. Perkebunan milik negara (PTP) terkonsentrasi di Sumatera Utara sedangkan perkebunan swasta terkonsentrasi di Riau, Sumatera Utara, Aceh, dan Sumatera Selatan.

Berdasarkan data *Food and Agricultural Organization* (FAO) tahun 2010, empat negara yang memiliki luas panen kelapa sawit terbesar pada tahun pelaporan terakhir (tahun 2008) secara berturut-turut adalah Indonesia, Malaysia, Nigeria, dan Thailand. Rata-rata luas panen kelapa sawit Indonesia 3.255.100 ha per tahun, sedangkan Malaysia 3.406.800 ha per tahun. Luas panen kelapa sawit Indonesia cenderung mengalami peningkatan selama 10 tahun pengamatan (Gambar 4.1).

Pada tahun 1999, luas panen kelapa sawit Indonesia tidak sampai 2 juta ha, sedangkan Malaysia telah mencapai 2,775 juta ha. Luas panen kelapa sawit Indonesia mencapai 2 juta ha mulai tahun 2000. Luasan panen kelapa sawit terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya, yaitu mencapai 3 juta ha pada tahun 2003, 4 juta ha pada tahun 2006, hingga pada tahun 2008 telah mencapai 5 juta ha. Luas panen kelapa sawit Malaysia cenderung stabil pada kisaran angka 3 juta ha, dengan luas panen terbesar terjadi pada tahun 2008 yaitu sebesar 3,9 juta ha.

Nigeria memiliki luas panen per tahun yang setara dengan Malaysia. Rata-rata luas panen Nigeria adalah sebesar 3.183.500 ha per tahun. Thailand sebagai negara produsen sawit terbesar ke empat memiliki rata-rata luas panen sebesar 327.558 ha per tahun. Luas panen terkecil terjadi pada tahun 1999, yaitu sebesar 199.520 ha, sedangkan luas panen terbesar terjadi pada tahun 2008, yaitu



Gambar 4.1. Perkembangan Luas Panen Sawit (hektar) Tahun 1999-2008. *Sumber: Analisis Data FAO, 2010*

sebesar 510.213 ha. Luas panen kelapa sawit Thailand cenderung mengalami peningkatan selama 10 tahun pengamatan.

4.1.2. Perkembangan Produksi Kelapa Sawit

Kelapa sawit memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia selama bertahun-tahun. Kelapa sawit, terutama dalam bentuk *Crude Palm Oil (CPO)*, merupakan salah satu komoditas andalan dalam menghasilkan devisa. Kontribusinya terhadap devisa cukup besar dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2003, total devisa yang dihasilkan oleh komoditas ini mencapai US\$ 2,6 miliar atau 4,3% dari total ekspor Indonesia yang mencapai US\$ 61 miliar. Nilai ekspor ini mengalami kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan nilai ekspor pada tahun 2002 yang sebesar US\$ 2,35 miliar (4,1% terhadap total nilai ekspor), maupun nilai ekspor pada 2001 sebesar US\$ 1,23 miliar (2,18% terhadap total nilai ekspor).

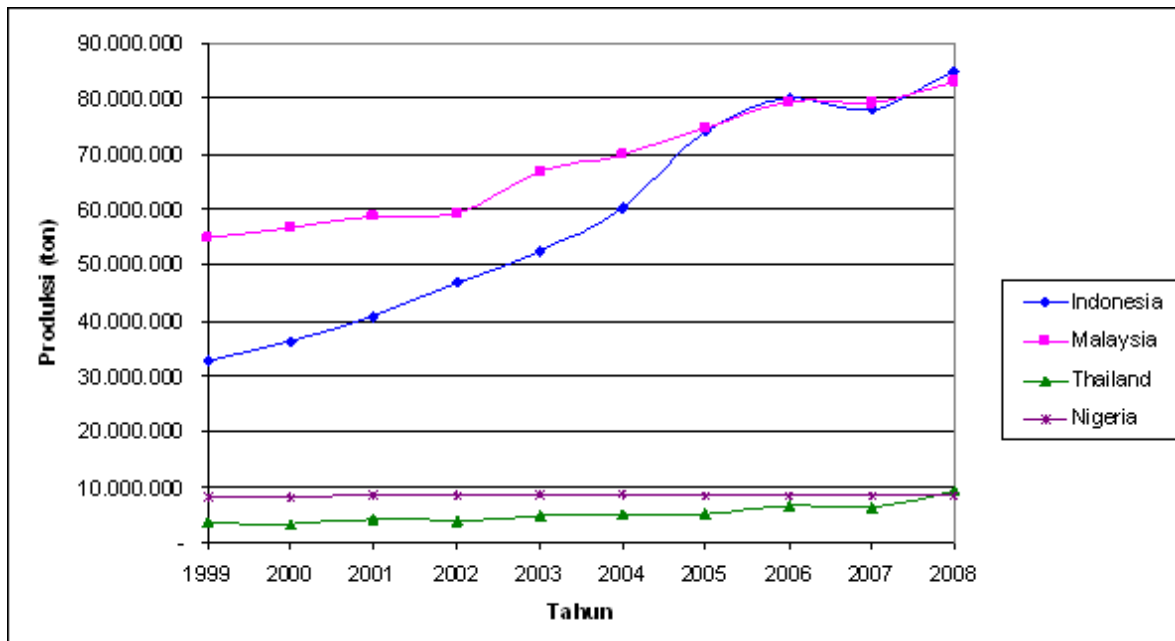
Berdasarkan data FAO tahun 2010, hingga tahun 2008 terdapat 43 negara yang memproduksi buah sawit (*oil palm fruit*; kode perdagangan : 254). Total produksi buah sawit dunia pada tahun 2008 adalah sebesar 206.989.455 ton, yang terbesar selama 10 tahun pengamatan (1999-2008). Rata-

rata produksi buah sawit dunia selama 10 tahun tersebut adalah sebesar 153.972.070 ton. Dari ke 43 negara produsen kelapa sawit, kuantitas produksi Indonesia berada di posisi ke dua dengan rata-rata sebesar 61.198.277 ton per tahun. Posisi pertama dimiliki oleh Malaysia dengan rata-rata produksi sebesar 68.305.200 ton per tahun, diikuti oleh Nigeria dengan rata-rata produksi sebesar 8.435.200 ton per tahun di posisi ke tiga, dan Thailand dengan rata-rata produksi sebesar 5.507.097 per tahun di posisi ke empat.

Perkembangan produksi buah sawit empat negara produsen utama, yaitu Malaysia, Indonesia, Nigeria, dan Thailand dari tahun 1999 hingga tahun 2008 disajikan pada Gambar 4.2. Dari tahun 1999–2004, produksi sawit Indonesia selalu berada di bawah Malaysia. Pada tahun 2005, produksi Indonesia mengalami peningkatan menjadi sebesar 74 juta ton, mendekati produksi Malaysia sebesar 74,8 juta ton. Produksi sawit Indonesia mampu melampaui produksi sawit Malaysia pada tahun 2006 dengan kuantitas produksi sebesar 80,25 juta ton, sedangkan Malaysia sebesar 79,4 juta ton. Pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2007, produksi sawit Indonesia mengalami penurunan sehingga posisinya kembali berada di posisi ke dua setelah Malaysia, yaitu dengan produksi sebesar 78 juta ton. Pada tahun 2008 Indonesia dapat

meningkatkan laju produksinya hingga mencapai 85 juta ton. Kuantitas produksi ini membuat Indonesia kembali pada posisi pertama produsen sawit dunia di atas Malaysia yang pada tahun 2008 memiliki berproduksi sebesar 83 juta ton.

produksi buah sawit Malaysia, Indonesia, Nigeria, Thailand sebagai negara produsen utama dunia. Pada tahun 1999, Indonesia hanya mampu menyumbangkan produksi sebesar 28,65% pada saat Malaysia mampu menyumbangkan produksi



Gambar 4.2. Perkembangan Produksi Buah Sawit Empat Negara Produsen Utama Tahun 1999-2008. Sumber: Analisis Data FAO, 2010

Dari Gambar 4.2 dapat diketahui pula bahwa produksi sawit Thailand cenderung mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 1999 dan 2000, produksi sawit Thailand berada di kisaran 3 juta ton, meningkat pada tahun berikutnya hingga selama 3 tahun (2001-2003) berproduksi di kisaran 4 juta ton. Pada tahun-tahun berikutnya produksi sawit Thailand masih mengalami peningkatan hingga mencapai kisaran 5 juta ton pada tahun 2004-2005, kemudian 6 juta ton pada tahun 2006-2007. Produksi sawit tertinggi dicapai Thailand pada tahun 2008, yaitu sebesar 9,27 juta ton. Besarnya produksi Thailand pada tahun 2008 ini mampu melampaui produksi Nigeria yang hanya sebesar 8,5 juta ton. Keadaan ini tidak dialami oleh Nigeria, yang produksi sawitnya cenderung stabil, yaitu selalu berada di kisaran 8 juta ton dari tahun 1999 hingga 2008.

Tabel 4.1. menyajikan perkembangan persentase

hampir setengah dari produksi dunia (48,08%). Mulai tahun 2000, kontribusi produksi sawit Indonesia mampu mencapai angka 30% dan terus mengalami kenaikan. Mulai tahun 2005 Indonesia mampu berkontribusi sebesar 40,69% kemudian meningkat menjadi sebesar 41,06% pada tahun 2006, saat Malaysia berkontribusi sebesar 40,63%. Walaupun rata-rata kontribusi produksi Indonesia hanya sebesar 36,06% per tahun sedangkan rata-rata untuk Malaysia sebesar 43,50% per tahun, tetapi besarnya kontribusi produksi Indonesia cenderung terus mengalami peningkatan.

Nigeria memiliki kontribusi produksi sawit rata-rata terhadap dunia sebesar 5,52% per tahun. Berbeda keadaannya dengan Indonesia yang persentase produksinya cenderung mengalami peningkatan, persentase produksi sawit Nigeria justru cenderung mengalami penurunan. Jika pada tahun 1999 Nigeria memiliki kontribusi produksi

hampir mencapai 7%, maka pada tahun 2003 hanya mencapai 5,75%, dan terus mengalami penurunan hingga hanya memiliki kontribusi sebesar 4,11% pada tahun 2008.

Thailand sebagai negara produsen buah sawit terbesar ke empat, hanya mampu memberikan kontribusi rata-rata sebesar 3,24% per tahun. Besarnya kontribusi produksi Thailand ini tidak pernah mencapai angka 5%. Kontribusi produksi sawit terbesar Thailand terjadi pada tahun 2008, dan hanya sebesar 4,48%.

terdapat sekitar 80 perusahaan penyulingan minyak goreng sawit di Indonesia yang tersebar di 11 propinsi di Sumatera, Jawa, dan Kalimantan dengan total kapasitas produksi 7,79 juta ton per tahun. Sebesar 62% di antaranya (4,8 juta ton) dikuasai oleh 7 grup produsen, yaitu Hasil Karsa, Musim Mas, Sinar Mas, Karya Prajona Nelayan, Raja Garuda Mas, dan Sungai Budi.

Pada saat ini terdapat sekitar 17 industri margarin dan *shortening* di Indonesia. Pada industri tersebut, CPO memberikan kontribusi sekitar 80% terhadap

Tabel 4.1. Perkembangan Persentase Produksi Buah Sawit Tiga Negara Produsen Utama Tahun 1999-2008

Tahun	Persentase Produksi (%)				
	Indonesia	Malaysia	Nigeria	Thailand	Dunia
1999	28,65	48,08	6,99	3,07	100
2000	30,21	46,99	6,82	2,78	100
2001	31,82	45,80	6,60	3,18	100
2002	34,54	43,95	6,27	2,95	100
2003	35,04	44,48	5,75	3,27	100
2004	37,01	42,80	5,33	3,17	100
2005	40,69	41,13	4,67	2,75	100
2006	41,06	40,63	4,25	3,44	100
2007	40,48	41,06	4,41	3,32	100
2008	41,06	40,10	4,11	4,48	100
Rata-rata	36,06	43,50	5,52	3,24	100

Sumber: Analisis Data FAO, 2010

4.1.3. Konsumsi CPO

Sekitar 60% dari produk CPO Indonesia diekspor ke luar negeri, sementara sisanya diserap untuk konsumsi di dalam negeri. Untuk penggunaan lokal, industri minyak goreng merupakan penyerap CPO dominan yaitu mencapai 29,6% dari total produksi, sedangkan sisanya dikonsumsi oleh industri oleokimia, sabun, dan margarin atau *shortening*. Saat ini terdapat sekitar 215 pabrik CPO di Indonesia, lebih sedikit dibandingkan dengan Malaysia yang memiliki 374 pabrik. Kapasitas pabrik CPO terbesar terdapat di Sumatera yang terdiri dari 199 perusahaan dengan kontribusi mencapai 85% dari kapasitas CPO nasional.

Menurut *National Distribution Network*, saat ini

komponen bahan baku. Sementara pada industri sabun cuci CPO memberikan kontribusi sebesar 20% dan sabun mandi 80%. Meskipun penggunaan CPO untuk industri sabun masih relatif kecil, penggunaannya cenderung meningkat dari tahun ke tahun.

Produk *oleochemical* yang diolah dari CPO terdiri atas *fatty acid*, *fatty alcohol*, *glyserine* dan *stearic acid*. Produk ini memiliki kegunaan yang sangat luas untuk berbagai industri, misalnya pembuatan deterjen, produk-produk perawatan tubuh, produk farmasi, industri PVC, pelumas pada industri tekstil, dan lain-lain. Dibandingkan dengan CPO, produk oleokimia memiliki nilai tambah lebih tinggi dan harga yang lebih stabil. Harga CPO berfluktuasi antara US\$ 250 sampai dengan US\$ 500 per ton,

sedangkan produk oleokimia bisa mencapai US\$ 1000 per ton. Namun demikian, penggunaan CPO untuk industri ini masih relatif rendah (sekitar 6,8%) karena kurang berkembangnya industri ini di dalam negeri.

Saat ini, menurut Komisi Minyak Sawit Indonesia (KMSI), Indonesia baru memiliki 7 perusahaan *oleochemical* yang menggunakan 6,8% produksi CPO-nya, dengan total produksi 609 ribu ton pada 2002. Dibandingkan dengan Malaysia, yang telah memiliki 22 pabrik *oleochemical* (dan telah merencanakan penambahan 19 buah pabrik lagi) dengan total produksi 1,7 juta ton per tahun – yang menggunakan 20% hasil CPO-nya. Di samping itu, produk *oleochemical* di Indonesia masih berupa produk sampingan, sedangkan di Malaysia sudah menjadi produk utama. Beberapa perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang produk *oleochemical* adalah PT. Cisadane Raya Chemical, PT. Sumiasih Oleochemical, PT. Sinar Oleochemical (Sinar Mas Group), PT. Ecogreen Oleochemical, dan PT Flora Sawita Chemindo. Di masa mendatang, konsumsi CPO di dalam negeri diperkirakan akan terus mengalami peningkatan. Penggunaan terbesar pada industri minyak goreng (51%), diikuti industri margarin dan *shortening* (37%), *oleochemical* (8%), industri sabun mandi (3%) dan industri sabun cuci (1%).

4.1.4. Perkembangan Ekspor CPO

Ekspor CPO Indonesia ditujukan ke 123 negara. India adalah negara pengimpor utama CPO Indonesia dengan persentase sekitar 28%, diikuti oleh Belanda (17%), Cina (8%), Malaysia (6%), dan Singapura (6%). Kelima negara tersebut menyerap sekitar 65% dari total ekspor CPO Indonesia.

Kuantitas ekspor CPO terbesar dimiliki oleh Malaysia, seiring dengan produksinya yang terbesar pula, kemudian diikuti oleh Indonesia. Rata-rata kuantitas ekspor CPO Malaysia adalah sebesar 11,56 juta ton per tahun, sedangkan rata-rata Indonesia sebesar 7,93 juta ton per tahun.

Volume ekspor CPO Indonesia cenderung

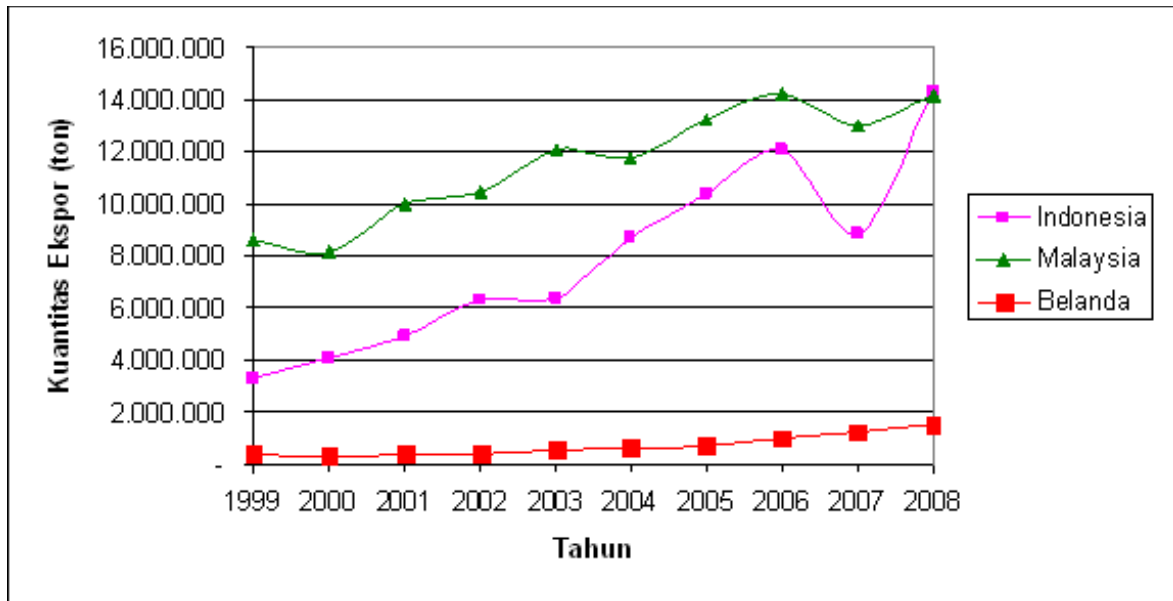
meningkat sejak 1999 setelah mengalami penurunan tajam pada 1998. Pada 2003, volume ekspor mencapai 6,38 juta ton, meningkat 136% dibanding 1999 yang sebesar 3,3 juta ton. Selama 10 tahun pengamatan (Gambar 4.3), kuantitas ekspor CPO Indonesia baru sekali melampaui Malaysia, yaitu pada tahun 2008 sebesar 14,29 juta ton. Walaupun demikian, kuantitas ini hanya sedikit lebih besar dibandingkan dengan Malaysia yang sebesar 14,14 juta ton.

Nigeria sebagai negara produsen kelapa sawit terbesar ke tiga ternyata tidak menjadi negara pengekspor CPO utama. Dari rata-rata produksi kelapa sawit sebesar 8.435.200 ton per tahun, Nigeria hanya mengekspor 9.750 ton CPO per tahun, sehingga berada di posisi ke-27. Demikian halnya dengan Thailand sebagai negara produsen kelapa sawit terbesar ke empat. Rata-rata kuantitas ekspor CPO Thailand adalah 151.520 ton per tahun (rata-rata produksi kelapa sawit sebesar 5.241.569 ton per tahun). Kedudukan Thailand masih lebih baik daripada Nigeria, karena berada di posisi ke-5.

Negara pengekspor CPO terbesar ke tiga setelah Malaysia dan Indonesia, adalah Belanda. Rata-rata ekspor CPO Belanda adalah 714.634 ton per tahun. Jika pada tahun 1999-2005, Belanda hanya mampu mengekspor CPO di kisaran kuantitas 300.000 – 600.000 ton tiap tahunnya, maka mulai tahun 2006 hingga tahun 2008, kuantitasnya telah menembus angka 1.000.000 ton per tahun. Perkembangan kuantitas ekspor CPO tiga negara pengekspor utama, yaitu Malaysia, Indonesia, dan Belanda disajikan pada Gambar 4.3.

Apabila dilihat dari kontribusinya, Belanda hanya menyumbang ekspor CPO ke dunia rata-rata sebesar 3,01% per tahun. Kontribusi ekspor CPO Belanda ke dunia tidak pernah mencapai 5%. Nilai yang kecil ini disebabkan oleh telah dikuasainya pasar CPO oleh Malaysia dan Indonesia. Jika dijumlahkan, kuantitas ekspor Malaysia dan Indonesia telah mengambil bagian lebih dari 85% dari total ekspor CPO dunia (pada tahun 2007 berkontribusi sebesar 83,65%).

Tabel 4.2 memperlihatkan perkembangan



Gambar 4.3. Perkembangan Kuantitas Ekspor (ton) Minyak Sawit (CPO)
Sumber: Analisis Data FAO, 2010

persentase kuantitas ekspor Malaysia, Indonesia, dan Belanda terhadap total ekspor CPO dunia. Malaysia memiliki kontribusi rata-rata sebesar 51,98% per tahun, sedangkan Indonesia memiliki kontribusi rata-rata sebesar 34,93% per tahun. Kontribusi ekspor CPO Indonesia hanya sekali melampaui kontribusi ekspor Malaysia, yaitu pada tahun 2008 sebesar 42,84% (sedikit di atas Malaysia yang sebesar 42,39%).

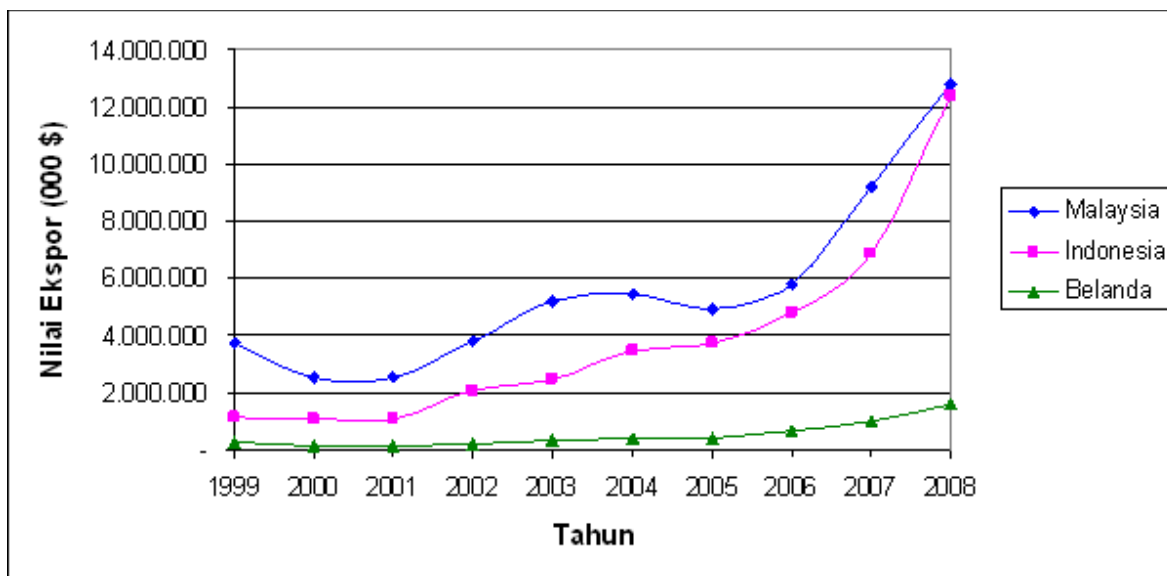
Seirama dengan kuantitasnya, nilai ekspor CPO tertinggi dimiliki oleh Malaysia di urutan pertama, diikuti oleh Indonesia dan Belanda di urutan ke dua dan ke tiga (Gambar 4.4).

Apabila diamati secara bersama-sama antara Gambar 4.3 (kuantitas ekspor CPO) dan Gambar 4.4 (nilai ekspor CPO), dapat dilihat bahwa pada tahun 2007 saat kuantitas ekspor CPO Indonesia

Tabel 4.2. Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor CPO Tiga Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008

Tahun	Persentase Kuantitas Ekspor (%)			
	Indonesia	Malaysia	Belanda	Dunia
1999	24,02	62,51	3,05	100
2000	29,02	57,48	2,28	100
2001	28,74	58,62	2,22	100
2002	33,66	55,53	2,07	100
2003	30,29	57,28	2,53	100
2004	36,77	50,06	2,65	100
2005	38,76	49,28	2,61	100
2006	40,40	47,42	3,43	100
2007	33,92	49,73	4,78	100
2008	42,84	42,39	4,50	100
Rata-rata	34,93	51,98	3,01	100

Sumber: Analisis Data FAO, 2010



Gambar 4.4. Perkembangan Nilai Ekspor CPO Tiga Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008
 Sumber: Analisis Data FAO, 2010

mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 27% dari tahun sebelumnya, ternyata nilai eksportnya tidak mengalami penurunan melainkan justru peningkatan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa harga CPO Indonesia per satuan volumenya telah mengalami peningkatan yang signifikan.

Harga CPO di pasar internasional sangat berfluktuasi. Indonesia mendapatkan harga CPO terendah pada tahun 2001, yaitu 143,9 US\$ per ton. Demikian pula dengan Malaysia yang pada

tahun yang sama mendapatkan harga CPO terendah walaupun masih di atas harga Indonesia, yaitu sebesar 235,3 US\$ per ton.

Harga tertinggi CPO Indonesia tidak terjadi bersamaan dengan Malaysia. Harga tertinggi CPO Malaysia terjadi pada tahun 2004 yaitu 423,7 US\$ per ton. CPO Malaysia mencapai harga di sekitar 400 US\$ pada tahun 2003, 2004, dan 2006.

Indonesia mendapatkan harga CPO tertinggi pada tahun 2008 yaitu sebesar 442,3 US\$ per ton, pada

Tabel 4.3. Perkembangan Perbandingan Harga CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 1999-2008

Tahun	Harga CPO (US\$ per ton)	
	Indonesia	Malaysia
1999	216,7	381,6
2000	207,7	262,1
2001	143,9	235,3
2002	207,2	358,9
2003	271,9	406,3
2004	321,0	423,7
2005	238,4	368,1
2006	287,2	417,3
2007	319,2	329,9
2008	442,3	317,9
Rata-rata	265,5	350,1

Sumber: Analisis Data FAO, 2010

saat harga CPO Malaysia hanya sebesar 317,9 US\$ per ton. Harga CPO Indonesia yang lebih tinggi daripada harga Malaysia ini disebabkan oleh produksi minyak sawit Malaysia yang cenderung datar, bersamaan dengan menurunnya produksi minyak kedelai, serta tingginya tingkat permintaan CPO dari Cina dan India.

4.1.5. Revealed Comparative Advantage (RCA) CPO

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu indikator daya saing suatu komoditas di pasar dunia. Dalam penelitian ini RCA digunakan untuk mengevaluasi peranan komoditas CPO dalam ekspor pertanian Indonesia

Tabel 4.4. Perkembangan Nilai Impor dan Re-Ekspor CPO Belanda

Tahun	Nilai Impor (ooo US\$)	Nilai Ekspor (ooo US\$)	Persentase re-ekspor
1999	349.952	265.129	75,76
2000	239.309	153.647	64,20
2001	274.517	131.660	47,96
2002	375.907	179.658	47,79
2003	475.530	312.993	65,82
2004	678.979	393.806	58,00
2005	746.411	401.254	53,76
2006	849.246	637.338	75,05
2007	736.589	1.005.080	136,45
2008	1.680.460	1.616.130	96,17
Rata-rata	640.690	509.670	72,10

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

Belanda walaupun berada di peringkat ke tiga dunia dalam ekspor CPO, sebenarnya bukanlah negara produsen CPO melainkan merupakan negara pengimpor. Rata-rata nilai impor CPO Belanda bahkan merupakan terbesar ke empat, setelah Cina, India, dan Pakistan. Rata-rata nilai impor CPO Belanda sebesar 640.690.000 US\$ per tahun, sedikit di bawah Pakistan yang memiliki rata-rata nilai impor sebesar 658.716.000 US\$ per tahun. Rata-rata nilai impor CPO Cina sebesar 1.918.170.000 US\$ per tahun, sedangkan India sebesar 1.432.568.000 US\$ per tahun.

Belanda dapat melakukan ekspor CPO secara rutin dengan nilai terbesar ke tiga dunia karena melakukan re-ekspor (mengeksport kembali setelah mengimpor). Pada tahun 1999, Belanda mengimpor CPO senilai 349.952.000 US\$ dan mengeksport kembali senilai 265.129.000 US\$ atau sebesar 75,76% dari nilai impor pada tahun yang sama (Tabel 4.4). Rata-rata (re)-ekspor CPO Belanda adalah senilai 509.670.000 US\$ atau sebesar 72,10% per tahun terhadap nilai impornya.

dibandingkan dengan pangsa CPO dalam perdagangan dunia. RCA ekspor CPO Indonesia akan dibandingkan dengan RCA dari negara-negara pesaing di pasar dunia. Perkembangan nilai RCA komoditas CPO Indonesia dibandingkan dengan nilai RCA Malaysia, Belanda, dan Thailand disajikan pada Tabel 4.5.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari empat negara pengekspor CPO terbesar di dunia, hanya dua negara yaitu Malaysia dan Indonesia yang selalu memiliki nilai RCA lebih besar daripada 1 selama kurun waktu 1999–2008. Rata-rata nilai RCA Malaysia adalah sebesar 30,79 sedangkan rata-rata nilai RCA Indonesia adalah 19,49. Nilai RCA Malaysia selalu berada di atas nilai RCA Indonesia. Dua negara pengekspor terbesar lainnya yaitu Belanda dan Thailand, memiliki nilai RCA untuk komoditas CPO yang lebih kecil daripada 1. Rata-rata nilai RCA Belanda adalah 0,53 sedangkan rata-rata nilai RCA Thailand adalah 0,33.

Tabel 4.5. Perkembangan Nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) CPO Indonesia dan Tiga Negara Pesaing Tahun 1999-2008

Tahun	Nilai RCA			
	Malaysia	Indonesia	Belanda	Thailand
1999	36,69	15,16	0,54	0,08
2000	39,94	19,99	0,50	0,16
2001	42,42	22,86	0,44	0,53
2002	33,47	21,75	0,36	0,25
2003	31,49	20,30	0,43	0,34
2004	28,36	20,80	0,47	0,36
2005	28,79	21,73	0,50	0,23
2006	25,51	19,20	0,66	0,33
2007	23,41	17,68	0,67	0,50
2008	17,78	15,42	0,71	0,51
Rerata	30,79	19,49	0,53	0,33

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

Nilai RCA Indonesia dan Malaysia yang lebih besar daripada 1 menunjukkan bahwa daya saing dari negara yang bersangkutan untuk komoditas CPO di pasar dunia berada di atas rata-rata dunia. Nilai RCA yang lebih besar daripada satu mempunyai makna bahwa peranan relatif ekspor CPO dalam ekspor total Indonesia dan Malaysia lebih besar daripada peranan relatif ekspor komoditas CPO dalam ekspor total dunia. Sebaliknya untuk nilai RCA yang lebih kecil daripada 1, yaitu pada negara Belanda dan Thailand, memiliki arti bahwa daya saing negara yang bersangkutan untuk komoditas CPO lemah di pasar dunia. Peranan relatif ekspor CPO dalam ekspor total Belanda dan Thailand lebih kecil daripada peranan relatif ekspor komoditas CPO dalam ekspor total dunia.

4.1.6. Peluang dan Hambatan Pengembangan dan Prospek Industri CPO

Apabila dilihat dari kelimpahan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki saat ini, sebenarnya Indonesia memiliki peluang sangat besar untuk menjadi produsen CPO terbesar dunia, menggeser posisi Malaysia. Indonesia masih memiliki potensi lahan untuk pengembangan perkebunan kelapa sawit mencapai luasan lebih dari 9 juta hektar (Prasetyani, 2005). Sebaliknya Malaysia mulai kehabisan lahan untuk melakukan ekstensifikasi usaha sehingga satu-satunya cara untuk meningkatkan produksinya adalah dengan

intensifikasi atau melakukan ekspansi lahan ke luar Malaysia (dalam hal ini ke Indonesia).

Sementara itu kelimpahan jumlah sumberdaya manusia yang dimiliki Indonesia juga masih sanggup untuk dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja perkebunan kelapa sawit yang sangat besar. Di samping itu, Indonesia masih memiliki peluang untuk dapat meningkatkan produktivitas tanaman kelapa sawit dengan penggunaan bibit unggul dan pengelolaan produksi yang lebih profesional.

Kelebihan lain dari industri CPO Indonesia adalah biaya produksinya yang relatif lebih murah dibandingkan Malaysia. Menurut catatan GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia), pada 1998 biaya produksi CPO Indonesia berkisar antara US\$ 135,5 hingga US\$ 203 per ton, jauh di bawah biaya produksi Malaysia yang berkisar antara US\$ 206,5 hingga US\$ 243,5 per ton. Dengan pengelolaan yang lebih optimal, peluang Indonesia untuk dapat meningkatkan produksi baik melalui intensifikasi maupun perluasan luas lahan masih sangat besar.

Prospek pengembangan kelapa sawit juga relatif baik. Dari sisi permintaan, diperkirakan permintaan terhadap CPO dan berbagai produk kelapa sawit akan tetap tinggi di masa-masa mendatang. Hal ini disebabkan oleh preferensi konsumen yang lebih tinggi dibandingkan pada produk substitusinya, misalnya minyak kedelai,

minyak jagung, dan minyak bunga matahari.

Tingginya preferensi konsumen terhadap minyak kelapa sawit disebabkan oleh keunggulan minyak sawit dibandingkan dengan produk-produk substitusinya. Keunggulan minyak sawit tersebut antara lain adalah relatif lebih tahan lama disimpan, tahan terhadap tekanan dan suhu tinggi, tidak cepat bau, memiliki kandungan gizi yang relatif tinggi, serta bermanfaat sebagai bahan baku berbagai jenis industri. Saat ini, Malaysia telah berhasil mengembangkan produk turunan kelapa sawit menjadi sekitar 34 jenis turunan yang memperluas pangsa pasar minyak sawit di negara tersebut.

Keunggulan lain dari minyak sawit adalah pada produktivitas dan biaya produksi. Minyak sawit memiliki produktivitas yang relatif lebih tinggi dan biaya produksi yang relatif lebih rendah dibandingkan minyak nabati lain. Minyak sawit bisa mencapai produksi hingga 3,5 ton per hektar bahkan lebih, sedangkan biji kedelai hanya mencapai 0,4 ton per hektar, dan biji matahari 0,5 ton per hektar. *Oil World* menambahkan pula keunggulan minyak sawit dari sisi biaya produksi. Jika biaya produksi rata-rata minyak kedelai mencapai US\$ 300 per ton, maka minyak sawit hanya berbiaya US\$ 160 per ton. Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif lain, yaitu biaya tenaga kerja yang 55-60% lebih rendah dibandingkan biaya tenaga kerja Malaysia.

Berbagai peluang pengembangan industri kelapa sawit (CPO) Indonesia masih mengalami berbagai hambatan. Permasalahan tersebut antara lain rendahnya produktivitas tanaman, kurangnya dukungan riset (dan lembaga riset) yang memadai untuk pengembangan produksi maupun produk turunannya, kurangnya promosi di pasar internasional, standardisasi dan sertifikasi bibit yang belum sempurna, terbatasnya pabrik pengolahan CPO, serta kurang berkembangnya industri hilir.

Dari sisi pemerintah, selain belum memiliki program atau rencana pengembangan yang jelas dan terintegrasi di subsektor kelapa sawit, perannya

dalam hal riset, promosi, pemasaran maupun akses ke negara tujuan ekspor –sebagaimana dilakukan pemerintah Malaysia dengan sangat baik– masih dirasakan kurang memadai. Persoalan lain adalah kurang banyaknya pelabuhan ekspor, serta kurang memadainya sarana dan prasarana dari pelabuhan yang ada.

Dari sisi eksternal terdapat pula tidak sedikit hambatan yang harus dihadapi. Hambatan ini berupa peraturan perdagangan oleh importir CPO terbesar dunia (India, Eropa dan Cina) yang menyulitkan produsen, misalnya bea masuk yang tinggi dan pencantuman kandungan lemak jenuh dalam kemasan. Selain itu gencarnya promosi minyak kedelai dan minyak biji bunga matahari sebagai pengganti CPO di negara-negara maju dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap minyak sawit.

4.2 KARET

Karet mulai dikenal di Indonesia sejak zaman penjajahan Belanda yang semula ditanam di Kebun Raya Bogor sebagai tanaman koleksi baru. Perkebunan karet diperkenalkan dan dikembangkan di Indonesia pertama kali di daerah Pamanukan dan Ciasem, Jawa Barat oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda, setelah tembakau dan kopi sebagai komoditas andalan mengalami krisis. Jenis tanaman karet yang dibudidayakan waktu itu adalah karet "rambung" *Ficus elastica* pada tahun 1864, dan jenis *Havea brasiliensis* untuk budidaya di Sumatera Timur pada tahun 1902.

Perkebunan karet di Indonesia lebih berkembang setelah pemerintah Hindia Belanda membuka investasi asing dari Inggris, Belanda, Belgia, dan Amerika Serikat. Sistem perkebunan karet besar (modern) kemudian dibuka di daerah Indragiri pada tahun 1893, disusul oleh daerah-daerah lainnya (Anonim, 2004).

Karet secara umum dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu karet alam dan karet sintetis. Jumlah produksi dan konsumsi karet alam saat ini berada

jauh di bawah karet sintetis atau buatan pabrik, walaupun karet alam belum dapat tergantikan sepenuhnya oleh karet sintetis karena beberapa kelebihanannya sebagai berikut (Silalahi, 2008):

1. Memiliki daya elastis atau daya lenting yang sempurna.
2. Memiliki plastisitas yang baik sehingga mudah diolah.
3. Mempunyai daya aus yang tinggi.
4. Tidak mudah panas (*low heat build up*).
5. Memiliki daya tahan yang tinggi terhadap keretakan (*groove cracking resistance*).

Karet sintetis memiliki kelebihan bersifat tahan terhadap bahan kimia dan harganya cenderung stabil. Selain itu, jarang dijumpai kendala dalam jumlah ketersediaan dan pengiriman karet sintetis. Karet alam banyak digunakan dalam industri-industri barang. Barang yang dibuat dari karet alam antara lain aneka ban kendaraan (dari sepeda, motor, mobil, traktor, hingga pesawat terbang) sepatu karet, sabuk, penggerak mesin besar dan mesin kecil, pipa karet, kabel, isolator dan bahan-bahan pembungkus logam. Bahan baku karet banyak digunakan untuk membuat perlengkapan seperti sekat atau tahanan alat-alat penghubung dan penahan getaran, misalnya shockabsorbers. Karet juga bisa digunakan untuk tahanan dudukan mesin. Pemakaian lapisan karet pada pintu, kaca pintu, kaca mobil dan pada alat-alat lain membuat pintu terpasang kuat dan tahan getar serta tidak tembus air. Dalam pembuatan jembatan sebagai penahan getaran juga digunakan karet. Bahan karet yang diperkuat dengan benang-benang sehingga cukup kuat, elastis dan tidak menimbulkan suara yang berisik dapat dipakai sebagai tali kipas mesin. Sambungan pipa minyak, pipa air, pipa udara dan macam-macam oil seals banyak juga yang menggunakan bahan baku karet, walau kini ada yang menggunakan bahan plastik. Bagian-bagian ruang atau peralatan-peralatan yang terdapat dalam bangunan-bangunan besar banyak yang dibuat dari bahan karet, seperti alas lantai dari karet yang dapat dibentuk dengan bermacam-macam warna dan desain yang menarik. Alat-alat rumah tangga

dan kantor seperti kursi, lem, perekat barang, selang air, kasur busa serta peralatan menulis juga menggunakan karet sebagai bahan pembuatnya. Peralatan dan kendaraan perang juga banyak yang bagian-bagiannya dibuat dari karet, misalnya pesawat tempur, tank, panser berlapis baja, truk-truk besar, dan jeep. Sebagai pencegah lecet atau rusaknya kulit dan kuku ternak karena lantai semen yang keras, maka alas lantai yang dibuat dari karet banyak dipergunakan di peternakan-peternakan besar. Alas lantai dari karet ini mudah dibersihkan dan cukup meyehatkan bagi ternak seperti sapi dan kerbau. Jenis-jenis produk karet alam adalah sebagai berikut (Silalahi, 2008):

a. Bahan Olah Karet

1. Lateks kebun, adalah cairan getah yang didapatkan dari bidang sadap pohon karet.
2. *Sheet* angin, adalah bahan olah karet yang dibuat dari lateks yang sudah disaring dan digumpalkan dengan asam semut, berupa karet *sheet* yang sudah digiling tetapi belum jadi.
3. *Slab* tipis, adalah bahan olah karet yang terbuat dari lateks yang sudah digumpalkan dengan asam semut.
4. *Lump* segar, adalah bahan olah karet yang bukan berasal dari gumpalan lateks kebun yang terjadi secara alamiah dalam mangkuk penampung.

b. Karet Alam Konvensional

1. *Ribbed smoked sheet* (RSS), adalah jenis karet berupa lembaran *sheet* yang mendapat proses pengasapan dengan baik.
2. *White crepe* dan *pale crepe*, adalah *crepe* yang berwarna putih atau muda, ada yang tebal dan tipis.
3. *Estate brown crepe*, adalah *crepe* yang berwarna coklat (dinamakan demikian karena banyak dihasilkan oleh perkebunan besar atau *estate*).
4. *Compo crepe*, adalah jenis *crepe* yang dibuat dari bahan *lump*, *scrap* pohon, potongan-potongan sisa dari RSS atau *slab* basah.
5. *Thin brown crepe remills*, adalah *crepe*

- coklat yang tipis karena digiling ulang.
6. *Thick blanket crepes ambers*, adalah *crepe blanket* yang tebal dan berwarna coklat.
 7. *Flat bark crepe*, adalah karet tanah (*earth rubber*), yaitu jenis *crepe* yang dihasilkan dari *scrap* karet alam yang belum diolah, termasuk *scrap* tanah yang berwarna hitam.
 8. *Pure smoked blanket crepe*, adalah *crepe* yang diperoleh dari penggilingan karet asap yang khusus yang berasal dari RSS, termasuk juga *block sheet* atau *sheet* bongkah, atau sisa dari potongan RSS.
 9. *Off crepe*, adalah *crepe* yang tidak tergolong bentuk baku atau standar, biasanya tidak dibuat melalui proses pembentukan langsung dari bahan lateks yang masih segar.
- c. Lateks Pekat, adalah jenis karet yang berbentuk cairan pekat, tidak berbentuk lembaran atau padatan lainnya.
 - d. Karet Bongkah atau *Block Rubber*, adalah karet remah yang telah dikeringkan atau dikilang menjadi bendela-bandela dengan ukuran yang telah ditentukan.
 - e. Karet Spesifikasi Teknis atau *Crumb Rubber*, adalah karet alam yang dibuat khusus sehingga terjamin mutu teknisnya.
 - f. *Tyre Rubber*, adalah bentuk lain dari karet alam yang dihasilkan sebagai barang setengah jadi sehingga bisa langsung dipakai oleh konsumen, baik untuk pembuatan ban atau barang yang menggunakan bahan baku karet alam lainnya.
 - g. Karet reklamasi atau *reclaimed rubber*, adalah karet yang diolah kembali dari barang-barang karet bekas, dapat dikatakan pula sebagai suatu hasil pengolahan *scrap* yang sudah divulkanisir.

Karet sintetis sebagian besar dibuat dengan mengandalkan bahan baku minyak bumi. Karena memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh karet alam, maka dalam pembuatan beberapa jenis bahan banyak digunakan bahan baku karet sintetis. Jenis NBR yang memiliki ketahanan tinggi terhadap minyak biasa digunakan dalam pembuatan pipa karet untuk bensin dan minyak,

membran seal, gasket serta barang lain yang banyak dipakai untuk peralatan kendaraan bermotor atau industri gas. Jenis CR yang tahan terhadap nyala api banyak digunakan dalam pembuatan pipa karet, pembungkus kabel. Seal, gasket dan sabuk pengangkut. Perakad kadang-kadang dibuat dengan menggunakan jenis CR tertentu. Sifat kedap terhadap gas yang dimiliki oleh jenis IIR dapat dimanfaatkan untuk pembuatan ban kendaraan bermotor, juga pembalut kawat listrik, serta pelapis bagian dalam tangki penyimpan lemak atau minyak. Jenis EPR juga dapat dimanfaatkan untuk pembuatan kabel listrik. Sebenarnya manfaat karet bagi kehidupan manusia jauh lebih banyak daripada yang telah diuraikan di atas. Karet memiliki pengaruh besar terhadap bidang transportasi, komunikasi, industri, pendidikan, kesehatan, hiburan dan banyak bidang kehidupan lain yang vital bagi kehidupan manusia. Manfaat secara tak langsung pun banyak yang dapat diperoleh dari barang yang dibuat dari bahan karet. Jenis-jenis karet sintetis adalah sebagai berikut (Silalahi, 2008):

- a. Karet Sintetis untuk Kegunaan Umum
 1. SBR (*styrena butadiene rubber*), adalah jenis karet sintetis yang paling banyak digunakan, memiliki ketahanan kikis yang baik, dan panas yang ditimbulkan juga rendah.
 2. BR (*butadiene rubber*), bersifat lebih lemah, daya lekat lebih rendah, dan pengolahannya tergolong sulit.
 3. IR (*isoprene rubber*) atau *polyisoprene rubber*, bersifat mirip dengan karet alam karena juga merupakan polimer *isoprene*.
- b. Karet Sintetis untuk Kegunaan Khusus
 1. IIR (*isobutene isoprene rubber*), sering disebut *butyl rubber*, hanya mempunyai sedikit ikatan rangkap sehingga tahan terhadap pengaruh oksigen dan asap.
 2. NBR (*nytrile butadiene rubber*) atau *acrilonitrile butadiene rubber*, merupakan karet sintetis berkegunaan khusus yang paling sering digunakan, bersifat tahan terhadap minyak (tidak mengembang di dalam minyak).

3. CR (*chloroprene rubber*), memiliki ketahanan terhadap minyak tetapi di bawah kemampuan NBR, memiliki daya tahan terhadap pengaruh oksigen dan ozon, bahkan tahan terhadap panas dan nyala api.
4. EPR (*ethylene propylene rubber*), memiliki ketahanan terhadap sinar matahari, ozon, serta unsur cuaca lainnya, memiliki kelemahan pada daya lekatnya yang rendah.

4.2.1 Perkembangan Luas Lahan Karet

Karet merupakan komoditas ekspor yang mampu memberikan kontribusi cukup besar dalam devisa Indonesia. Ekspor Karet Indonesia selama puluhan tahun terus mengalami peningkatan; dari 1 juta ton pada tahun 1985 menjadi 1,3 juta ton pada tahun 1995 kemudian menjadi 1,9 juta ton pada tahun 2004. Pendapatan devisa dari komoditas karet pada tahun 2004 mencapai US\$ 2,25 miliar, yaitu sebesar 5% dari pendapatan devisa non-migas (Anwar, 2006).

Dari segi areal perkebunannya, Indonesia boleh berbangga diri karena memiliki hamparan kebun karet terluas di dunia. Menurut catatan Ditjen Perkebunan, Departemen Pertanian, sampai tahun 2008 lalu luas areal perkebunan karet Indonesia mencapai sekitar 3,47 juta hektar dengan total produksi karet alam sebanyak 2.921.872 ton. Pada tahun 2009 ini, luas areal perkebunan karet diperkirakan akan bertambah menjadi 3.524.583 hektar dengan produksi sebanyak 3.040.111 ton.

Sejumlah lokasi di Indonesia memiliki keadaan lahan yang cocok untuk pertanaman karet,

terutama di sebagian besar wilayah Sumatera dan Kalimantan. Luas area perkebunan karet tahun 2004 tercatat mencapai lebih dari 3,2 juta hektar yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sebesar 84,24% di antaranya merupakan perkebunan karet milik rakyat, 7,33% berupa perkebunan besar negara (BUMN), dan hanya 6,38% berupa perkebunan besar milik swasta. Tabel 4.6. menunjukkan perkembangan luas perkebunan karet Indonesia berdasarkan status kepemilikan, selama periode tahun 2004-2009.

Banyak perkebunan-perkebunan karet yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Perkebunan karet yang besar banyak diusahakan oleh pemerintah serta swasta, sedangkan perkebunan-perkebunan karet dalam skala kecil pada umumnya dimiliki oleh rakyat. Bila dikumpulkan secara keseluruhan, jumlah kebun karet rakyat di Indonesia sedemikian besar sehingga usaha tersebut cukup menentukan bagi perkaretan nasional.

Luas perkebunan karet Indonesia tiap tahunnya mengalami penambahan sebesar 1,04%. Pertambahan luas terbesar terjadi pada tahun 2007, yaitu menjadi 3,414 juta hektar atau meningkat sebesar 2,03% dari tahun 2006 yang seluas 3,346 juta hektar. Data GAPKINDO tahun 2010 pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2009 Indonesia memiliki luas perkebunan sebesar 3,435 juta hektar yang terdiri dari 2,921 juta hektar perkebunan rakyat (85,04%), 238.000 hektar perkebunan milik negara (6,93%), serta 275.000 hektar perkebunan milik swasta (8,01%). Jika pada tahun 2004 luas perkebunan karet milik negara masih di atas perkebunan milik swasta,

Tabel 4.6. Perkembangan Luas Perkebunan Karet di Indonesia Selama Periode 2004-2009 Berdasarkan Status Kepemilikan (000 hektar)

Kepemilikan	Tahun					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Karet Rakyat	2.748	2.767	2.833	2.899	2.910	2.921
BUMN	239	238	238	239	238	238
Swasta	208	275	275	276	275	275
Total	3.262	3.280	3.346	3.414	3.424	3.435

Sumber: *Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (Rubber Association of Indonesia), 2010*

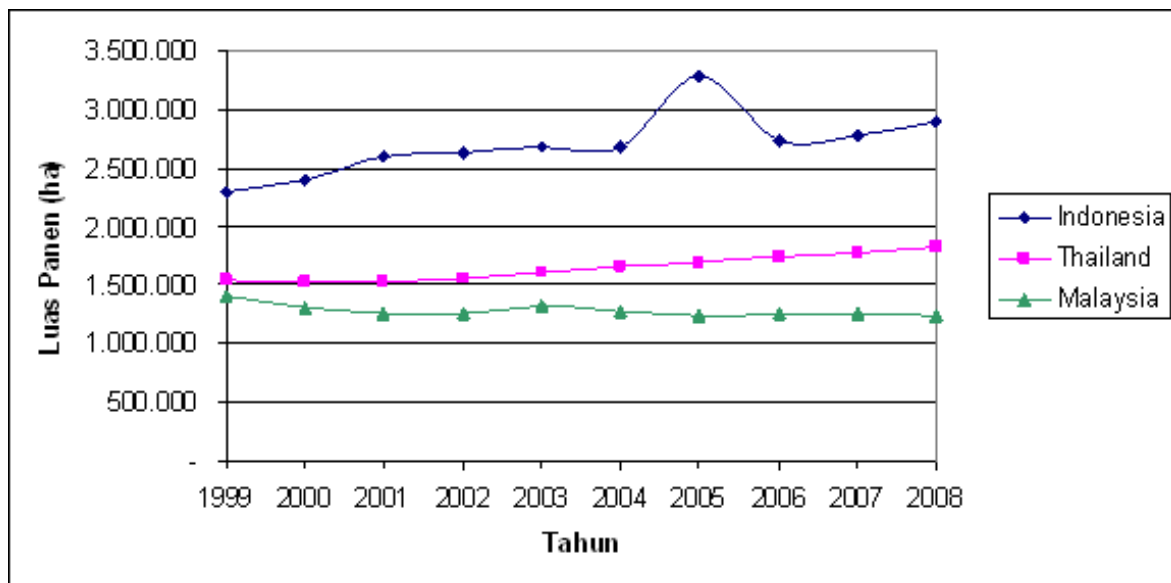
maka semenjak tahun 2005 hingga tahun 2009 telah berada di bawahnya. Luas perkebunan karet milik rakyat relatif meningkat dari tahun ke tahun, sedangkan perkebunan karet milik negara dan milik swasta relatif konstan dari tahun ke tahun (kecuali pada tahun 2005 untuk perkebunan milik swasta yang meningkat sebesar 32,21% dari tahun sebelumnya).

Negara pesaing Indonesia dalam ekspor komoditas karet adalah Thailand dan Malaysia. Jika dibandingkan antara ketiganya, luas perkebunan Indonesia adalah yang terbesar. Luas perkebunan karet Indonesia bahkan terluas di dunia. Perbandingan perkembangan luas panen karet antara Indonesia, Thailand, dan Malaysia pada periode 1999–2008 disajikan pada Gambar 4.5.

Melalui program revitalisasi perkebunan, pemerintah berupaya menyediakan bibit karet dari klon-klon unggul, melakukan perluasan areal tanam serta peremajaan tanaman karet yang sudah tua dan rusak. Program yang dimulai sejak 2006 tersebut, hingga tahun 2010 diharapkan dapat meremajakan kebun karet rakyat seluas 736.000 hektar.

4.2.2 Perkembangan Produksi Karet

Indonesia yang memiliki luas panen karet terbesar di dunia ternyata tidak menghasilkan karet (karet alam/*natural rubber*) yang juga terbesar. Produksi karet alam terbesar dimiliki oleh Thailand dengan luas panen yang berada di peringkat ke dua setelah Indonesia. Malaysia berada di posisi ke tiga dalam



Gambar 4.5. Perkembangan Luas Panen Karet (*Natural Rubber*)
Sumber: Analisis Data FAO, 2010

Indonesia berada pada posisi pertama di dunia dalam luas panen karet, diikuti oleh Thailand di posisi ke dua dan Malaysia di posisi ke tiga. Selama tahun pengamatan, rata-rata luas panen karet Indonesia mencapai 2,696 juta hektar per tahun, diikuti oleh Thailand dengan luas panen rata-rata 1,643 juta hektar per tahun, kemudian Malaysia dengan luas panen rata-rata 1,277 juta hektar per tahun.

produksi karet alamnya, sama dengan posisinya dalam hal luas panen. Saat ini Indonesia berada di peringkat kedua sebagai negara produsen karet alam terbesar di dunia. Peringkat pertama ditempati Thailand, sedangkan Malaysia di posisi ketiga.

Rata-rata produksi karet alam Thailand per tahun memenuhi pangsa sebesar 32,48% dari total

produksi dunia, sedangkan Indonesia rata-rata sebesar 23,74% per tahun, dan Malaysia sebesar 11,95% per tahun. Produksi karet alam Thailand yang terbesar, yaitu 3,167 juta ton, terjadi pada tahun 2008 (memenuhi pangsa produksi sebesar 29,96%). Produksi karet alam Indonesia terbesar terjadi pada tahun yang sama, yaitu sebesar 2,922 juta ton (pangsa produksi sebesar 27,65%) sedangkan Malaysia memiliki produksi karet alam terbesar, yaitu sebesar 1,284 juta ton (12,59%) pada tahun 2006. Jika dilihat dari pangsa produksinya terhadap total produksi karet alam dunia, maka nilai terbesar dimiliki oleh Thailand pada tahun 2003 yaitu sebesar 34,94%; Indonesia pada tahun 2008 (27,65%); dan Malaysia pada tahun 2000 (13,18%). Indonesia memiliki pangsa produksi terbesar pada saat produksinya juga terbesar (tahun 2008).

Produksi karet secara nasional pada tahun 2005 mencapai angka sekitar 2,2 juta ton. Jumlah ini masih akan bisa ditingkatkan lagi dengan memberdayakan lahan-lahan pertanian milik petani dan lahan kosong atau lahan tidak produktif yang sesuai untuk perkebunan karet. Dengan memperhatikan adanya peningkatan permintaan dunia terhadap komoditi karet ini di masa yang akan datang, maka upaya untuk meningkatkan pendapatan petani melalui perluasan tanaman karet dan peremajaan kebun bisa merupakan langkah yang efektif untuk dilaksanakan. Guna mendukung hal ini, perlu diadakan bantuan yang bisa memberikan modal bagi petani atau pekebun swasta untuk membiayai pembangunan kebun karet dan pemeliharaan tanaman secara intensif (Anwar, 2006).

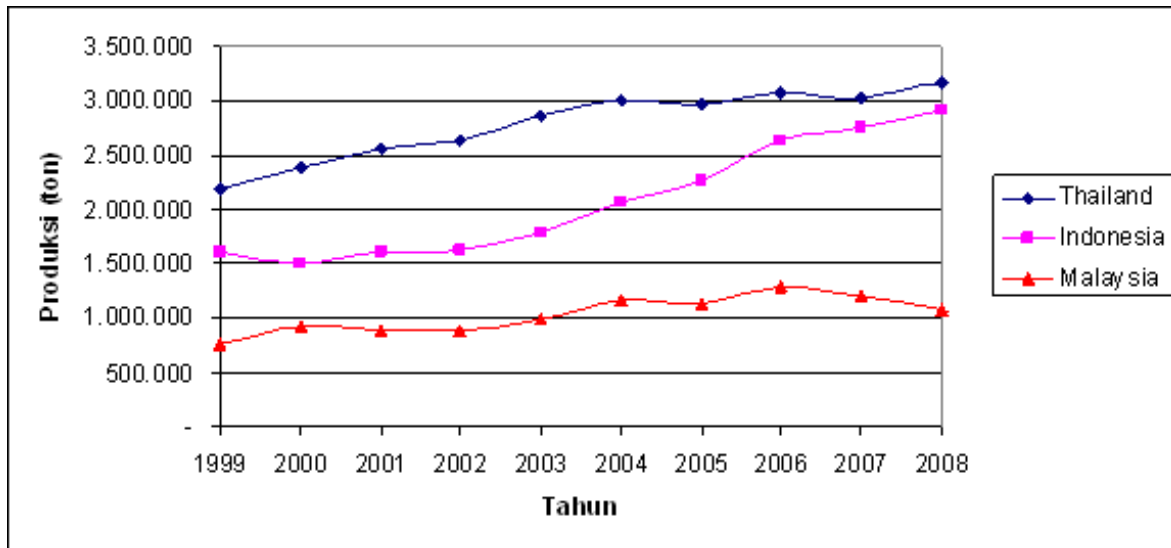
Perbandingan perkembangan produksi karet alam (*natural rubber*) antara Indonesia dengan Thailand dan Malaysia dapat dilihat pada Gambar 4.6. Pada gambar tersebut dapat terlihat bahwa meskipun produksi karet alam Indonesia berada di bawah produksi Thailand, namun peningkatannya signifikan besar. Nampak bahwa kesenjangan produksi antara kedua negara tersebut semakin mengecil dari tahun ke tahun. Jika dibandingkan antara Gambar 4.5. (perkembangan luas panen) dan Gambar 4.6. (perkembangan produksi), dapat diketahui bahwa peningkatan produksi karet alam Indonesia terjadi karena adanya peningkatan produktivitas, bukan semata-mata karena peningkatan luas panen. Perkembangan produksi karet di Indonesia dan negara pesaingnya dapat dilihat pada Gambar 4.6.

Produksi dan ekspor karet alam dunia sampai saat ini masih didominasi oleh tiga negara, yaitu Thailand, Indonesia dan Malaysia dengan proporsi masing-masing sebesar 33%, 25% dan 13% dari total produksi dunia. Sampai tahun 1990 Malaysia masih merupakan produsen karet alam terbesar dunia yang disusul dengan Thailand dan Indonesia. Thailand mengambil alih posisi tersebut yang diikuti oleh Indonesia dan Malaysia, setelah Malaysia yang secara tradisional merupakan produsen karet alam melakukan konversi ke tanaman yang lebih prospektif, utamanya kelapa sawit. Bila dibandingkan antara produksi karet Indonesia dengan Thailand dan Malaysia, dengan luas panen yang paling tinggi, produksi karet Indonesia berada di posisi kedua setelah Thailand. Perkembangan persentase produksi karet Indonesia, Thailand, dan Malaysia di dunia dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.7. Perkembangan Produksi Perkebunan Karet di Indonesia Selama Periode

Kepemilikan	Tahun					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Karet Rakyat	1.662	1.839	2.115	2.190	2.174	1.942
BUMN	196	210	250	277	277	239
Swasta	208	222	272	288	301	259
Total	2.066	2.271	2.637	3.755	2.752	3.440

Sumber: Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (Rubber Association of Indonesia), 2010



Gambar 4.6. Perkembangan Produksi Karet (*Natural Rubber*) Indonesia dan Pesaing Utama Tahun 1999-2008. Sumber: Analisis Data FAO, 2010

Tabel 4.8. Perkembangan Persentase Produksi Karet (*Natural Rubber*)

Tahun	Persentase Produksi (%)			
	Thailand	Indonesia	Malaysia	Dunia
1999	32,64	23,82	11,41	100
2000	33,78	21,33	13,18	100
2001	34,93	21,93	12,03	100
2002	34,68	21,48	11,73	100
2003	34,94	21,89	12,04	100
2004	32,86	22,57	12,77	100
2005	31,74	24,21	12,00	100
2006	30,13	25,87	12,59	100
2007	29,19	26,61	11,59	100
2008	29,96	27,65	10,15	100
Rata-rata	32,49	23,74	11,95	

Sumber: Analisis Data FAO, 2010

Namun, rasio antara volume produksi karet dengan luas areal perkebunan yang ada menunjukkan produktivitas yang masih rendah. Hal ini disebabkan sekitar 85% dari total perkebunan karet di Indonesia merupakan perkebunan rakyat. Menurut beberapa hasil penelitian, produktivitas perkebunan karet rakyat masih sangat rendah, yaitu sekitar 600-800 kg per hektar per tahun. Perkebunan rakyat umumnya belum menggunakan bibit karet dari klon-klon unggul, pemeliharaannya masih sederhana, serta banyak tanaman karet yang sudah tua dan rusak. Padahal, di Thailand dengan menggunakan bibit

karet dari klon unggul disertai pemeliharaan yang baik, produktivitasnya dapat mencapai 1.500-2.000 kg per hektar per tahun.

Total luas perkebunan karet Indonesia mencapai 3 juta hektar lebih, terluas di dunia, sayangnya lahan karet yang luas tidak diimbangi dengan pengelolaan yang memadai. Setelah ditanam, karet dibiarkan tumbuh begitu saja, perawatannya kurang diperhatikan. Tanaman karet tua jarang diremajakan dengan klon baru. Bahkan klon baru yang mampu menghasilkan produk lebih baik jarang mereka kenal. Akibatnya produktivitas

karet menjadi rendah. Bahkan produksi karet alam Indonesia per tahunnya berada di bawah Malaysia dan Thailand yang memiliki luas lahan jauh lebih sedikit. Pengolahan lateks menjadi bahan baku karet alam seperti *crepe*, *sheet*, lateks pusingan dan sebagainya juga masih diusahakan secara sangat sederhana, sehingga mutu karet yang dihasilkan menjadi memprihatinkan sehingga harga jual menjadi rendah dan tingkat kepercayaan konsumen atau pembeli karet juga menurun.

Luas lahan karet yang dimiliki Indonesia mencapai 2,7-3 juta hektar. Ini merupakan lahan karet yang terluas di dunia. Sayangnya perkebunan yang luas ini tidak diimbangi dengan produktivitas yang memuaskan. Produktivitas lahan karet di Indonesia rata-rata rendah dan mutu karet yang dihasilkan juga kurang memuaskan. Bahkan di pasaran Internasional karet Indonesia terkenal sebagai karet yang bermutu rendah. Peralatan yang dimiliki serta teknologi pengolahan yang diketahui masih sangat sederhana. Bokar atau bahan olah karet rakyat rata-rata memiliki mutu yang rendah. Mutu karet yang memenuhi standar dan memiliki harga jual yang tinggi serta mampu memenuhi keinginan pasar rata-rata dihasilkan oleh perkebunan besar milik pemerintah dan swasta. Sebaliknya Malaysia dan Thailand memiliki produktivitas karet yang baik dengan mutu yang terjaga, terutama karet produksi Thailand. Itulah sebabnya Malaysia dan Thailand masih menguasai pasaran karet internasional sementara Indonesia hanya menjadi bayang-bayang keduanya.

4.2.3. Konsumsi Karet

Karet (termasuk karet alam) merupakan kebutuhan yang vital bagi kehidupan manusia sehari-hari, terkait dengan mobilitas manusia dan barang yang memerlukan komponen yang terbuat dari karet, misalnya ban kendaraan, *conveyor belt*, sabuk transmisi, *dock fender*, sepatu dan sandal. Kebutuhan karet alam maupun karet sintetis terus meningkat sejalan dengan meningkatnya standar hidup manusia. Kebutuhan karet sintetis relatif lebih mudah dipenuhi karena sumber bahan baku

relatif tersedia walaupun harganya mahal. Walaupun demikian, karet alam tetapi diproduksi sebagai bahan baku berbagai industri.

Pertumbuhan ekonomi dunia yang pesat pada sepuluh tahun terakhir, terutama di Cina dan beberapa negara kawasan Asia Pasifik serta Amerika Latin yaitu India, Korea Selatan, dan Brazil, memberi dampak pertumbuhan permintaan karet alam yang cukup tinggi, walaupun pertumbuhan permintaan karet di negara-negara industri maju, yaitu Amerika Serikat, Eropa Barat, dan Jepang relatif statis. *International Rubber Study Group* (IRSG) memperkirakan bahwa akan terjadi kekurangan pasokan karet alam pada periode dua dekade ke depan. Hal ini menjadi kekuatiran pihak konsumen terutama pabrik-pabrik ban (Bridgestone, Goodyear dan Michellin). Berdasarkan hal tersebut, IRSG membentuk *Task Force Rubber Eco Project* (REP) pada tahun 2004 untuk melakukan studi tentang permintaan dan penawaran karet sampai dengan tahun 2035.

Hasil studi REP menyatakan bahwa permintaan karet alam dan sintetis dunia pada tahun 2035 adalah sebesar 31,3 juta ton untuk industri ban dan non ban, dan 15 juta ton di antaranya adalah karet alam. Studi ini memperkirakan produksi karet alam dunia pada tahun 2005 sebesar 8,5 juta ton. Dari nilai tersebut diproyeksikan pertumbuhan produksi Indonesia akan mencapai 3% per tahun, sedangkan Thailand hanya 1% dan Malaysia -2%. Pertumbuhan produksi untuk Indonesia dapat dicapai melalui peremajaan atau penanaman baru karet yang cukup besar, dengan perkiraan produksi pada tahun 2020 sebesar 3,5 juta ton dan tahun 2035 sebesar 5,1 juta ton.

Sejak pertengahan tahun 2002 harga karet mendekati harga US\$ 1,00/kg, dan sampai sekarang ini telah mencapai US\$ 1,90/kg untuk harga SIR 20 di SICOM Singapura. Diperkirakan harga jangka panjang sampai dengan tahun 2020 akan tetap stabil pada US\$ 2,00 sejak tahun 2007. Perkiraan ini didasarkan pada permintaan yang terus meningkat terutama dari Cina, India, Brazil dan negara-negara yang mempunyai pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Asia Pasifik (Anwar, 2006).

Berdasarkan data Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (GAPKINDO) pada tahun 2010, ekspor produk karet Indonesia di pasar Amerika Serikat mengalami pertumbuhan rata-rata 18,4% per tahun selama periode 2004-2008. Pangsa Indonesia di pasar impor ini mengalami peningkatan dari 7,4% pada tahun 2004 menjadi 9,8% pada tahun 2008. Di pasar Jepang, produk karet Indonesia menempati peringkat ke-2 dengan pangsa sebesar 26,7% pada tahun 2008. Thailand sebagai pesaing utama Indonesia di pasar Jepang menguasai pasar sebesar 29,1%. Di pasar Cina, produk karet Indonesia masih kalah bersaing dengan produk karet asal Thailand dan Malaysia. Sementara di pasar impor Singapura, produk karet Indonesia menguasai pangsa 14,1% setelah Malaysia dengan

pangsa pasar 15,5%. Permintaan karet alam dunia diperkirakan pada tahun 2011 akan meningkat sebesar 4,6% atau mencapai 11,2 juta ton. Konsumsi Negara-negara menurut regional ditampilkan pada Tabel 4.9.

Produksi karet alam global diramalkan meningkat 5,3% mencapai 10,2 juta ton pada 2010 (diramalkan berdasar data yang ada hingga September 2010). Sementara produksi 2011 diramalkan meningkat 7,4% mencapai 11 juta ton. Produksi dan prediksi produksi karet di beberapa negara menurut regional dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Dengan ramalan pertumbuhan produksi 7,4%, pada 2011 dibandingkan dengan pertumbuhan

Tabel 4.9. Konsumsi dan Prediksi Konsumsi Karet Negara-negara Menurut Regional Tahun 2009-2011

No	Negara Konsumen	Tahun		
		2009	2010	2011
1	Amerika Utara	790	1.047	1.046
	a. Amerika Serikat	687	906	907
	b. Kanada	102	141	138
2	Eropa	1.000	1.341	1.377
	a. Jerman	171	282	248
	b. Perancis	109	147	144
	c. Inggris	43	51	69
	d. Italia	90	113	120
	e. Spanyol	124	171	170
	f. Rusia	25	47	52
	g. Negara Eropa lainnya	439	530	575
3	Asia	6.871	7.460	7.921
	a. Jepang	636	761	806
	b. Cina	3.384	3.604	3.895
	c. Taiwan	90	113	127
	d. Korea	330	381	379
	e. Indonesia	330	404	413
	f. Malaysia	470	470	480
	g. Thailand	399	420	444
	h. India	905	960	1.036
	i. Negara Asia lain	327	347	336
4	Timur Tengah	66	57	61
5	Afrika	100	114	116
6	Amerika Latin	482	615	600
7	Oceania	19	12	15
8	Dunia	9.277	10.664	11.151
	% Perubahan	-9,1	15,0	4,6

Sumber: GAPKINDO, 2011

Tabel 4.10. Produksi dan Prediksi Produksi Karet Negara-negara Menurut

No	Negara Produsen	Tahun		
		2009	2010	2011
1	Asia	9.056	9.632	10.345
	Thailand	3.164	3.245	3.467
	Indonesia	2.440	2.703	2.940
	Malaysia	856	970	1.099
	India	821	853	893
	Cina	644	651	678
	Vietnam	724	770	780
	Sri Lanka	137	143	149
	Filipina	98	102	107
	Kamboja	34	45	53
	Myanmar	112	121	141
	Negara Asia Lain	27	30	38
2	Afrika	425	449	471
	Pantai Gading	206	220	238
	Liberia	59	66	66
	Nigeria	45	45	45
	Kamerun	59	60	61
	Negara Afrika Lain	55	58	61
3	Amerika Latin	251	264	281
	Brazil	127	133	143
	Guatemala	80	85	90
	Amerika Latin Lain	43	45	47
4	Dunia	9.702	10.219	10.970
	% Perubahan	-4,2	5,3	7,4

Sumber: GAPKINDO, 2011

konsumsi 4,6% pada 2010 yang terdapat defisit -446.000 ton, maka terdapat defisit -180.000 ton pada 2011. (Tabel 4.11).

terdiri atas karet olahan berupa smokesheet, SIR 10 dan SIR 20. Penggunaan karet olahan sebagian besar ditujukan untuk industri ban dan komponen-

Tabel 4.11. Keseimbangan Penawaran Permintaan Dunia (000 ton)

Kriteria	2010	2011	% Perubahan
NR Production	10.219	10.970	7,4
NR Consumption	10.664	11.151	4,6
NR Balance	-446	-180	

Sumber: GAPKINDO, 2011

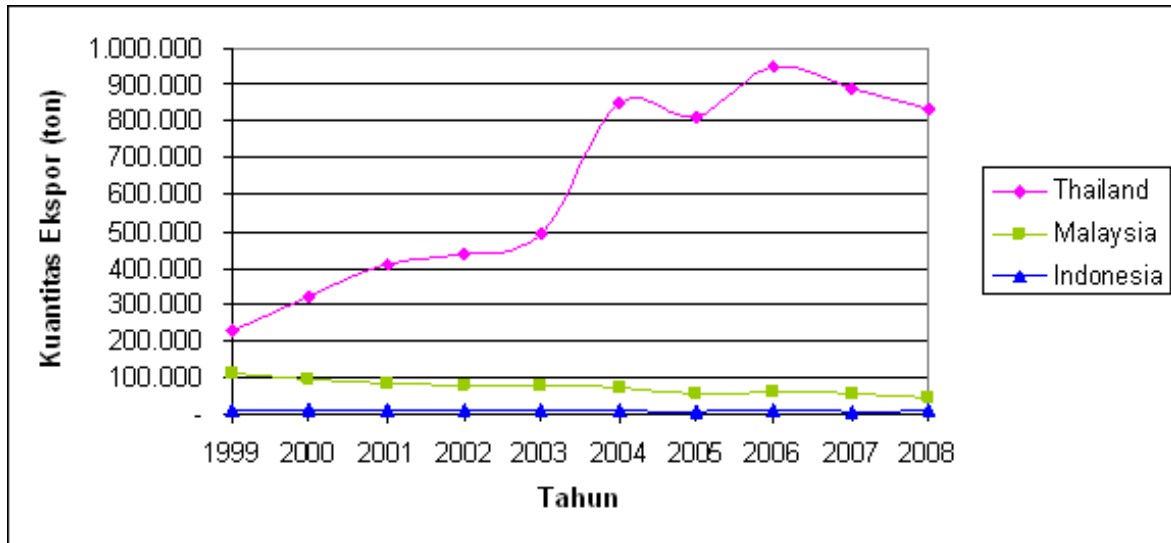
4.2.4. Perkembangan Ekspor Karet

Dalam ekspor karet berbentuk *natural rubber*, Indonesia berada di peringkat 9 dunia. Posisi pertama dan kedua masih ditempati oleh Thailand dan Malaysia, setelah itu disusul oleh Belgia, Belanda, Guatemala, India, dan Kamerun. Produk karet alam Indonesia yang diekspor terutama

komponennya (72%), dengan negara importir utama adalah Amerika Serikat (25%), Jepang (14%), China (9%), Korea Selatan (6%) dan Jerman (5%) (Wahyudi *et al.*, 2001a). Dalam tahun 1997 stok karet alam dunia diperkirakan mencapai lebih dari dua juta ton, di mana sekitar 35% dikuasai oleh negara-negara konsumen (Dradjat dan Nancy, 2000a). Perkembangan kuantitas ekspor

natural rubber Indonesia, Thailand, dan Malaysia dapat dilihat pada Gambar 4.7.

Singapura dan Belgia. Volume dan nilai ekspor smokesheet Indonesia selama 1995-2002



Gambar 4.7. Kuantitas Ekspor Natural Rubber Indonesia, Thailand, dan Malaysia

Pasar utama ekspor karet dan barang dari karet asal Indonesia, adalah ke negara tujuan AS, Jepang, RRT, Singapura, Korsel, Jerman, Brasil, Kanada, Perancis, dan Spanyol. Sepuluh negara ini mengimpor lebih dari 75% karet dan produk karet Indonesia, dengan pertumbuhan 29,9% per tahun.

Di pasar AS, ekspor produk karet Indonesia bertumbuh rata-rata 18,4% per tahun, selama tahun 2004-2008 dengan pangsa pasar 9,8% selama tahun 2008. Pangsa Indonesia di pasar impor produk karet mengalami peningkatan dari 7,4% tahun 2004 menjadi 9,8% tahun 2008. Di pasar Jepang, produk karet Indonesia menempati peringkat ke-2 dengan pangsa 26,7% selama tahun 2008. Thailand sebagai pesaing utama Indonesia di pasar impor produk karet Jepang menguasai 29,1% pangsa pasar Jepang. Di pasar RRT, daya saing produk karet Indonesia lebih rendah dari produk karet asal Thailand dan Malaysia. Sementara di pasar impor Singapura, produk karet Indonesia menguasai pangsa 14,1% setelah Malaysia dengan pangsa pasar 15,5%.

Ada tujuh negara yang menjadi tujuan utama ekspor smokesheet Indonesia, yaitu Amerika Serikat, China, Jepang, Federasi Rusia, Jerman,

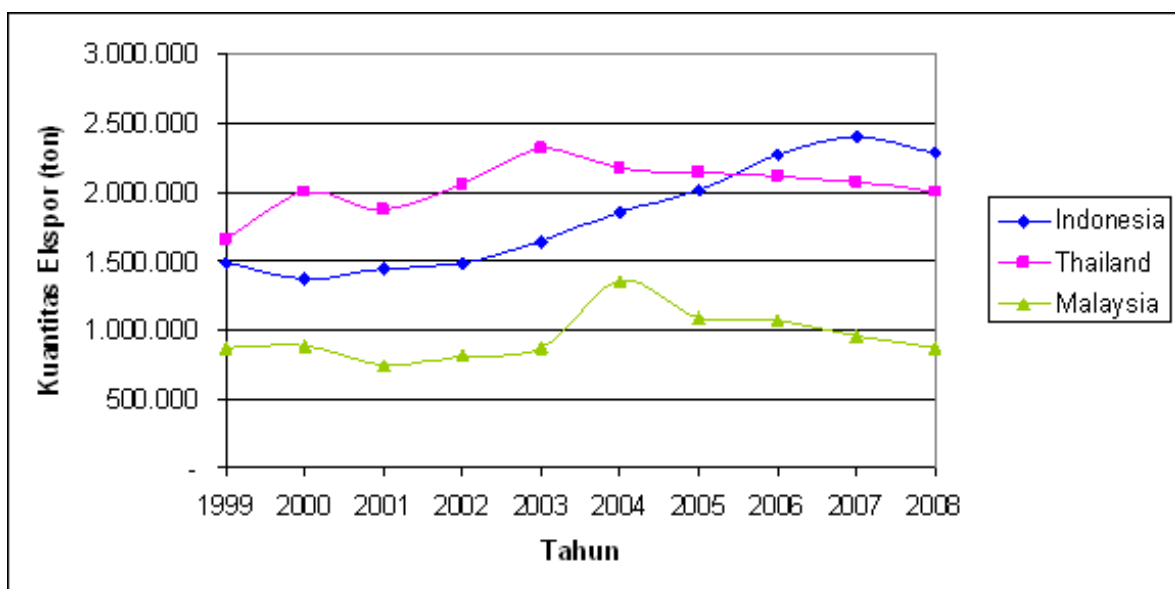
menunjukkan penurunan dengan laju 1,6% dan 8,3%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor komoditas ini mencapai US \$ 93,6 juta, tetapi tahun 2002 menurun menjadi US \$ 31,9 juta. Ekspor SIR 10 Indonesia sebagian besar ditujukan ke tujuh negara, yaitu Amerika Serikat, Luxemburg, China, Belgia, Brazil, Jerman dan Singapura. Selama 1995-2002 volume dan nilai ekspor SIR 10 menunjukkan penurunan dengan laju 3,5% dan 10,7%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor *sheet* mencapai US \$ 119,7 juta, dan tahun 2002 menurun drastis menjadi US \$ 42,9 juta.

Ekspor SIR 20 Indonesia sebagian besar ditujukan ke tujuh negara, yaitu Amerika Serikat, Jepang, China, Singapura, Korea Selatan, Jerman dan Kanada. Selama 1995-2002 nilai ekspor SIR 20 menunjukkan penurunan dengan laju 6,4%, sementara volume ekspor meningkat dengan laju 3,3%. Dalam tahun 1995 nilai ekspor SIR 20 Indonesia sebesar US \$ 1.595,5 juta, dan angka ini menurun menjadi US \$ 879,3 juta pada tahun 2002. Dari ulasan di atas terlihat bahwa selama 1995-2002 harga ekspor karetalam Indonesia di pasar dunia mengalami penurunan. Penurunan ini terjadi akibat kelebihan pasokan, pada tingkat permintaan dunia yang relatif stabil. Namun

tingkat harga ini diperkirakan akan kembali meningkat, setelah mengalami shock pada bulan September 1999 (Dradjat dan Nancy, 2000b). Meskipun demikian, penurunan harga ini telah mendorong produsen karet alam dunia untuk melakukan kesepakatan pengendalian produksi (Wahyudi *et al.*, 2001).

Berbeda dengan *natural rubber*, produksi *rubber natural dry* Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan melampaui produksi *rubber natural dry* Thailand pada tahun 2006. Perkembangan ekspor *rubber natural dry* Indonesia, Thailand, dan Malaysia dapat dilihat pada Gambar 4.8.

Pada Tabel 4.12. dapat diketahui bahwa daya saing natural rubber Indonesia tergolong rendah dibandingkan natural rubber Thailand dan Malaysia. Harga karet alam yang membaik saat ini harus dijadikan momentum yang mampu mendorong percepatan pembenahan dan peremajaan karet yang kurang produktif dengan menggunakan klon-klon unggul dan perbaikan teknologi budidaya lainnya. Pemerintah telah menetapkan sasaran pengembangan produksi karet alam Indonesia sebesar 3-4 juta ton/tahun pada tahun 2025. Sasaran produksi tersebut hanya dapat dicapai apabila minimal 85% areal kebun 5 karet (rakyat) yang saat ini kurang produktif berhasil diremajakan dengan menggunakan klon karet unggul.



Gambar 4.8. Kuantitas Ekspor *Rubber Natural Dry* Indonesia, Thailand, dan Malaysia

4.2.5. Revealed Comparative Advantage (RCA) Karet

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu indikator daya saing suatu komoditas di pasar dunia. Dalam penelitian ini RCA digunakan untuk mengevaluasi peranan komoditas CPO dalam ekspor pertanian Indonesia dibandingkan dengan pangsa CPO dalam perdagangan dunia. RCA ekspor CPO Indonesia akan dibandingkan dengan RCA dari negara-negara pesaing di pasar dunia. Nilai RCA *natural rubber* di tiga negara penghasil karet dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Kegiatan pemuliaan karet di Indonesia telah banyak menghasilkan klon-klon karet unggul sebagai penghasil lateks dan penghasil kayu. Pada Lokakarya Nasional Pemuliaan Tanaman Karet 2005, telah direkomendasikan klon-klon unggul baru generasi-4 untuk periode tahun 2006-2010, yaitu klon: IRR 5, IRR 32, IRR 39, IRR 42, IRR 104, IRR 112, dan IRR 118. Klon IRR 42 dan IRR 112 akan diajukan pelepasannya sedangkan klon IRR lainnya sudah dilepas secara resmi. Klon-klon tersebut menunjukkan produktivitas dan kinerja yang baik pada berbagai lokasi, tetapi memiliki variasi karakter agronomi dan sifat-sifat sekunder lainnya.

Tabel 4.12. Nilai RCA *Natural Rubber* Indonesia, Thailand, dan Malaysia

Tahun	Nilai RCA		
	Thailand	Malaysia	Indonesia
1999	26,80	14,72	2,11
2000	30,32	14,10	1,37
2001	34,18	12,13	1,59
2002	34,82	8,97	0,85
2003	34,45	6,63	1,02
2004	36,28	6,25	0,88
2005	38,20	5,44	0,28
2006	34,78	4,42	0,39
2007	32,32	3,41	0,27
2008	30,15	2,69	0,27
Rerata	33,23	7,88	0,90

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

Oleh karena itu, pengguna harus memilih dengan cermat klon-klon yang sesuai agroekologi wilayah pengembangan dan jenis-jenis produk karet yang akan dihasilkan.

Klon-klon lama yang sudah dilepas, yaitu GT 1, AVROS 2037, PR 255, PR 261, PR 300, PR 303, RRIM 600, RRIM 712, BPM 1, BPM 24, BPM 107, BPM 109, PB 260, RRIC 100 masih memungkinkan untuk dikembangkan, tetapi harus dilakukan secara hati-hati baik dalam penempatan lokasi maupun sistem pengelolannya. Klon GT 1 dan RRIM 600 di berbagai lokasi dilaporkan mengalami gangguan penyakit daun *Colletotrichum* dan *Corynespora*, sedangkan klon BPM 1, PR 255, PR 261 memiliki masalah dengan mutu lateks sehingga pemanfaatan lateksnya terbatas hanya cocok untuk jenis produk karet tertentu. Klon PB 260 sangat peka terhadap kekeringan alur sadap dan gangguan angin dan kemarau panjang, karena itu pengelolannya harus dilakukan secara tepat. Sementara di dalam negeri sendiri, Indonesia belum mampu memanfaatkan produk karet alam secara optimal. Dari sekitar 2,9 juta ton produk karet nasional, sebanyak 85% diekspor dalam bentuk bahan baku (*crumb rubber*, *sheet*, lateks, dan sebagainya). Hanya sekitar 15% atau 435.000 ton produk karet alam yang diserap oleh industri rekayasa di dalam negeri.

Berbeda dengan *natural dry*, Indonesia memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan Thai-

land dan Malaysia untuk *rubber natural dry* seperti yang ditampilkan pada Tabel 4.13.

Di Indonesia, tingginya curah hujan dikhawatirkan akan merusak kebun karet, dan ini bisa mempengaruhi pasokan karet di pasar dalam negeri. Tanaman karet memerlukan curah hujan optimal antara 2.500 mm sampai 4.000 mm/tahun, dengan hari hujan berkisar antara 100 s.d. 150 HH/tahun. Namun demikian, jika sering hujan pada pagi hari, produksi akan berkurang. Selain faktor cuaca, melonjaknya harga karet dunia juga dipicu oleh peningkatan permintaan di tengah pulihnya perekonomian Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang. Selain itu, pertumbuhan perekonomian China dan India juga terus meningkatkan permintaan karet dari kedua negara tersebut. Pemicu lain kenaikan harga karet alam tersebut adalah melonjaknya permintaan karet untuk industri ban. Industri otomotif yang menggeliat membuat permintaan ban juga turut naik. Perkembangan nilai ekspor karet dapat dilihat pada Gambar 4.9.

Upaya peningkatan produksi tersebut tentu membutuhkan rangsangan harga produk karet yang menguntungkan. Seperti yang terjadi pada pertengahan tahun 2006, karet alam dunia mencapai harga US\$2,5 per kg. Harga tersebut sangat menggairahkan petani dan pelaku usaha karet lainnya. Lebih fenomenal lagi pada pertengahan tahun 2008, harga karet dunia mencapai US\$3,4

Tabel 4.13. Nilai RCA Rubber Natural Dry Indonesia, Thailand, dan Malaysia

Tahun	Nilai RCA		
	Thailand	Indonesia	Malaysia
1999	19,63	23,27	10,43
2000	21,42	21,63	12,28
2001	20,97	26,22	11,37
2002	20,54	19,63	9,31
2003	20,56	19,94	8,29
2004	18,29	18,71	9,34
2005	19,64	19,27	10,88
2006	16,55	17,91	9,74
2007	17,62	15,90	8,18
2008	15,04	14,49	6,18
Rerata	19,03	19,70	9,60

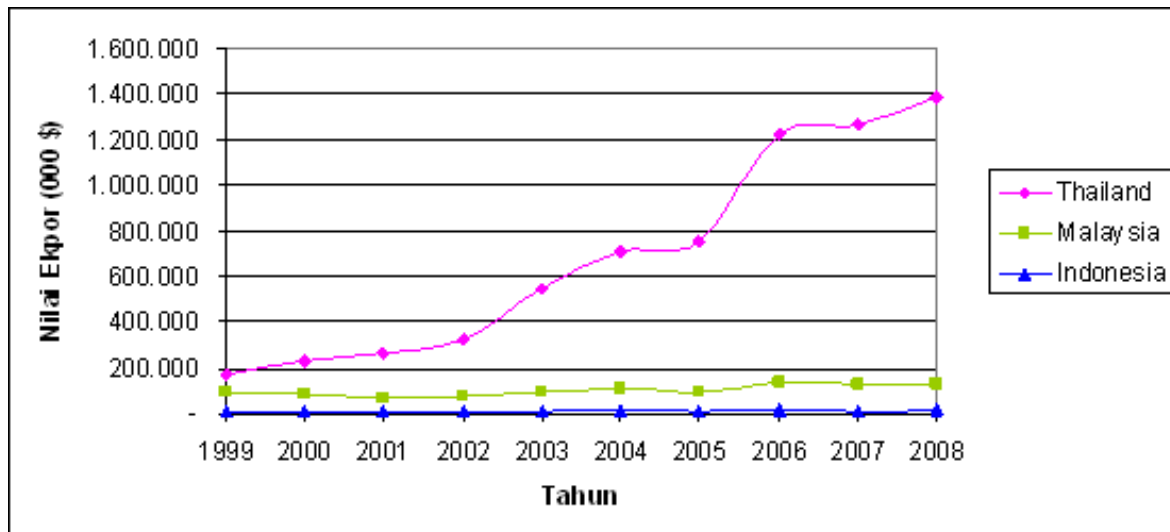
Sumber : Analisis Data FAO, 2010

per kg. Ini merupakan harga karet alam tertinggi selama 50 tahun terakhir.

Sayangnya, harga tinggi tersebut tidak berlangsung lama. Pada akhir tahun 2008, harga karet alam di pasar global anjlok hingga ke level terendah senilai US\$1,2 per kg. Hal ini disebabkan

dampak lebih jauhnya terjadi penurunan permintaan terhadap bahan baku karet alam. Nilai ekspor karet dapat dilihat pada Gambar 4.10.

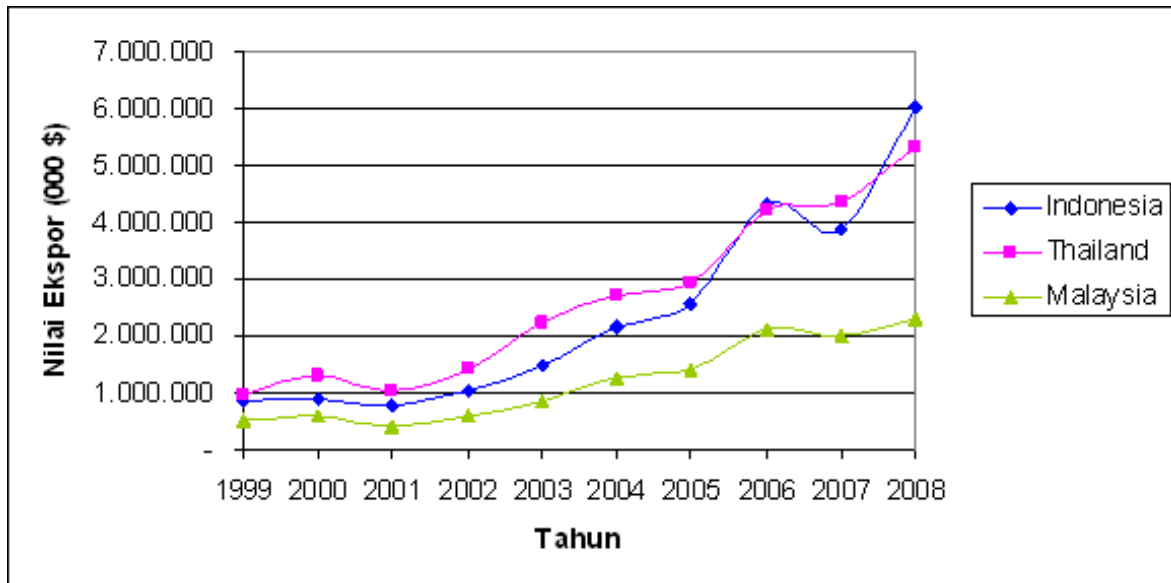
Selain itu, penguatan mata uang di sejumlah negara produsen, seperti baht Thailand, ringgit Malaysia, dan rupiah Indonesia berpotensi



Gambar 4.9. Perkembangan Nilai Ekspor Karet (Natural Rubber)

turunnya harga minyak mentah dunia serta terjadinya krisis finansial di Amerika Serikat. Padahal, selama ini Amerika Serikat merupakan importir karet alam terbesar dunia bersama China dan Jepang. Akibat krisis keuangan tersebut, beberapa industri kendaraan mengalami gulung tikar sehingga permintaan ban berkurang dan

mendongkrak harga karet alam dunia. Selama pasokan dari negara-negara produsen berkurang, maka harga karet di pasar internasional hingga akhir tahun akan tetap tinggi. Sementara itu, dua di antara tiga negara penghasil karet alam terbesar, yaitu Malaysia dan Thailand, dengan kekuatan ekonominya yang berkembang cepat,



Gambar 4.10. Perkembangan Nilai Ekspor Karet (*Rubber Natural Dry*)

mungkin menjadi generasi baru dari *Newly Industrialized Countries* (NICs), sehingga kedua negara tersebut akan meninggalkan agrobisnis karet. Momentum tersebut dapat dimanfaatkan Indonesia untuk mengisi kekurangan pasok karet bagi kebutuhan dunia. Pemerintah Indonesia sendiri telah menetapkan sasaran peningkatan produksi karet alam Indonesia sebesar 3-4 juta ton/tahun pada tahun 2020.

Dengan memperhatikan masih akan adanya peningkatan permintaan dunia terhadap komoditi karet ini di masa yang akan datang, maka upaya untuk meningkatkan pendapatan petani melalui perluasan tanaman karet dan peremajaan kebun bisa merupakan langkah yang efektif untuk dilaksanakan. Guna mendukung hal ini, perlu diadakan bantuan yang bisa memberikan modal bagi petani untuk membiayai pembangunan kebun karet dan pemeliharaan tanaman secara intensif.

Salah satu fasilitas permodalan yang bisa diberikan kepada petani oleh Bank dengan bunga murah adalah KKPA. Agar petani bisa mendapatkan ini, petani harus menjadi anggota Koperasi dan didalam melaksanakan usaha perkebunan karet dilakukan bersama-sama akan membangun kebun karet. Keberhasilan usaha tani perkebunan karet ini hanya bisa dicapai apabila dalam proses

produksi dan pengelolaan pasca panen sampai ke pemasaran hasilnya telah mendapatkan kepastian kelancarannya.

Pemberian kredit kepada petani untuk pembangunan kebun karet, hanya akan bisa berhasil apabila didampingi dengan adanya bantuan bagi petani yang memberikan pembinaan budidaya serta pengelolaan usahanya, dan bantuan terhadap kepastian penanganan pasca panen dan pemasaran karet yang diusahakan oleh petani merupakan kondisi yang diperlukan oleh pihak Bank dalam memberikan KKPA. Untuk mencapai kondisi itu, para petani bisa bekerja sama dan menjalin hubungan kemitraan dengan suatu Pengusaha yang memiliki peranan dalam penanganan usaha dan pemasaran coklat. Apabila kemitraan ini untuk pelaksanaannya melibatkan partisipasi pihak Bank pemberi kredit, jalinan kemitraan ini akan menjadi pola kemitraan terpadu (PKT). Model kelayakan usaha yang memperhatikan kondisi tersebut diatas, diberikan berikut ini untuk usaha perkebunan karet dengan didalamnya menyertakan bahasan yang menyangkut kepastian adanya pembinaan terhadap petani untuk proses produksi dan penanganan pasca panennya, serta kepastian pemasarannya.

4.2.6. Peluang Pengembangan dan Prospek Industri Karet

Perdagangan karet alam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan. Ini antara lain dikarenakan munculnya saingan karet alam, yaitu karet sintetis. Sejak PD II penelitian mengenai karet sintetis dilakukan secara intensif oleh beberapa Negara maju. Selanjutnya karet buatan yang bahan bakunya dari lapisan minyak bumi ini diproduksi secara besar-besaran. Lambat laun permintaan terhadap karet sintetis meningkat pesat sehingga mengurangi permintaan karet alam. Jenis-jenis karet sintetis yang banyak dibuat diantaranya SBR (*styrene butadiene*), BR (*cis-poli butadien*), dan IR (*cis-poliisopren*). Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk membantu meningkatkan daya saing karet alam terhadap karet sintetis adalah:

1. Peningkatan produksi karet per satuan luas.
2. Penurunan biaya produksi.
3. Peningkatan mutu dan penyajian.
4. Pengembangan kegunaan.
5. Langkah-langkah promosi yang tepat.

Pengembangan agribisnis karet di Indonesia perlu dilakukan dengan cermat dengan melalui perencanaan dan persiapan yang matang, antara lain dengan penyediaan kredit peremajaan yang layak untuk karet rakyat, penyediaan bahan tanam karet klon unggul dengan persiapan 1-1,5 tahun sebelumnya, pola kemitraan peremajaan, aspek produksi, pengolahan dan pemasaran dengan perkebunan besar negara/swasta. Pada tingkat kebijakan nasional perlu adanya lembaga (dewan komoditas/karet) yang membantu pengembangan industri karet di Indonesia dalam semua aspek, mulai dari produksi, pengolahan bahan baku, industri produk karet, serta pemasaran karet dan produk karet. Pada tingkat implementasi perlu organisasi pelaksana yang kompeten dan aturan main yang jelas, dalam hal ini tentunya juga terkait dengan adanya otonomi daerah dan perlunya partisipasi/komitmen yang kuat dari petani/pekebun karet.

Menurut pengolahannya bahan olah karet dibagi menjadi 4 macam :

1. Lateks kebun adalah cairan getah yang didapat dari bidang sadap pohon karet. Cairan getah ini belum mengalami penggumpalan entah itu dengan tambahan atau tanpa bahan pematang (zat antikoagulan).
2. *Sheet* angin adalah bahan olah karet yang dibuat dari lateks yang sudah disaring dan digumpalkan dengan asam semut, berupa karet sheet yang sudah digiling tetapi belum jadi.
3. *Slab* tipis adalah bahan olah karet yang terbuat dari lateks yang sudah digumpalkan dengan asam semut.
4. *Lump* segar adalah bahan olah karet yang bukan berasal dari gumpalan lateks kebun yang terjadi secara alamiah dalam mangkuk penampung.

Dari 435.000 ton produk karet tersebut, sebagian besar (55%) diserap oleh industri ban kendaraan bermotor. Selebihnya diserap oleh industri sarung tangan karet, benang dan kondom (17%), alas kaki (11%), vulkanisir (11%), dan barang-barang karet lainnya (9%). Dengan kondisi industri otomotif dunia yang kurang kondusif, maka bukan mustahil eksistensi industri ban nasional turut terancam pula.

Kondisi tersebut merupakan prospek dan peluang bagi para investor untuk melakukan investasi dan bisnis di ranah perkaretan Indonesia. Pemerintah perlu memberikan dukungan kebijakan yang kondusif agar eksistensi agribisnis dan industri perkaretan nasional tetap dapat bersaing di pasar global. Selain upaya meningkatkan produksi dan kualitas produk karet, juga perlu dipacu upaya peningkatan daya serap bahan baku karet oleh industri di dalam negeri sendiri.

4.3. KAKAO

Kakao (*Theobroma cocoa*) merupakan salah satu komoditas utama di kancah perdagangan Internasional. Produksi Kakao dunia tahun 2001 sebesar 2,9 juta ton meningkat menjadi lebih dari 3,7 juta ton di tahun 2008 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,2% per tahun. Permintaan

dunia akan kakao juga semakin meningkat tiap tahunnya. Tiga besar Negara penghasil kakao dunia adalah Pantai Gading, Ghana, dan Indonesia dengan produksi tiap tahun masing –masing sekitar 1.328.000 ton, 594.000 ton, dan 562.395 ton. Kakao biasa dikonsumsi dalam bentuk permen coklat, sebagai pelapis makanan seperti biskuit, es krim ataupun makanan lain yang mengandung coklat bubuk termasuk produk minuman, roti, snack dan sebagainya. Konsumsi kakao dunia sebesar 3,1 juta ton per tahun

Data FAO menunjukkan posisi kakao Indonesia berada di peringkat kelima untuk nilai ekspor utama Indonesia pada tahun 2008. Data Badan Pusat Statistik (BPS) yang diolah Kementerian Perdagangan (Kemendag) pada periode Januari sampai dengan Juli 2010, menunjukkan ekspor kakao Indonesia rata-rata melonjak 28,8% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Peningkatan nilai ekspor itu dipicu kenaikan harga komoditas dunia serta permintaan di negara berkembang. Meskipun pada tahun 2010 ekspor kakao sempat lesu karena adanya penerapan bea keluar progresif, namun karena tingginya permintaan pasar dunia terhadap kakao dan didukung oleh program pemerintah yaitu Gerakan Revitalisasi Kakao Nasional maka produksi kakao Indonesia kembali menguasai pasar dunia.

Di Indonesia, daerah penghasil kakao adalah Sulawesi Selatan, Sulawesi tengah, Sulawesi Tenggara, Sumatera Utara, Kalimantan Timur, dan Lampung. Sulawesi Selatan menyumbang 28,26% dari total produksi Indonesia, Sulawesi tengah 21,04%, Sulawesi Tenggara 17,05%, Sumatera Utara 7,85%, Kalimantan timur 3,84%, Lampung 3,23%, dan daerah lainnya sekitar 18,47%.

4.3.1 Perkembangan Luas Panen Kakao

Perkebunan kakao Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, dimana sebagian besar (87,4%) dikelola oleh rakyat dan selebihnya 6,0% dikelola perkebunan besar negara serta 6,7% perkebunan besar swasta. Jenis tanaman kakao yang

diusahakan sebagian besar di Indonesia adalah jenis kakao Lindak, disamping itu juga diusahakan jenis kakao Mulia oleh perkebunan besar Negara di Jawa Timur dan Jawa Tengah.

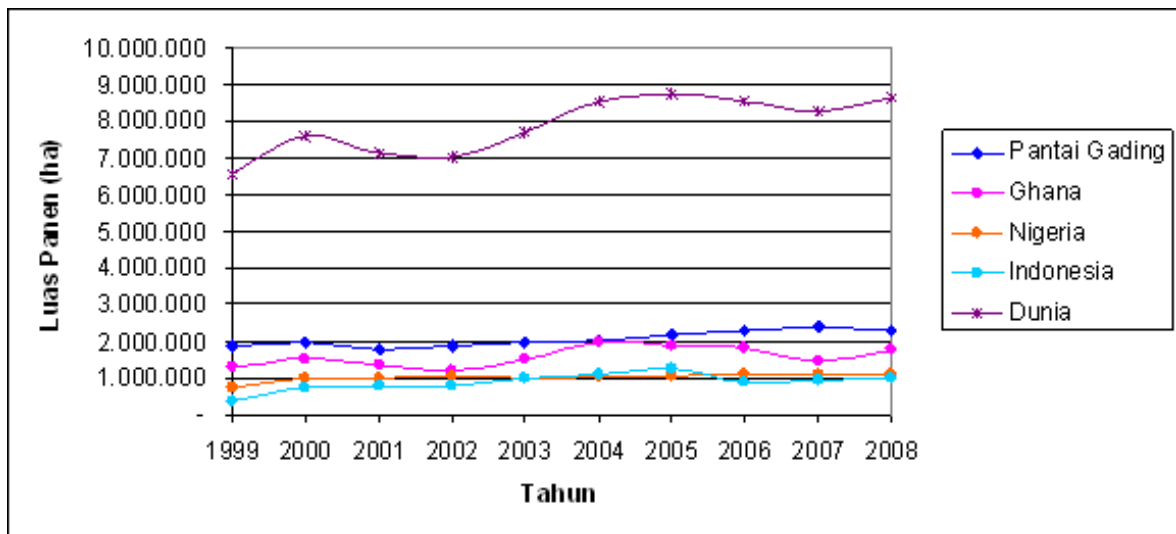
Rata-rata luas panen kakao di Indonesia sekitar 882.030 hektar tiap tahunnya dengan produktivitas rata-rata 700 kg per hektar. Pada tahun 1999 sampai dengan tahun 2005 terjadi peningkatan yang cukup tajam dimana luas panen Indonesia meningkat hampir empat kali lipat dari 360.000 hektar menjadi 1.235.000 hektar atau 5,5% luas panen dunia menjadi 14,1% hal ini terjadi karena pada tahun tersebut pemerintah menyediakan lahan untuk penanaman kakao secara nasional.

Pantai Gading memiliki luas panen terbesar dibanding negara produsen kakao lainnya dengan menguasai sampai dengan 29% dari luas panen kakao dunia. Pada tahun 1999 sampai dengan 2008 luas panen Pantai Gading per tahun rata-rata sebesar 2.075.493 hektar atau berkisar antara 24% sampai dengan 29% dari luas panen dunia. Ghana memiliki luas panen sekitar 1.573.000 atau 19,87% luas panen dunia, dan Nigeria 1.016.150 hektar per tahun atau rata-rata 12,91% seperti terlihat pada tabel 4.14

4.3.2. Perkembangan Ekspor Kakao

Kebutuhan kakao Indonesia saat ini sekitar 250 ribu ton per tahun. Sementara produksi kakao Indonesia mencapai 594.743 ton per tahun. Sebanyak 365 ribu ton Kakao diekspor dalam bentuk biji (cocoa bean) dan sisanya sekitar 121 ribu ton diolah di dalam negeri. Kakao yang diekspor dari Indonesia lebih banyak berupa *cocoa beans, whole or broken, dan raw or roasted* untuk diolah di negara tujuan menjadi produk cokelat olahan, namun demikian Indonesia juga mengekspor *cocoa butter, cocoa paste, cocoa powder & cake, serta cocoa husk*. Produksi coklat olahan sebanyak 96 ribu ton meliputi *cocoa butter* dan *cocoa powder*.

Diantara negara penghasil kakao, sebagai produsen dan eksportir kakao terbesar di dunia,



Gambar 4.11. Perkembangan Luas Panen Kakao (hektar)

pantai gading mengekspor kakao dalam bentuk biji kakao dan produk olahan lainnya seperti pasta coklat. Ghana dan Nigeria lebih banyak mengekspor biji kakao, sementara ekspor Indonesia relatif bervariasi. Ekspor biji kakao Pantai Gading rata-rata sebesar 976.823 ton per tahun. Ghana tercatat mengekspor 438.015 ton per tahun. Sementara Indonesia dan Nigeria masing-masing sebesar 349.550 ton dan 203.634 ton. Perkembangan ekspor beberapa produk turunan kakao secara terinci sebagai berikut:

diperoleh dengan cara memisahkan biji kakao dari daging buahnya serta mengolahnya menjadi biji kakao sesuai dengan standar perdagangan.

Dalam sepuluh tahun terakhir produksi biji kakao Indonesia per tahun rata-rata 594.742 ton, sebesar 15,84% dari total produksi dunia. Produsen terbesar dunia adalah Pantai Gading dengan rata-rata produksi per tahun sebesar 1.328.602 ton (36,68%), disusul Ghana dengan rata-rata produksi sekitar 562.395 ton (14,93%), sementara produksi Nigeria sekitar

Tabel 4.14. Persentase Luas Panen Kakao (%)

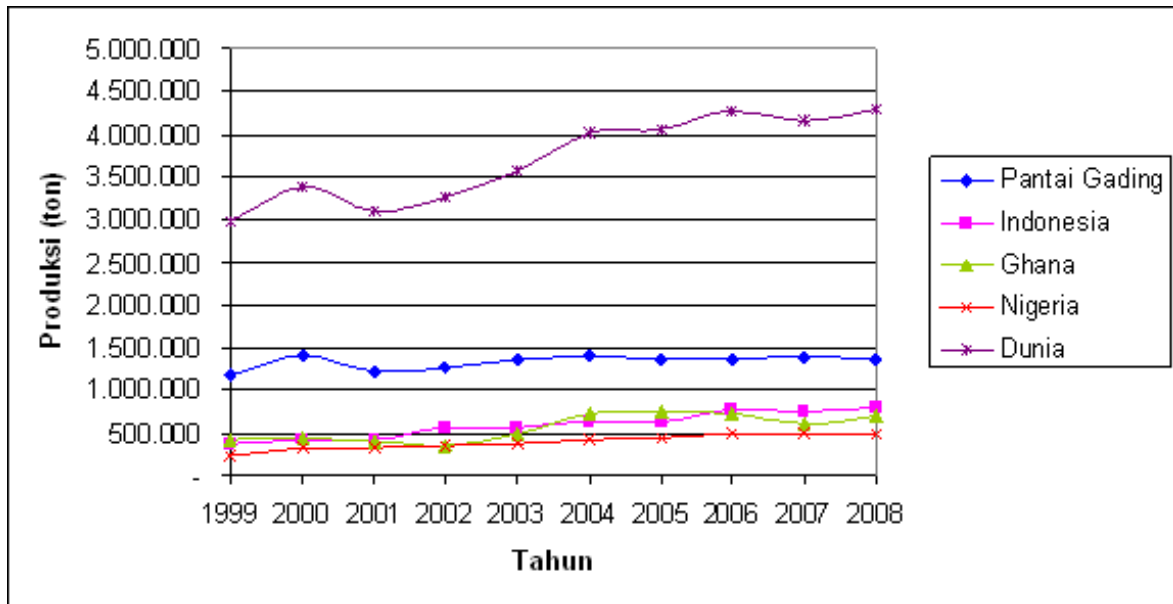
Tahun	Persentase Luas Panen (%)				
	Pantai Gading	Ghana	Nigeria	Indonesia	Dunia
1999	29,01	19,85	11,37	5,50	100
2000	26,34	19,76	12,72	9,88	100
2001	24,84	18,86	13,50	10,70	100
2002	26,82	17,05	14,70	11,08	100
2003	25,87	19,40	12,96	12,92	100
2004	24,02	23,43	12,44	13,06	100
2005	25,04	21,12	12,12	14,10	100
2006	26,76	21,52	12,95	10,62	100
2007	28,66	17,52	13,41	11,16	100
2008	26,58	20,23	12,89	11,44	100

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

4.3.3 Cocoa Beans (Biji Kakao)

Biji kakao merupakan produk utama buah kakao. Biji kakao sebagai komoditas perdagangan

398.800 ton (10,78%) per tahun. Grafik perkembangan produksi biji kakao 4 negara terbesar penghasil kakao terlihat pada gambar 4.12 di bawah ini.



Gambar 4.12. Perkembangan Produksi Biji Kakao (Cocoa Beans)

Setiap tahun konsumsi kakao dunia cenderung meningkat. Konsumen kakao terbesar adalah negara-negara Eropa sebesar 42% dari total konsumsi di dunia. Permintaan tertinggi biji kakao berasal dari Belanda, Jerman, dan Amerika Serikat.

perdagangan dunia. RCA ekspor kakao Indonesia akan dibandingkan dengan RCA dari negara-negara pesaing di pasar dunia.

Indeks RCA yang lebih besar daripada 1 menunjukkan bahwa daya saing dari negara yang

Tabel 4.15. Perkembangan Persentase Produksi Kakao (Cocoa Beans)

Tahun	Persentase Produksi (%)				
	Pantai Gading	Indonesia	Ghana	Nigeria	Dunia
1999	39,09	12,35	14,59	7,56	100
2000	41,55	12,49	12,95	10,02	100
2001	39,00	13,78	12,53	10,94	100
2002	38,65	17,46	10,41	11,06	100
2003	37,76	16,00	13,89	10,76	100
2004	35,03	15,97	18,35	10,26	100
2005	33,56	15,86	18,26	10,88	100
2006	32,11	18,01	17,18	11,35	100
2007	33,38	17,85	14,83	12,06	100
2008	31,95	18,49	16,33	11,66	100
Rata-rata	36,68	15,83	14,93	10,78	100

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu indikator daya saing suatu komoditas di pasar dunia. Dalam penelitian ini RCA digunakan untuk evaluasi peranan komoditas produk olahan kakao dalam ekspor pertanian Indonesia dibandingkan dengan pangsa kakao dalam

bersangkutan untuk komoditas tertentu di pasar dunia berada di atas rata-rata dunia, sedangkan lebih kecil dari 1, berarti memiliki daya saing lemah untuk komoditas tertentu di dunia. Nilai RCA yang lebih besar dari satu mempunyai arti bahwa peranan relatif ekspor komoditas dalam ekspor

Tabel 4.16. Perkembangan Nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) Biji Kakao

Tahun	Nilai RCA			
	Ghana	Nigeria	Pantai Gading	Indonesia
1999	110,54	82,37	74,70	8,19
2000	138,18	114,70	81,94	8,74
2001	134,16	88,18	80,28	10,46
2002	83,30	72,66	65,72	9,38
2003	79,92	88,77	64,82	7,06
2004	91,78	87,45	70,73	5,42
2005	102,48	96,78	72,48	6,34
2006	105,03	78,16	68,79	6,64
2007	110,23	84,00	72,04	6,19
2008	110,79	99,57	70,28	5,30
Rata-rata	106,64	89,26	72,18	7,37

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

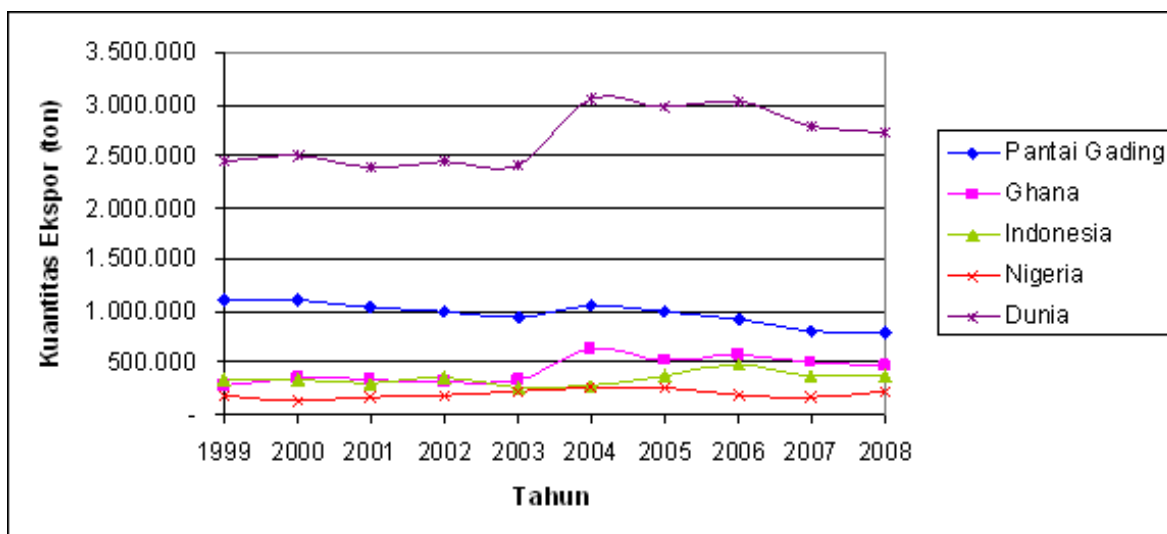
total suatu negara, lebih besar daripada peranan relatif ekspor komoditas yang sama dalam ekspor total dunia.

Dalam kurun waktu 1999 sampai dengan 2008 rata-rata nilai RCA untuk komoditas biji kakao Indonesia sekitar 7,37, sementara nilai RCA kakao Pantai Gading, Ghana, dan Nigeria masing-masing sebesar 72,18, 106,24, dan 89,26 seperti terlihat pada table 4.16. Data tersebut menunjukkan bahwa komoditas biji kakao Indonesia memiliki daya saing yang cukup tinggi. Kakao Indonesia memiliki keunggulan dibanding biji kakao negara lain. Salah satu keunggulan kakao Indonesia

dibanding negara lain adalah pada kandungan lemaknya.

Lemak kakao Indonesia memiliki titik leleh yang tinggi serta kandungan pestisida yang lebih sedikit. Namun demikian nilai RCA kakao Pantai Gading, Ghana, dan Nigeria lebih tinggi dari Indonesia, yang berarti bahwa biji kakao produksi negara tersebut memiliki daya saing yang sangat tinggi dibanding kakao dari negara lain.

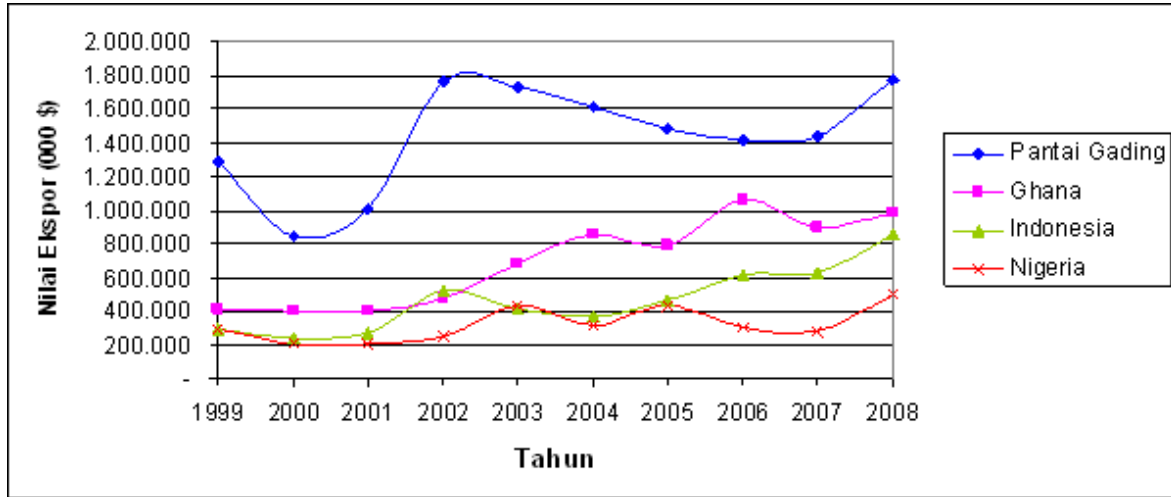
Ekspertir biji kakao terbesar di dunia adalah Pantai Gading, disusul Ghana, Indonesia, dan Nigeria. Pada tahun 1999 sampai dengan 2008 rata-rata



Gambar 4.13. Perkembangan Kuantitas Ekspor Biji Kakao

kuantitas Ekspor pantai Gading sebesar 976.823 ton per tahun, disusul Ghana sebesar 438.015 ton per tahun. Indonesia menempati urutan ketiga

Gading justru diuntungkan dengan adanya konflik ini karena nilai eksportnya meningkat tajam sehingga pendapatan negaranya pun meningkat.



Gambar 4.14. Perkembangan Nilai Ekspor Biji Kakao

dengan ekspor sebesar 379.829 ton per tahun, sementara Nigeria mengekspor sebesar 203.364 ton per tahun seperti terlihat pada gambar 4.14.

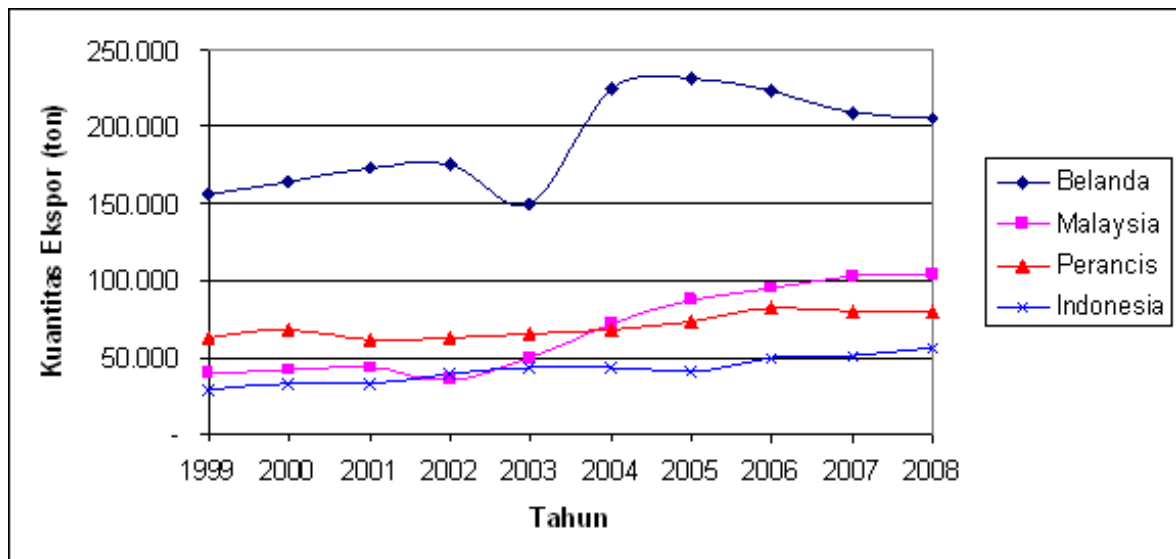
Nilai Ekspor biji kakao Pantai Gading antara tahun 1999 sampai dengan 2008 rata-rata sebesar US \$ 1.434.899. Ghana rata-rata US \$ 694.486 Indonesia US \$ 466.675, Nigeria US\$ 322.775. Pada tahun 2002 terlihat adanya kenaikan nilai ekspor yang cukup tajam di Pantai Gading dari US\$ 1.006.450 di tahun 2001 menjadi US \$ 1.766.580, meningkat hampir 80% dibanding 2001, sementara kuantitas ekspor di tahun yang sama justru terjadi penurunan. Hal ini terjadi akibat naiknya harga kakao dunia di tahun tersebut yang dipicu oleh konflik politik dan krisis sosial di Pantai Gading sebagai produsen kakao terbesar di dunia. Situasi dan Kondisi dalam negeri Pantai Gading sangat mempengaruhi harga Kakao dunia. Seperti yang terjadi pada tahun 2002, konflik politik di Pantai Gading terjadi pada saat panen raya, akibatnya panen kakao dan distribusi terganggu sehingga *supply* kakao dunia pun menurun, akibatnya harga kakao di pasaran dunia naik. Kenaikan harga kakao dunia tahun 2002 adalah tertinggi dalam kurun 16 tahun dimana harga kakao dunia menjadi US \$ 2.436 per ton, dimana rata-rata harga kakao US\$ 1.580. Pantai

Negara-negara produsen kakao lainnya seperti Ghana, Nigeria, Indonesia pun menerima imbas dari konflik Pantai Gading ini, karena harga kakao dunia menjadi naik maka nilai ekspor pun meningkat seperti terlihat pada gambar 4.14.

4.3.4 Cocoa Butter (Lemak Coklat)

Cocoa butter atau lemak coklat adalah salah satu hasil produk olahan kakao yang diperoleh dengan cara pengempaan biji kakao. Lemak coklat merupakan produk antara yang biasa digunakan dalam industri pengolahan makanan sebagai bahan pencampur karena memberikan cita rasa di mulut yang spesifik. Dalam produk susu, misalnya, lemak coklat ditambahkan untuk menghasilkan susu rasa coklat, pada biskuit atau kacang-kacangan coklat dipakai sebagai bahan pengisi sehingga dihasilkan biskuit isi coklat dan sebagainya, lemak coklat digunakan juga dalam produk kosmetik.

Eksportir lemak kakao terbesar di dunia berturut-turut adalah Belanda (191.545 ton), Malaysia (69.935 ton), Perancis (67.015) ton per tahun. Pantai Gading dan Indonesia menduduki urutan ke-4 dan ke-5, selanjutnya Nigeria dan Ghana berada di tempat ke-12 dan 16.



Gambar 4.15. Perkembangan Kuantitas Ekspor Lemak kakao

Sekitar tahun 2002 sampai dengan 2004 terjadi fluktuasi yang cukup tajam pada kuantitas ekspor lemak kakao dimana pada 2003 ekspor lemak kakao turun menjadi 14,5% kemudian naik 49,8% pada 2004, sementara di tahun yang sama terjadi penurunan nilai ekspor 2,83% dan kemudian naik drastis sebesar 59,09%. Penurunan kuantitas ini terjadi karena di saat yang sama impor biji kakao Eropa dari Afrika menurun karena adanya konflik internal di pantai Gading yang menyebabkan kegiatan ekspor di negara itu terganggu. Konflik Pantai Gading juga mempengaruhi harga kakao dunia, Belanda di sisi lain yang mengekspor lemak kakao memperoleh keuntungan dengan adanya kenaikan harga ini. Perkembangan kuantitas ekspor kakao dunia terlihat pada Gambar 4.16.

Belanda jauh lebih banyak mengekspor lemak kakao dibandingkan Negara lain dengan nilai ekspor \$ 764.055 per tahun, Malaysia dan Perancis masing-masing sebesar \$247.456 dan \$262.455/tahun. Pantai Gading sebagai produsen biji kakao terbesar di dunia pun jauh tertinggal dalam produksi lemak kakao. Belanda lebih banyak mengekspor produk olahan kakao dibandingkan dengan kakao mentah (biji kakao). Hal ini menunjukkan bahwa Industri pengolahan kakao Belanda lebih unggul dibandingkan dengan Negara pengekspor lemak kakao lainnya, dan dengan

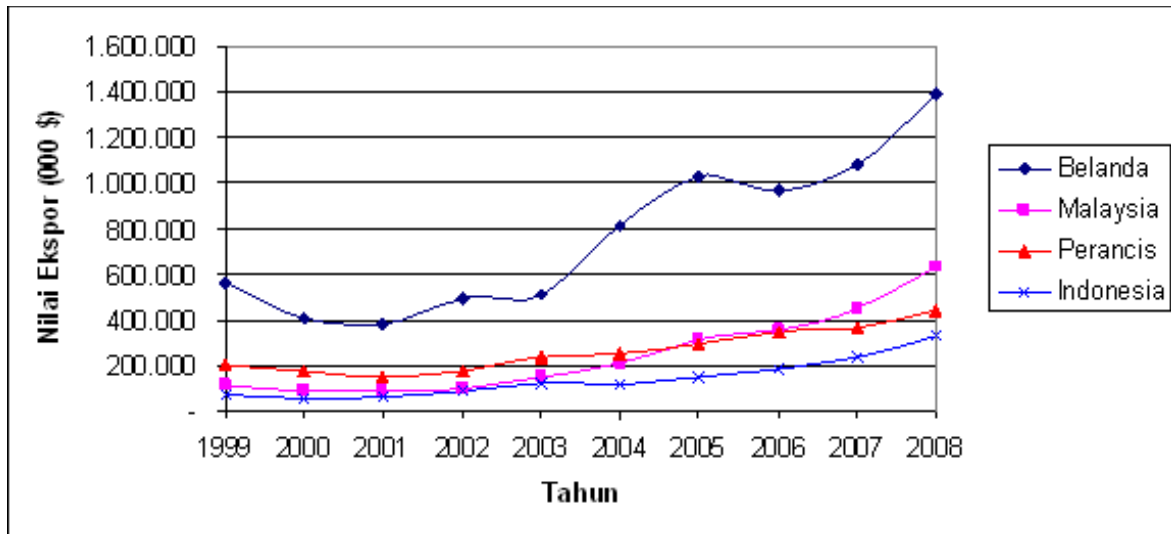
sedikit sentuhan teknologi pengolahan maka nilai tambah produk kakao meningkat.

Perkembangan nilai RCA lemak kakao selama tahun 1999 sampai dengan 2008 terlihat pada table 4.17. Malaysia berada pada urutan pertama sebesar 5,58, Belanda 4,59, Indonesia 3,84 dan Perancis 1,63. Lemak kakao empat Negara tersebut seluruhnya lebih dari 1 yang artinya produk dari empat negara tersebut memiliki daya saing yang kuat. Namun demikian lemak kakao dari Malaysia yang tertinggi angka RCA yang menunjukkan daya saing lemak kakao Malaysia yang paling kuat.

4.3.5 Cocoa Paste (Pasta Coklat)

Cocoa paste atau pasta coklat merupakan produk berbentuk cair hasil olahan biji kakao yang diperoleh dengan cara melumatkan biji coklat yang telah dipanaskan sampai dengan tingkat kehalusan tertentu. Pasta coklat biasa dipergunakan dalam industri pengolahan makanan sebagai bahan pencampur yang berfungsi sebagai pemberi rasa dasar coklat.

Ekspor pasta coklat dunia dikuasai oleh Pantai Gading, Belanda, dan Jerman, sementara Indonesia berada di urutan 18. Kuantitas ekspor pantai Gading tahun 1999 sampai dengan 2008 rata-rata



Gambar 4.16. Perkembangan Nilai Ekspor Cocoa Butter

Tabel 4.17. Perkembangan Nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) Lemak Kakao

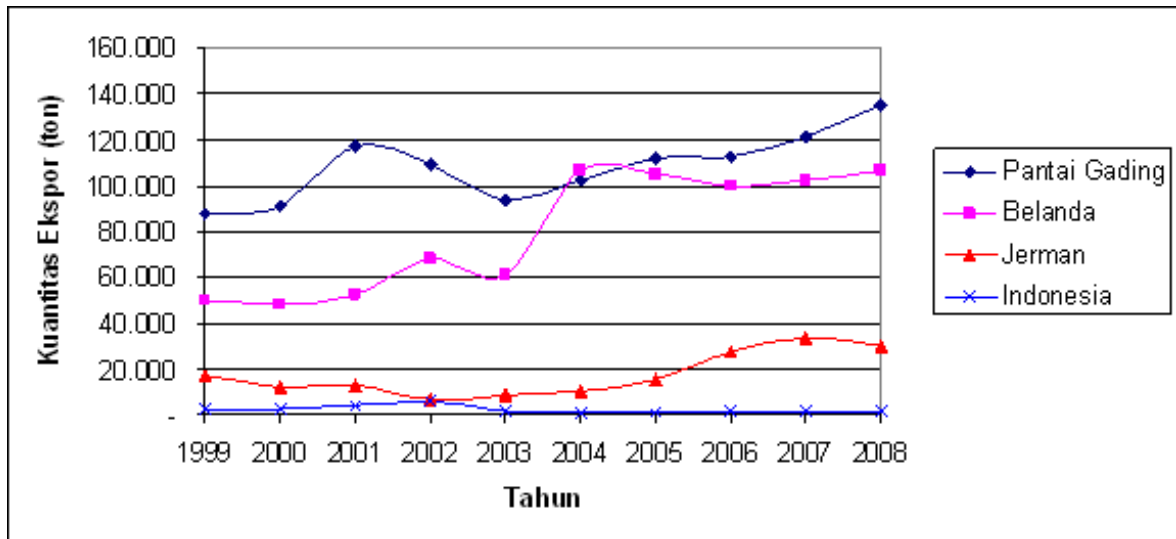
Tahun	Nilai RCA			
	Belanda	Malaysia	Perancis	Indonesia
1999	4,51	4,17	1,47	3,84
2000	5,25	5,24	1,87	4,08
2001	5,30	5,87	1,77	5,21
2002	4,70	3,92	1,54	4,41
2003	3,62	4,60	1,65	5,04
2004	4,65	5,27	1,49	3,16
2005	4,67	6,62	1,44	3,05
2006	4,57	7,13	1,78	3,24
2007	4,23	6,81	1,66	3,49
2008	4,36	6,21	1,61	2,88
Rata-rata	4,59	5,58	1,63	3,84

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

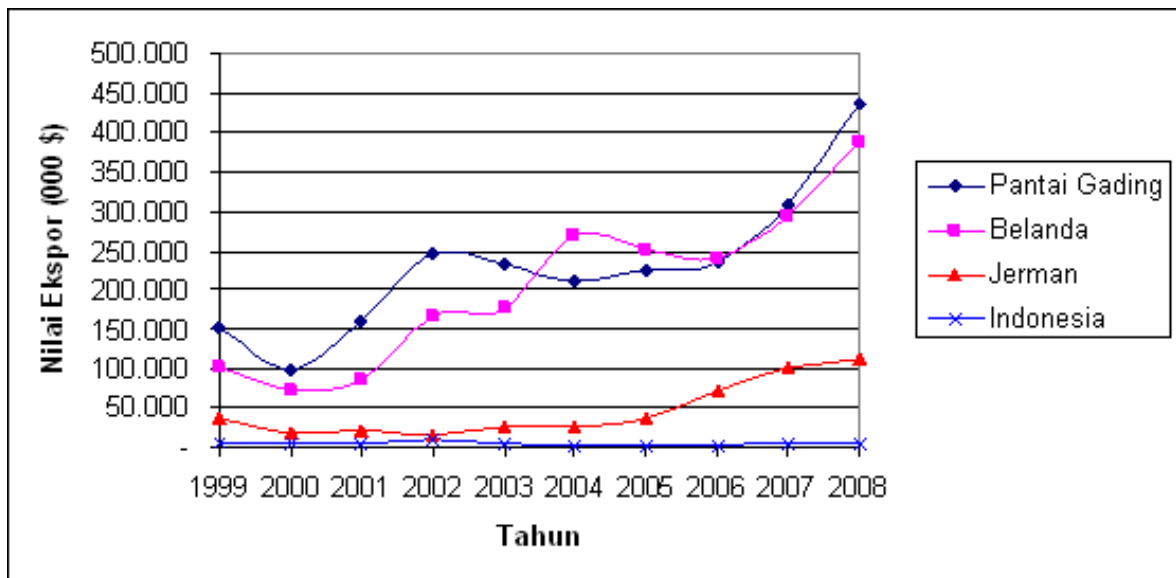
sebesar 108.088 ton per tahun, sementara Belanda sebesar 80.059 ton per tahun. Jerman mengekspor rata-rata 17.638 ton per tahun dan Indonesia mengekspor sebesar 2.474 ton per tahun. Pantai Gading merupakan pengekspor pasta kakao terbesar di dunia. Dari segi kualitas pasta coklat dari Afrika Barat adalah yang terbaik di dunia. Namun demikian selain Pantai Gading, eksportir terbesar pasta coklat justru dari negara Eropa yaitu Belanda dan Jerman. Hal ini karena Belanda dan Jerman merupakan importir besar biji kakao dari Afrika Barat yang kemudian diolah menjadi pasta kakao dan diekspor ini menunjukkan bahwa Industri pengolahan kakao di Eropa sudah maju. Negara Afrika lainnya seperti Ghana dan Nigeria

tidak banyak mengekspor pasta kakao hal ini mungkin karena industri kakao di negara tersebut belum berkembang. Indonesia yang juga eksportir biji kakao besar berada di peringkat 18 dalam mengekspor pasta kakao. Grafik perkembangan kuantitas ekspor Pasta kakao terlihat pada gambar 4.17.

Dalam kurun waktu tahun 1999 sampai dengan tahun 2008, nilai ekspor pasta kakao pantai gading rata-rata sebesar US \$ 230,16 yang disusul oleh Belanda sebesar US \$ 204.505. Pada tahun yang sama nilai ekspor pasta kakao Jerman rata sebesar US\$ 46,680 sementara Indonesia US \$ 4,790. Gambar 4.18. menunjukkan bahwa nilai ekspor



Gambar 4.17. Perkembangan Kuantitas Ekspor Cocoa Paste



Gambar 4.18. Perkembangan Nilai Ekspor Pasta kakao

pasta kakao Pantai Gading tertinggi di dunia. Pada tahun 2004 nilai ekspor Belanda meningkat sangat tajam dibanding tahun 2002 dan 2003 melebihi nilai ekspor Pantai Gading peningkatan ini terjadi karena peningkatan kuantitas ekspor. Pantai Gading mengalami penurunan kuantitas dan nilai ekspor di tahun tersebut setelah kenaikan yang tajam di tahun 2002. Krisis sosial tahun 2002 yang terjadi di Pantai Gading cukup mempengaruhi aktivitas pengolahan kakao di negara itu, kuantitas ekspor menurun namun nilai ekspor meningkat, mulai tahun 2003 harga berangsur

angsur turun dan nilai ekspor Pantai Gading pun menurun.

Dalam perdagangan dunia, pasta kakao Pantai Gading memiliki RCA sebesar 56,43 yang berarti bahwa produk tersebut memiliki daya saing tinggi. Nilai RCA lebih dari 1 menunjukkan bahwa pasta kakao produksi negara tersebut memiliki keunggulan komparatif. Besarnya RCA menunjukkan kekuatan daya saing suatu negara, RCA tertinggi dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir adalah pantai gading, Belanda memiliki rata-rata nilai RCA 3,14, dan Jerman 0,84.

Tabel 4.18. Perkembangan Nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Tahun	Nilai RCA			
	Pantai Gading	Belanda	Jerman	Indonesia
1999	48,60	2,33	1,23	0,81
2000	54,12	2,72	0,78	0,92
2001	64,36	2,56	0,73	1,27
2002	49,66	3,08	0,37	0,97
2003	43,23	2,49	0,47	0,44
2004	46,76	3,92	0,47	0,13
2005	57,31	3,82	0,68	0,14
2006	57,13	3,38	1,17	0,21
2007	67,92	3,35	1,34	0,20
2008	75,22	3,70	1,19	0,11
Rata-rata	56,43	3,14	0,84	0,52

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

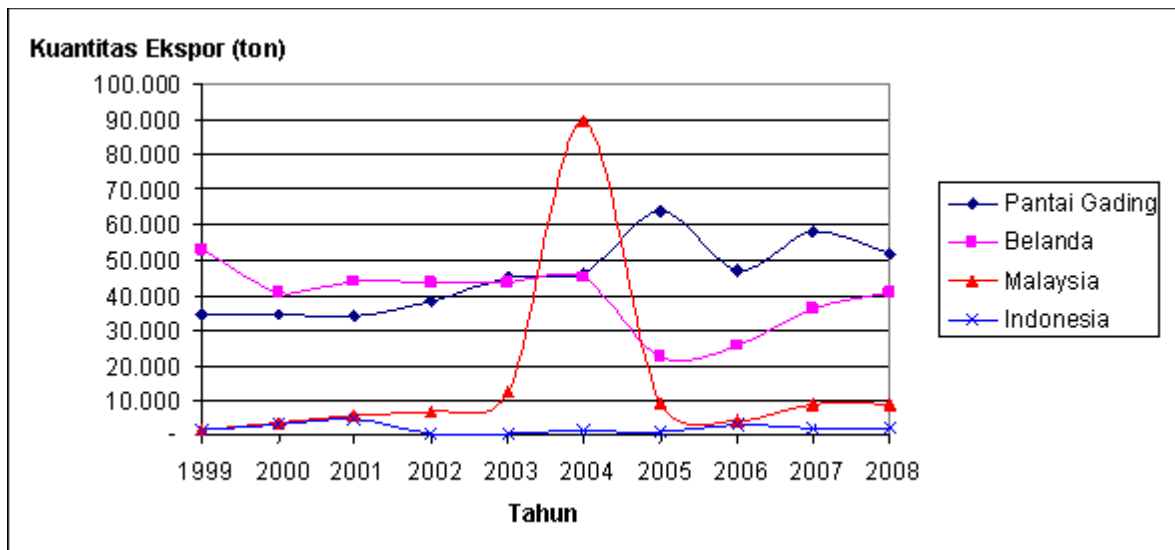
Sementara nilai RCA Indonesia tahun 1999 sampai dengan 2008 berkisar antara 0,11 sampai dengan 1,27. Dengan rata-rata nilai RCA di bawah 1 (0,52) menunjukkan bahwa pasta kakao Indonesia memiliki daya saing yang lemah. Selama kurun waktu 10 tahun terakhir, RCA tertinggi dicapai pada tahun 2001 dengan nilai 1,27 dan seiring bertambahnya waktu nilai RCA pasta kakao Indonesia cenderung semakin menurun. Mengingat pasta kakao adalah produk olahan lanjutan biji kakao, maka kemungkinan salah satu penyebab penurunan nilai RCA adalah adanya penurunan kualitas produk tersebut. Setiap tahapan proses pengolahan mempengaruhi kualitas produk akhir, penyimpangan yang terjadi pada proses pengolahan berakibat menurunnya kualitas produk.

4.3.6 *Cocoahusks; shell* (Sekam/Cangkang Coklat)

Cocoa husks disebut juga sekam/cangkang coklat, merupakan sisa produksi dari industri coklat. Produk ini laku di pasaran dunia karena sekam/cangkang coklat ini adalah bahan baku pakan ternak yang mengandung serat cukup dengan kandungan lemak rendah. Sekam/cangkang coklat ini juga umum digunakan pada hortikultura dan lanskap sebagai mulsa yang mampu menjaga kelembaban dan menekan gulma karna sifatnya yang *slow release* atau terurai dengan lambat.

Permintaan pasar dunia terhadap sekam/cangkang coklat semakin meningkat. Hal ini ditunjukkan dari jumlah negara tujuan ekspor yang semakin banyak. Saat ini ada 90 negara yang aktif mengimpor sekam/cangkang coklat. Negara Pantai Gading menjadi negara dengan kuantitas ekspor tertinggi selama 10 tahun terakhir, kemudian diikuti oleh negara Belanda dan Malaysia. Rata-rata kuantitas ekspor dunia adalah 142.417,5 ton per tahun, dan Indonesia berada di peringkat nomor 10 sebagai negara pengekspor *cocoahusks* dunia dengan rata-rata kuantitas ekspornya 2.053,6 ton per tahun. Peringkat Indonesia dalam ekspor *cocoahusks* dibandingkan dengan peringkat Indonesia dalam kepemilikan luas panen kakao dunia tergolong sangat kurang. Indonesia adalah pemilik luas panen terbesar ke 4 di dunia. Hal ini terjadi juga pada negara Ghana dan Nigeria yang menjadi negara dengan luas panen terbesar kedua dan ketiga setelah Pantai Gading. Penyebab kurang sinkronnya luas panen dengan kuantitas ekspor produk turunan kakao salah satunya adalah karena kurangnya fasilitas teknologi atau kurangnya keinginan suatu negara dalam mengolah produk turunan kakao untuk menambah nilai jual produk tersebut di pasar dunia.

Gambar 4.19. menunjukkan perkembangan kuantitas ekspor *cocoahusks* Pantai Gading, Belanda, Malaysia dan Indonesia dari tahun 1999 s.d tahun 2008. Pantai Gading menduduki



Gambar 4.19. Perkembangan Kuantitas Ekspor *Cocoahusks*
 Sumber: Analisis Data FAO, 2010

peringkat pertama untuk kuantitas ekspor *cocoahusks* di dunia dengan rata-rata 64,297 ton per tahunnya. Hal ini sesuai data yang menyebutkan bahwa negara Pantai Gading merupakan negara yang mempunyai luasan panen kakao terluas di dunia. Pada grafik terlihat perkembangan kuantitas ekspor Indonesia termasuk stabil dibandingkan pada grafik negara pengekspor yang lainnya. Pada grafik ekspor Malaysia terlihat adanya lonjakan yang sangat drastis pada tahun 2004 mencapai jumlah 89.533 ton *cocoahusks*. Lonjakan kuantitas ekspor tersebut merupakan salah satu efek dari situasi ekonomi politik di Malaysia sedang mengalami peningkatan yang signifikan. Sejak tahun 1997 negara-negara di Asia Tenggara terkena krisis moneter yang cukup parah, dan Malaysia saat itu mengambil keputusan untuk tidak menjadi 'pasien' dari IMF, sehingga Malaysia harus memulihkan perekonomian negaranya sendiri dengan berbagai usaha. Salah satu usahanya adalah dengan mengatur strategi perdagangan dunia untuk komoditas kakao. *Cocoahusks* ini adalah salah satu komoditas yang cukup dikuasai oleh Malaysia. Disaat negara pengekspor yang lain kurang mampu memenuhi standar, negara Malaysia bisa memenuhi kebutuhan pasar dunia dengan mutu yang baik.

Gambar 4.3. juga menunjukkan kuantitas ekspor Pantai Gading cenderung naik, sedangkan kuantitas ekspor Belanda cenderung menurun grafiknya. Pantai Gading dan Belanda saling bersaing dalam ekspor *cocoahusks*, terlihat dari titik pada tahun 2003 ketika jumlah ekspor Belanda (43.680 ton) hampir mendekati jumlah ekspor Pantai Gading (45.070 ton). Begitu pula pada titik tahun 2004, Belanda memproduksi 44.880 ton dan Pantai Gading memproduksi 46.223 ton.

Table 4.4 menyajikan prosentase kuantitas ekspor *cocoahusks* negara Pantai Gading, Belanda, Malaysia dan Indonesia selama 10 tahun. Penguasaan Pantai Gading terhadap pasar ekspor dunia yaitu rata-rata sebesar 32,56% dari pasar dunia, sedangkan untuk Belanda kontribusi ekspornya rata-rata sebesar 29,31% dari pasar dunia, Malaysia rata-rata kontribusinya sebesar 8,3% per tahun dan Indonesia memberikan kontribusi sebesar 1,75% per tahun. Jika ditotal, jumlah rata-rata kontribusi 4 negara pengekspor utama *cocoahusks* ini adalah 71,92% dari total ekspor *cocoahusks* dunia. Angka ini cukup besar untuk kontribusi 4 negara dari total ada 72 negara pengekspor *cocoahusks* dunia.

Pantai Gading masih menduduki peringkat pertama untuk nilai ekspor *cocoahusks* di dunia

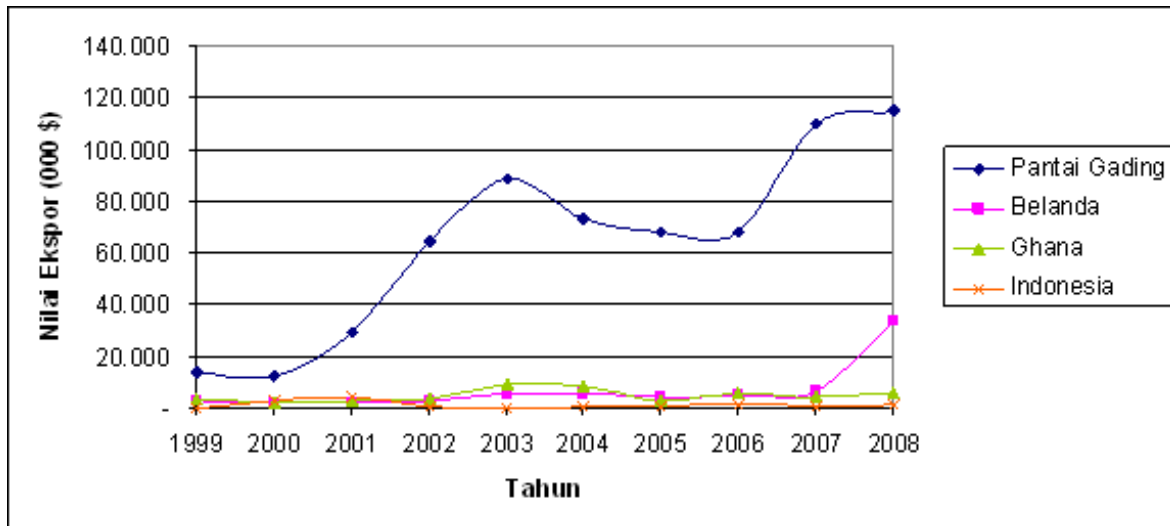
Tabel 4.19. Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor *Cocoa husks* Empat Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008

Tahun	Presentase Kuantitas Ekspor (%)				
	Pantai Gading	Belanda	Malaysia	Indonesia	Dunia
1999	30,23	46,23	1,43	1,30	100
2000	33,86	40,00	3,62	3,01	100
2001	29,77	38,60	4,85	4,10	100
2002	30,00	34,46	5,33	0,57	100
2003	28,34	27,47	7,89	0,29	100
2004	19,71	19,14	38,18	0,67	100
2005	42,03	14,76	6,32	0,82	100
2006	35,95	19,54	3,15	2,49	100
2007	39,22	24,20	5,86	1,25	100
2008	36,53	28,74	6,30	1,52	100
Rata-rata	32,56	29,31	8,00	1,75	100

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

pada gambar 4.5. Hal ini seiring dengan luasan yang dimiliki oleh negara Pantai Gading yang merupakan negara dengan luasan panen kakao terluas di dunia yaitu 2.075.493 ha, sehingga hasil limbah coklat jelas lebih besar dibandingkan negara lain dengan luasan panen yang lebih kecil. Tahun 2003 Nilai ekspor sempat mengalami penurunan dari angka.

Belanda lebih tinggi dibandingkan grafik nilai ekspor Ghana dan Indonesia terutama dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2008. Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui data FAO yang menunjukkan posisi Belanda sebagai negara ketiga terbesar pengimpor *cocoa husks*. Hasil *cocoa husks* impor tersebut diolah kembali oleh Belanda dengan kualitas yang lebih baik untuk selanjutnya



Gambar 4.20. Perkembangan Nilai Ekspor *Cocoa husks*
Sumber: Analisis FAO, 2010

Hal yang menarik dari Gambar 4.20. adalah meskipun Belanda tidak memiliki lahan panen kakao sama sekali, tetapi grafik nilai ekspor

dijual ke pasar dunia. Pengolahan kembali *cocoa husks* oleh Belanda bisa dikatakan cukup berhasil melihat nilai ekspor rata-rata *cocoa husks*

Belanda yang tinggi tanpa lahan panen yang memadai. Posisi Ghana dalam nilai ekspor *cocoahusks* di dunia bisa dikatakan cukup baik dibandingkan posisi Ghana dalam kuantitas ekspor *cocoahusks* di dunia. Penjelasan logisnya adalah mutu dari *cocoahusks* Ghana lebih baik daripada Malaysia sehingga nilai jual *cocohusks* Ghana lebih besar dibandingkan Malaysia. Nilai ekspor Ghana bisa lebih optimal mengingat luas panen yang dimiliki cukup luas. Begitu pula dengan Nigeria yang memiliki luas panen 1 tingkat di bawah luas panen Ghana.

Revealed Comparative Advantage (RCA). Perhitungan indeks RCA tersebut bertujuan untuk menjelaskan kekuatan daya saing komoditas *cocoahusks* suatu negara secara relatif terhadap produk sejenis dari negara lain (dunia) yang juga menunjukkan posisi komparatif Indonesia sebagai produsen *cocoahusks* dibandingkan dengan negara lainnya dalam pasar dunia.

RCA Pantai Gading memiliki nilai yang luar biasa jika dibandingkan dengan 3 negara pengekspor *cocoahusks* terbesar lainnya. Nilai RCA pantai Gading hampir 62 kalinya RCA Indonesia. Berarti, Daya saing *cocoahusks* Pantai Gading hampir 62 kali jauh lebih kuat dibandingkan Indonesia. Daya saing Ghana juga bisa dikatakan kuat dibandingkan daya saing *cocoahusks* Indonesia dan Belanda. Daya saing *cocoahusks* terlemah dimiliki oleh negara Belanda. RCA kedua negara asal benua Afrika ini memiliki daya saing yang luar biasa, karna memiliki luas panen yang terbesar pertama dan kedua di dunia sehingga sangat potensial menghasilkan *cocoahusks* yang cukup banyak.

4.3.7 Cocoa Powder & Cake

Bubuk kakao menjadi salah satu komoditas penting dunia pada saat ini. Perkembangan teknologi yang didasarkan pada kebutuhan manusia menjadi alasan utama lakunya produk

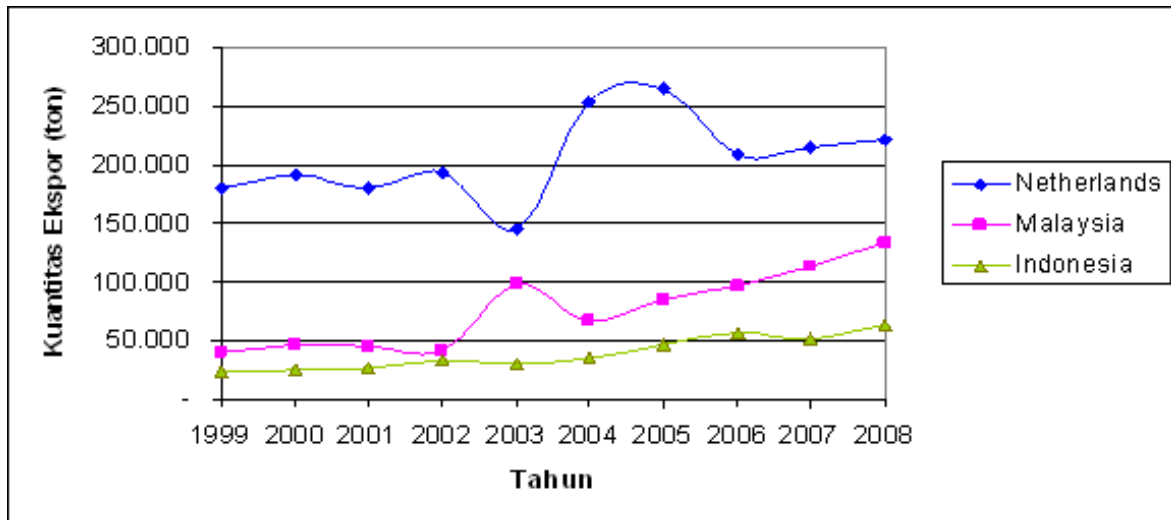
Tabel 4.20. Perkembangan Nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) *Cocoahusks*; Shell

Tahun	Nilai RCA			
	Pantai Gading	Belanda	Ghana	Indonesia
1999	104,22	1,57	114,56	0,84
2000	124,50	1,41	78,81	10,47
2001	139,24	0,79	52,25	9,71
2002	119,65	0,51	34,50	0,53
2003	120,72	0,63	42,27	0,12
2004	125,43	0,67	37,09	0,22
2005	162,69	0,60	19,10	0,30
2006	177,91	0,80	32,01	0,73
2007	213,29	0,69	19,85	0,26
2008	167,57	2,69	23,46	0,33
Rerata	145,52	1,04	45,39	2,35

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

Rata-rata RCA 4 negara pengekspor *Cocoahusks* terbesar dunia nilainya berada di atas 1. RCA Pantai Gading memiliki Rata-rata 145,52 per tahunnya, Belanda 1,04 per tahunnya, Ghana 45,39 per tahunnya dan Indonesia 2,35 per tahunnya. Nilai RCA di atas 1 menunjukkan negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam produk *cocoahusks*, sedangkan besarnya RCA menunjukkan kekuatan daya saing suatu negara.

turunan kakao di dunia. Seharusnya Indonesia yang menduduki peringkat tiga produsen kakao dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Indonesia juga tidak perlu mengimpor komoditas kakao sebagai bahan baku. Namun faktanya industri pengolahan masih impor bubuk kakao rata-rata 22.000 ton per tahun yang merupakan 15% dari total kebutuhan di dalam negeri.



Gambar 4.21. Perkembangan Kuantitas Ekspor *Cocoa Powder & Cake*
Sumber: Analisis FAO, 2010

Dalam dunia olahan produk coklat, Belanda memang sangat inovatif. Inovasi hadir dari kemauan penduduk Belanda yang besar dalam mengelola ilmu pengetahuan, terbukti dari jumlah museum yang hampir mendekati angka 1000 di Negara Kincir Angin tersebut. Hal ini yang menjadi salah satu factor pendorong Belanda dalam perkembangan penguasaan pasar ekspor *cocoa powder & cake* dunia. Perkembangan kuantitas ekspor antara dua negara tetangga Indonesia dan Malaysia dari tahun 1999-2002 masih di bawah angka 50.000 ton per tahunnya. Tahun 2002 kuantitas ekspor Malaysia dan Indonesia terpaut tidak begitu jauh, hanya selisih 8.457 ton. Namun setelah tahun 2002, perkembangan kuantitas ekspor Malaysia terjadi lonjakan kenaikan yang cukup signifikan mencapai 99.116 ton. Lonjakan tersebut diikuti peningkatan yang lebih baik dibandingkan perkembangan kuantitas ekspor Indonesia yang perlahan. Pada gambar 4.8. terlihat range waktu dari tahun 2002 s.d. 2006 adalah masa yang sangat fluktuatif. Kondisi ini terkait fluktuasi harga minyak yang naik turun dan juga banyaknya kebijakan baru dari beberapa negara dalam penggunaan minyak bumi. Kecenderungan tren perkembangan kuantitas ekspor *cocoa powder & cake* dari tahun 1999-2008 adalah naik. Kenaikan kuantitas ekspor ini sejalan dengan peningkatan permintaan pasar dunia terhadap produk olahan coklat, terutama bahan

baku coklat seperti *cocoa powder & cake* atau bubuk coklat untuk kebutuhan kuliner. Dalam Suryani, 2007, ICCO (*International Cocoa Organization*) memperkirakan produksi kakao dunia akan mencapai 4,05 juta ton sampai dengan 2011, sementara konsumsi akan mencapai 4,1 juta ton, sehingga akan terjadi defisit sekitar 50 ribu ton per tahun). Kondisi ini sebenarnya merupakan peluang yang baik bagi negara-negara pemilik lahan panen kakao yang cukup luas di dunia, seperti negara Pantai Gading, Ghana, Nigeria dan Indonesia.

Nilai persentase pada Table 4.18 menunjukkan perkembangan presentase kuantitas ekspor Belanda, Malaysia dan Indonesia terhadap total ekspor cacao powder & cake dunia. Belanda memiliki kontribusi paling besar yaitu rata-rata 31,42% per tahun. Bahkan jika prosentase nilai ekspor dua negara Malaysia dan Indonesia digabungkan, masih jauh dari nilai ekspor Pantai Gading. Malaysia memiliki kontribusi rata-rata sebesar 11,27% per tahun sedangkan Indonesia memiliki kontribusi rata-rata sebesar 5,83% per tahun.

Rata-rata nilai ekspor *cocoa powder & cake* Belanda dalam 10 tahun adalah yang tertinggi (\$ 391.370.000) diikuti oleh Malaysia, Perancis dan Indonesia (gambar 4.18). Jarak antara garis grafik

Tabel 4.21. Perkembangan Persentase Kuantitas Ekspor *Cocoa Powder & Cake* Empat Negara Pengekspor Utama Tahun 1999-2008

Tahun	Persentase Kuantitas Ekspor (%)			
	Belanda	Malaysia	Indonesia	Dunia
1999	36,27	8,19	4,81	100
2000	32,43	7,76	4,26	100
2001	34,04	8,62	4,99	100
2002	33,54	7,33	5,87	100
2003	23,67	16,17	4,98	100
2004	36,12	9,48	5,08	100
2005	34,77	11,20	6,18	100
2006	28,63	13,14	7,73	100
2007	27,65	14,51	6,72	100
2008	27,03	16,26	7,71	100
Rata-rata	31,42	11,27	5,83	100

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

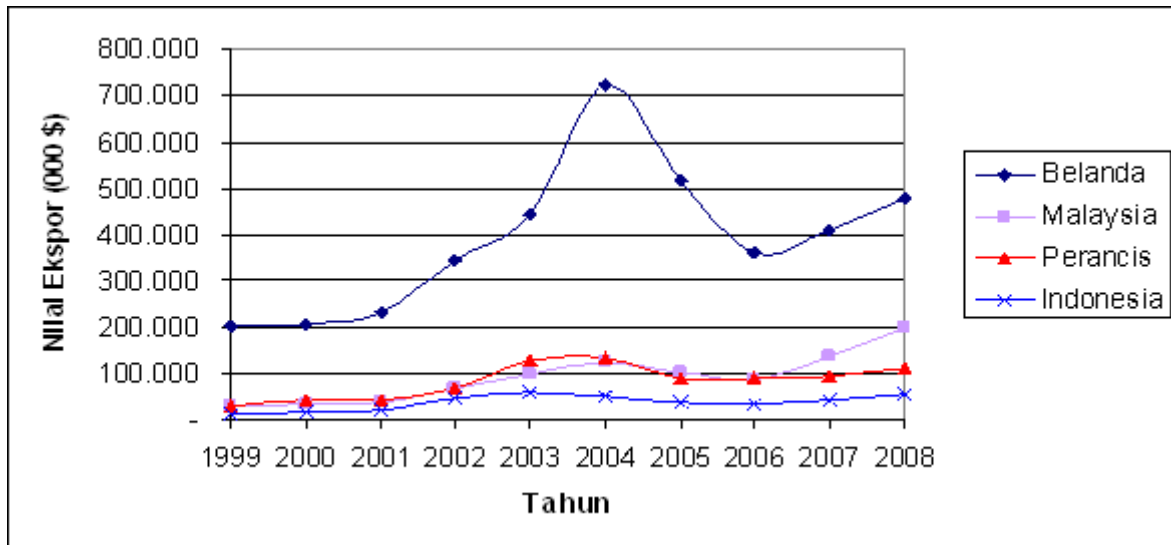
nilai ekspor Belanda dengan negara yang lain cukup jauh. Malaysia, Perancis dan Indonesia nilai ekspornya selama 10 tahun masih berada di bawah kisaran \$200.000.000. Belanda memimpin nilai ekspor dunia karena dari segi teknologi, Belanda tergolong inovatif. Inovasinya yang cukup berperan di pasar dunia adalah penemuan cocoa butter yang membuat coklat batangan bisa meleleh di dalam mulut. Itulah salah satu contoh yang menunjukkan bahwa negara Belanda jauh lebih maju dalam pengelolaan coklat untuk menambah nilai jual produk olahan coklat di pasar dunia dibandingkan negara pengekspor yang lainnya.

Tahun 2004 s.d. 2006 terjadi penurunan nilai ekspor pada keempat negara (gambar 4.18). Tahun 2006 Belanda mengalami penurunan yang cukup besar yaitu 50,17% dari tahun 2004. Malaysia mengalami penurunan sebesar 29,12%, Perancis yang mengalami penurunan sebesar 34,29%, dan Indonesia sebesar 28,1% dari nilai ekspor 2 tahun sebelumnya.

Tabel berikut ini akan menunjukkan keunggulan komparatif dan daya saing 4 negara dengan nilai ekspor *cocoa powder & cake* terbesar di dunia melalui nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*).

Belanda, Malaysia, Perancis dan Indonesia memiliki nilai RCA lebih besar daripada 1 selama kurun waktu 1998-2009 (Tabel 4.10). Rata-rata nilai RCA Belanda adalah sebesar 5,03, Malaysia 4,71, Perancis 1,06 dan Indonesia 2,38. Nilai RCA yang lebih besar daripada satu mempunyai arti bahwa peranan relatif ekspor kakao bubuk dalam ekspor total suatu negara, lebih besar daripada peranan relatif ekspor komoditas yang sama dalam ekspor total dunia. Dengan kata lain, Belanda, Malaysia, Perancis dan Indonesia dikatakan memiliki keunggulan komparatif dalam produk kakao bubuk. Urutan Nilai RCA dari terbesar ke terkecil adalah Belanda, Malaysia, Indonesia, Perancis. Urutan tersebut menunjukkan bahwa kekuatan daya saing masing-masing negara. Belanda adalah negara dengan daya saing *cacao powder & cake* yang terkuat di dunia, disusul oleh Malaysia, Indonesia dan Perancis.

Sebagai negara produsen ketiga terbesar kakao, Indonesia bisa meningkatkan daya saing bubuk coklatnya lagi. Indonesia punya potensi untuk mengolah bahan baku kakao menjadi produk olahan bubuk coklat lebih banyak dibandingkan negara dengan kuantitas produksi bahan mentahnya (biji kakao) sedikit atau bahkan tidak berproduksi sama sekali. Seperti negara Belanda yang mampu mengekspor bubuk coklat dengan kuantitas terbanyak walaupun negara tersebut



Gambar 4.22. Perkembangan Nilai Ekspor Cocoa Powder & Cake
Sumber: Analisis FAO, 2010

Tabel 4.22. Perkembangan Nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) Cocoa powder & cake

Tahun	Nilai RCA			
	Belanda	Malaysia	Perancis	Indonesia
1999	5,10	3,49	0,76	2,18
2000	5,46	4,13	0,96	2,31
2001	5,72	4,99	0,91	3,38
2002	4,82	4,31	0,91	3,44
2003	3,86	3,78	1,12	3,22
2004	5,61	4,20	1,07	1,98
2005	5,61	5,24	1,08	1,95
2006	4,88	5,06	1,31	1,88
2007	4,59	5,81	1,22	1,85
2008	4,64	6,09	1,27	1,57
Rerata	5,03	4,71	1,06	2,38

Sumber : Analisis Data FAO, 2010

tidak memiliki lahan perkebunan kakao sama sekali. Dengan bahan baku impor, Belanda mengolahnya menjadi bahan setengah jadi dengan baik, efisien dan berkualitas sehingga mampu menembus pasar ekspor bubuk kakao dunia dengan jumlah yang besar.

4.3.8 Potensi Kakao Indonesia di Pasar Dunia

Konsumsi kakao dunia dari tahun ke tahun menunjukkan tren meningkat, Indonesia sebagai salah satu produsen kakao dunia berkesempatan

untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kualitas kakao Indonesia pada dasarnya tidak kalah dengan kakao negara lain dimana bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai cita rasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana, dan kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh sehingga cocok dipakai untuk *blending*. Industri pengolahan makanan banyak membutuhkan kakao sebagai bahan pencampur dan pemberi rasa. Sejalan dengan keunggulan tersebut, peluang pasar kakao Indonesia cukup terbuka baik ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dengan kata lain, potensi untuk

menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka. Namun demikian dari berbagai peluang yang menjanjikan, agribisnis kakao Indonesia masih menghadapi berbagai masalah kompleks diantaranya produktivitas kebun masih rendah akibat serangan hama penggerek buah kakao (PBK), kualitas produk masih rendah serta masih belum optimalnya pengembangan produk hilir kakao. Rendahnya kualitas produk kakao diantaranya disebabkan karena keterbatasan dalam pengelolaan pasca panen buah kakao dimana belum terimplementasikannya cara pengolahan yang sesuai standar.

5.1 KESIMPULAN

1. Daya saing Malaysia dan Indonesia untuk komoditas CPO (*Crude Palm Oil*) tinggi.
2. Indonesia masih memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing ekspor CPO di atas Malaysia, terutama dalam luas lahan dan sumberdaya manusia yang melimpah.
3. Indonesia memiliki daya saing ekspor lemah pada komoditas karet alam (*natural rubber*)
4. Indonesia memiliki daya saing ekspor tinggi pada komoditas karet olahan (*rubber nat dry*)
5. Indonesia memiliki daya saing ekspor yang kuat pada komoditas biji kakao (*cocoa beans*) dan berbagai olahannya (*cocoa butter, cocoa husks; shell, dan cocoa powder & cake*)
6. Indonesia memiliki daya saing ekspor yang lemah pada olahan kakao berupa *cocoa paste*

5.2. SARAN

Setidaknya ada tiga hal yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kelapa sawit di Indonesia. Pertama, perlunya pengembangan lembaga riset dan pengembangan di bidang kelapa sawit untuk mendukung pengembangan produksi kelapa sawit maupun industri hilirnya (produk turunannya). Malaysia yang merupakan produsen kelapa sawit dunia, memiliki *Malaysian Palm Oil Board* yang merupakan leburan dua lembaga yakni lembaga riset dan perizinan.

Kedua, perlunya lembaga promosi khusus untuk mempromosikan produk kelapa sawit Indonesia ke negara-negara tujuan ekspor untuk meningkatkan akses pemasaran produk Indonesia di pasar internasional. Di Malaysia, pemerintah berperan

sangat besar dalam mempromosikan produknya di luar negeri. Di samping memiliki *Malaysian Palm Oil Promotion*, melalui konsep integrasi pemasaran negara ini melancarkan promosi di tujuh negara yang dananya berasal dari pemerintah, serta secara aktif melakukan negosiasi penjualan dengan pemerintah setempat, terutama dalam pengenaan bea masuk.

Ketiga, komitmen yang tinggi dari pemerintah untuk pengembangan industri kelapa sawit yang diwujudkan antara lain dalam bentuk *blue print* yang jelas tentang pengembangan industri kelapa sawit Indonesia, kebijakan yang mendukung pengembangan industri dari hulu hingga ke hilir, dan kegiatan pengembangan industri kelapa sawit yang terkoordinir dan terintegrasi diantara instansi terkait, serta penciptaan iklim investasi yang lebih kondusif untuk meningkatkan minat investasi di bidang industri kelapa sawit.

Salah satu strategi kunci yang diyakini mampu meningkatkan daya saing adalah dengan perbaikan-perbaikan teknologi, baik pada tingkat *on-farm* maupun *off-farm*, termasuk yang berkaitan dengan pengelolaan limbah. Di samping itu, dukungan kebijakan pemerintah yang kondusif juga sangat penting dalam meningkatkan daya saing industri kelapa sawit Indonesia. Tuntutan akan teknologi baru serta kebijakan yang kondusif bersifat dinamis sehingga penelitian (riset) menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing industri kelapa sawit Indonesia .

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2004. *Karet : Strategi Pemasaran Budidaya dan Pengolahan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- . 2007. *Gambaran Sekilas Industri Kakao*. Pusat Data dan Informasi. Departemen Perindustrian, Jakarta.
- , 2009. Background Paper. *Kajian Industri dan Perdagangan Kakao*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- Basri, F. 2002. *Perekonomian Indonesia : Tantangan dan Harapan bagi kebangkitan Ekonomi Indonesia*. Erlangga. Jakarta.
- Buana, L. Dan U. Fadjar. 2000. *Perkembangan dan Prospek Komoditas Minyak Sawit. Tinjauan Komoditas Perkebunan* Vol. I (1) : 61-63.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2007. *Rencana Strategik Pembangunan Perkebunan 2005 – 2007*. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Dradjat, B. dan C. Nancy. 2000. *Perkembangan Karet Alam Dunia 1995–1999. Tinjauan Komoditas Perkebunan* Vol. I (1) : 3–11.
- Dradjat, B. dan C. Nancy. 2000. *Perkembangan Karet Alam Tahun 2000–2001. Tinjauan Komoditas Perkebunan* Vol. I (1) : 3–11.
- Dradjat, B., R. Suprihatini dan T. Wahyudi. 2003. *Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Industri Hilir Perkebunan : Kasus Kakao*. Lembaga Riset Perkebunan Indonesia. Bogor.
- Gibson, P., J. Wainio, D. Whitley, dan M. Bohman. 2001. *Profiles of Tarrifs in Global Agricultural Markets*. Market and Trade Economics Division, Economic Research Service, US Department of Agriculture. *Agricultural Economic Report* No. 796.
- Goenadi, D.H., W.R. Susila, dan Witjaksana D. 2005. *Kebutuhan Riset untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Kelapa Sawit Indonesia*. Lembaga Riset Perkebunan Indonesia.
- Herman dan S. Wardhani. 2000. *Perkembangan dan Prospek Komoditas Kakao. Tinjauan Komoditas Perkebunan* Vol. I (1) : 55–58.
- Malian, H.A. *Kebijakan Perdagangan Internasional Komoditas Pertanian Indonesia. Analisis Kebijakan Pertanian* (AKP) Vol II (2) : 135–156. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Mutakhin, F. 2008. *Kebijakan Direvitalisasi, Ekspor Pertanian Terdongkrak. Economic review*, vol. 211. Jakarta.
- Nurasa T, Muslim, 2009. *Perkembangan Kakao Indonesia dan Dampak Penerapan Kebijakan Eskalasi Tarif di Pasaran Dunia*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.

Prasetyani, M. Dan E. Miranti, 2005. *Potensi dan Prospek Bisnis Kelapa Sawit Indonesia*. Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia.

Silalahi, A.V. 2008. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Karet Indonesia*. Tesis. Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.

Wahyudi, A., D. Djaenudin, S. Wulandari, dan Erwidodo. 2001. Dinamika dan Antisipasi Pengembangan Hasil Perkebunan. *Prosiding Perspektif Pembangunan Pertanian dan*

Kehutanan Tahun 2001 ke Depan : Buku I. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.

<http://www.gapkindo.org/index.php/id/component/content/article/1-artikel/157-luas-perkebunan-karet-id.html>

<http://www.gapkindo.org/index.php/id/kontribusi-karet-dan-produk-karet-indonesia-selama-5-tahun-terakhir.html>

<http://www.gapkindo.org/index.php/id/berita/130-forkas-karet.html>

About CWTS UGM

The Center for World Trade Studies at Universitas Gadjah Mada (CWTS UGM) was initiated by the consent and concerns among policy makers, practitioners in international trade, and Universitas Gadjah Mada (UGM) academicians on trends of unequal exchanges resulted from the current practices in international trade. As part of the so-called economic globalization processes and phenomenon, world trade is an arena where asymmetrical relations in trade among nations will eventually implicate to other aspects, such as politics, law, socio-cultural life and various public sectors including education, health, public services, food and agriculture, technology, etc. Despite its main tasks to harmonize international trade and implement non-discriminatory principles, World Trade Organization (WTO) is an indivisible institution dealing with those unequal exchanges. As many would believe, WTO itself is indeed identical to those asymmetrical exchanges.

It is in such a context that the Center is designed and developed i.e. critically investigate a variety of trends in global trade which are in turn constructive as policy inputs and recommendation of action for government officials, the public, and other private practitioners who are ready for and anticipate for issues, challenges as well as opportunities in global trade. CWTS UGM is therefore intended to be an independent research and academic institute accountable for its objective critical studies on world trade and other related issues oriented towards scientific enterprise and policy advocacy.

ISBN 978-602-18085-1-1



9 786021 808511

Bulaksumur C-7. Yogyakarta 55281

Telp/Fax. +62 274 580273

E-mail. cwts.ugm@gmail.com or cwts@ugm.ac.id

Web. <http://cwts.ugm.ac.id>