

ANALISIS POSISI DAYA SAING CRUDE PALM OIL (CPO) INDONESIA DI ENAM NEGARA IMPORTIR UTAMA

Chitra Erizona¹, Dompok MT Napitupulu², Rozaina Ningsih²

¹Alumni of the Agribusiness Study Program, Postgraduate Program, Jambi University

²Lecturer of the Agribusiness Study Program, Postgraduate Program, Jambi University

Email : Chitraeldisa09@gmail.com

ABSTRACT

CPO is the world main vegetable oil that has the highest production and consumption levels compared to other major vegetable oils. The high level of world consumption of CPO is because in addition to higher production, CPO also has the lowest price compared to other major vegetable oils. Indonesia as the largest CPO exporter in the world makes a major contribution to meeting the world's vegetable oil needs. Indonesia exports CPO to six major importing countries, namely India, the Netherlands, Singapore, Malaysia, Spain and Italy. However, Indonesia's CPO export activities fluctuated to six major importing countries. Indonesia's CPO has the potential to be developed, but also has obstacles in the form of non-tariff barriers in the form of a CPO black campaign from the European Union. The purpose of this study is to analyze the development of Indonesian CPO exports in the six main importing countries, and analyze the competitiveness of Indonesian CPO and countries that are optimistic and potential for the development of Indonesian CPO exports in the six main importing countries. This study uses time series data from 1991 - 2020. The methods used are RCA, EPD, X-Model. The results of the study during the period 1991 - 2020 showed that the average development of Indonesian CPO exports fluctuated and tended to increase in India, Singapore, Malaysia, Spain and Italy, and fluctuated tended to decrease in the Netherlands. Indonesian CPO has strong competitiveness in the six main importing countries, is in a rising star position in the India, Malaysia, Spain and Italy markets, is in a falling star position in the Singapore market and is in a retreat position in the Dutch market. CPO exports have an optimistic market development potential in the Indian, Malaysian, Spanish, Italian markets and a potential market development potential in the Singapore market.

Keywords : *export, competitiveness, CPO, black campaign CPO*

PENDAHULUAN

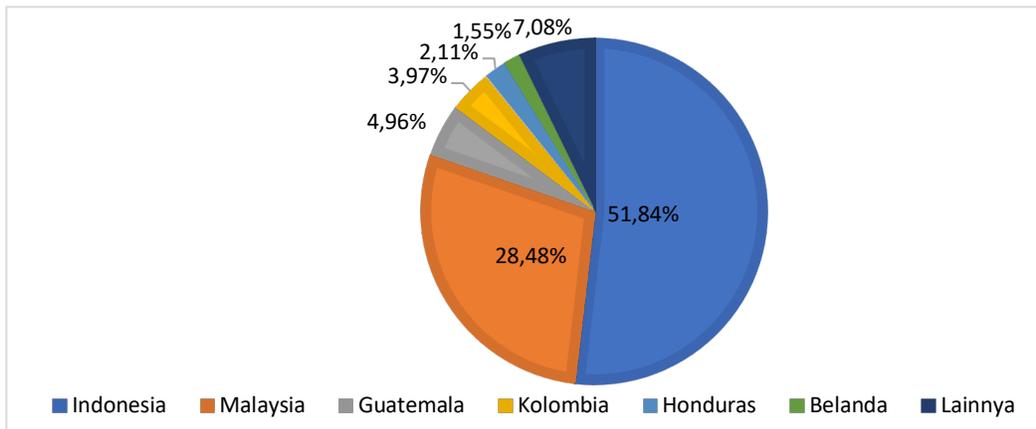
Minyak nabati merupakan salah satu komoditas perdagangan yang penting dan banyak diperdagangkan secara global. Minyak nabati digunakan hampir di seluruh produk pangan dan merupakan komponen yang penting bagi industri; mulai dari sabun, produk perawatan kulit, lilin, parfum, kosmetik, produk perawatan kayu, sampai insulator listrik. Minyak nabati juga digunakan sebagai bahan dasar biofuel untuk menggantikan minyak bumi karena sifatnya yang dapat diperbarui, ramah lingkungan, dan mudah terurai oleh alam. Permintaan minyak nabati dunia terus meningkat dari tahun ke tahun dan mendorong meningkatnya pertumbuhan perkebunan tanaman penghasil minyak nabati. Tingginya permintaan pasar dunia mendorong industri minyak nabati tumbuh sebagai salah satu industri komoditas yang berpengaruh besar terhadap pembangunan bagi negara produsen (BPPK Kemenlu RI, 2019).

Minyak nabati utama dunia terdiri dari CPO, *soybean oil*, *rapeseed oil* dan *sunflower oil*. Produksi CPO menunjukkan tren peningkatan yang paling signifikan dibandingkan jenis minyak nabati lainnya.

Berdasarkan data USDA, CPO sampai tahun 2019/2020 merupakan penyumbang terbesar produksi minyak nabati global, dengan total produksi mencapai 73,18 juta ton, diikuti oleh *soybean oil* sebesar 57,92 juta ton, *rapeseed oil* sebesar 27,98 juta ton dan *sunflower oil* sebesar 21,5 juta ton.

Kebutuhan konsumsi minyak nabati dunia semakin lama semakin meningkat. Rata – rata konsumsi minyak nabati utama dunia yaitu CPO, *soybean oil*, *rapeseed oil* dan *sunflower oil* mengalami peningkatan. Berdasarkan data USDA, selama periode 2015/2016 sampai 2019/2020 konsumsi minyak nabati tertinggi berasal dari CPO dan mengalami rata – rata pertumbuhan sebesar 5,96 persen. Tingginya tingkat konsumsi dunia terhadap CPO karena selain produksinya yang lebih tinggi, CPO juga memiliki harga terendah dibandingkan minyak nabati utama lainnya, kemudian diikuti oleh harga *soybean oil*, harga *rapeseed oil* dan harga *sunflower oil*. Berdasarkan data IMF (2021), selama periode tahun 1991 sampai 2020, secara berturut-turut harga rata-rata per ton untuk CPO, *soybean oil*, *rapeseed oil* dan *sunflower oil* adalah 551 US\$, *soybean oil* 660 US\$, *rapeseed oil* 759 US\$ dan 868 US\$. Dengan harga yang rendah, CPO sangat kompetitif untuk bersaing dengan minyak nabati utama lainnya.

Indonesia merupakan negara eksportir CPO terbesar didunia. Berdasarkan gambar 1 dibawah ini, dapat dilihat bahwa kontribusi Indonesia pada tahun 2016 – 2020 sebagai negara eksportir CPO sebesar 51,84 persen, diikuti oleh negara Malaysia sebesar 28,48 persen, Guatemala dengan kontribusi 4,96 persen, Kolombia dengan kontribusi sebesar 3,97 persen, Honduras dengan kontribusi sebesar 2,11 persen, dan Belanda dengan kontribusi sebesar 1,55 persen.

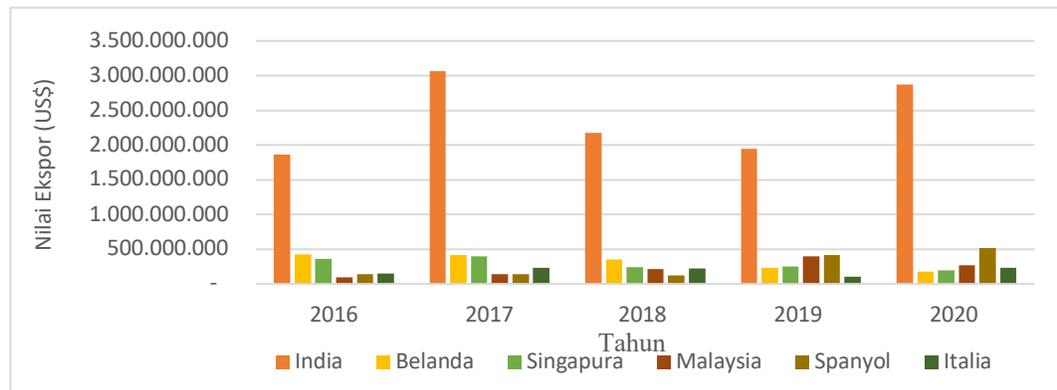


Sumber : Un Comtrade, diolah (2021)

Gambar 1. Negara Eksportir CPO Dunia Tahun 2016 – 2020

Menurut data FAO dan *Oil World*, konsumsi minyak nabati untuk pangan (*edible oil*) baru mencapai 20 kg/kapita, sedangkan untuk non pangan (*non-edible oil*) baru sekitar 7,6 kg/kapita atau total sekitar 27,6 kg/kapita. Menuju tahun 2050 konsumsi minyak nabati dunia diproyeksikan akan naik menjadi sekitar 40 kg/kapita yaitu untuk *edible oil* sekitar 25 kg/kapita dan *non edible oil* diperkirakan 15 kg/kapita. Pertumbuhan konsumsi *non edible* tersebut mencakup untuk biofuel dan biomaterial seperti detergent, sabun, toiletries/cosmetics, biolubrikan. Makin menipisnya cadangan energi fosil dunia (minyak bumi, gas dan batubara) akan meningkatkan produksi biofuel dan material. Sekitar 40 persen dari kebutuhan minyak nabati dunia tersebut bergantung pada industri CPO Indonesia karena Malaysia tidak punya ruang lagi untuk meningkatkan ekspansi sawit namun peningkatan produktivitas masih terbuka (GAPKI, 2017).

Indonesia mengekspor CPO ke beberapa negara importir utama. Berdasarkan gambar 2 dibawah ini, negara importir CPO Indonesia terbesar secara urut pada tahun 2016 - 2020 yaitu India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia. Nilai ekspor CPO Indonesia terbesar yaitu ke pasar India. Nilai ekspor rata-rata CPO Indonesia ke pasar India mencapai 63,92 persen dari total nilai ekspor CPO Indonesia ke pasar internasional.



Sumber : Uncomtrade (2021)

Gambar 2. Negara Importir Utama CPO berdasarkan Nilai Ekspor CPO Indonesia Tahun 2016 – 2020 (US\$)

Bila dilihat berdasarkan kebutuhan konsumsi minyak nabati dunia, CPO memberikan kontribusi terbesar dan kebutuhan konsumsi yang cenderung meningkat, namun bila dibandingkan dengan nilai ekspor CPO Indonesia ke enam negara importir utama cenderung berfluktuasi. Posisi Indonesia sebagai eksportir CPO dunia yang memberikan kontribusi yang besar pada minyak nabati dunia dan memiliki peluang yang besar dalam pengembangan ekspor CPO menyebabkan Indonesia mendapat tekanan dari Uni Eropa yaitu berupa *black campaign* minyak nabati di pasar global, tekanan dari Uni Eropa yang berusaha menekan laju ekspor CPO ke Uni Eropa karena ketergantungan Uni Eropa yang semakin tinggi terhadap CPO dan berusaha mengamankan *rapeseed oil*, *sunflower oil* dan *soybean oil* yang merupakan produk domestiknya. Isu lingkungan, kesehatan, keberlanjutan dan konflik sosial merupakan sentimen negatif yang dilakukan Uni Eropa untuk CPO Indonesia. Isu lingkungan selain mengenai pengaruh buruk minyak sawit terhadap iklim global, terdapat isu mengenai pembantaian terhadap orang utan yang terjadi di beberapa perkebunan kelapa sawit, sampai diberlakukannya aksi boikot kelapa sawit karena kelapa sawit Indonesia diindikasikan tidak ramah lingkungan.

Black campaign termasuk salah satu bagian dari hambatan non tarif. Hambatan non tarif biasanya dilakukan oleh suatu negara untuk memproteksi produk domestiknya. Menurut Salvatore (2017), hambatan perdagangan non tarif (*Nontariff Trade Barrier* - NTB) telah menjadi lebih penting dibandingkan tarif sebagai hambatan akan arus perdagangan internasional dan sebagai ancaman besar terhadap perdagangan dunia.

CPO Indonesia memiliki potensi yang besar karena peran Indonesia sebagai eksportir CPO terbesar didunia dan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan minyak nabati dunia, namun memiliki hambatan dalam kegiatan ekspornya serta terjadinya fluktuasi ekspor CPO di enam negara importir utama. Oleh karena itu, penting dilakukan analisis daya saing CPO Indonesia, analisis pasar yang optimis dan potensial untuk pengembangan ekspor CPO Indonesia di enam negara importir utama.

METODE PENELITIAN

Komoditi perkebunan Indonesia banyak yang berpotensi untuk dilakukan pengembangan ekspor, terutama komoditi perkebunan unggulan Indonesia. Penelitian ini difokuskan untuk membahas komoditi CPO dengan kode HS 151110. Periode penelitian yang digunakan adalah periode tiga puluh tahun yaitu tahun 1991 sampai 2020. Pasar ekspor yang dikembangkan adalah enam pasar importir utama CPO Indonesia yaitu India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol, dan Italia. Enam negara tujuan utama tersebut dipilih dengan melihat nilai dari ekspor CPO Indonesia ke negara tersebut dan termasuk negara tujuan ekspor CPO terbesar di pasar internasional.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Sumber data berasal dari Badan Pusat Statistik, Dirjen Perkebunan, Kementerian Perdagangan, UN Comtrade, WITS, World Bank, USDA, FAOSTAT, IMF, UNCTAD dan berbagai literatur dari media cetak maupun internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab tujuan pertama dengan menggunakan persamaan perkembangan ekspor dan persamaan kontribusi ekspor, untuk menjawab tujuan kedua dengan menggunakan menggunakan metode *Revelead Comparative Advantage (RCA)*, *Export Product Dynamic (EPD)* dan *X-Model Potential Export Products (X-Model)*.

a. Perkembangan Ekspor

Persamaan perkembangan volume ekspor CPO Indonesia menggunakan rumus sebagai berikut :

$$GX = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana :

GN : Perkembangan volume ekspor CPO Indonesia per tahun (%)

X_t : Volume ekspor CPO Indonesia pada tahun tertentu (US\$)

X_{t-1} : Volume ekspor CPO Indonesia pada tahun sebelumnya (US\$)

Persamaan perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia :

$$GN = \frac{NX_t - NX_{t-1}}{NX_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana :

GN : Perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia per tahun (%)

NX_t : Nilai ekspor CPO Indonesia pada tahun tertentu (US\$)

NX_{t-1} : Nilai ekspor CPO Indonesia pada tahun sebelumnya (US\$)

b. *Revelead Comparative Advantage (RCA)*

Revelead Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur daya saing atau keunggulan komparatif di suatu wilayah, baik negara, provinsi, dan lain-lain. Variabel yang digunakan adalah kinerja ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor di wilayah yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk di dalam perdagangan dunia internasional.

Adapun rumus dari RCA adalah sebagai berikut :

$$RCA_i = \frac{X_{aj}/X_{tj}}{W_{aj}/W_{tj}}$$

dimana :

- RCA : Indeks daya saing
- X_{aj} : Nilai ekspor CPO Indonesia ke negara j
- X_{tj} : Nilai total ekspor Indonesia ke negara j
- W_{aj} : Nilai ekspor CPO dunia ke negara j
- W_{tj} : Nilai total ekspor dunia ke negara j

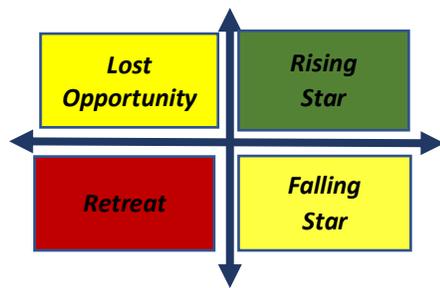
Hasil perhitungan nilai RCA menunjukkan dua kemungkinan, yaitu bila nilai RCA lebih dari satu ($RCA > 1$) maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sehingga komoditas tersebut memiliki nilai daya saing yang kuat. Apabila nilai RCA kurang dari satu ($RCA < 1$) maka keunggulan komparatif negara tersebut di bawah rata-rata dunia sehingga komoditas tersebut dianggap memiliki daya saing yang lemah.

c. *Export Product Dynamics (EPD)*

Export Product Dynamics (EPD) merupakan salah satu indikator yang mengukur posisi pasar dari produk suatu negara. Ukuran EPD ini mampu membandingkan kinerja ekspor negara-negara di seluruh dunia. Selain mengukur posisi pasar, dengan EPD juga dapat diketahui dinamis atau tidaknya performa suatu produk. Matriks EPD terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung dari pertumbuhan permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, dimana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Kombinasi antara daya tarik pasar dan kekuatan bisnis tersebut menghasilkan posisi karakter dari produk yang dianalisis ke dalam empat kategori, yaitu *Rising Star*, *Falling Star*, *Lost Opportunity*, dan *Retreat*.

Posisi pasar yang ideal berada pada posisi *Rising Star*, sedangkan posisi yang tidak diinginkan adalah posisi *Lost Opportunity*, dan *Retreat*. Posisi *Rising Star* menunjukkan bahwa negara tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar pada produk yang bertumbuh cepat (*fast – growing products*). Posisi *Lost Opportunity* menunjukkan bahwa terjadi penurunan pangsa pasar pada produk – produk yang dinamis. Posisi *Falling Star* ini lebih baik dibandingkan dengan *Lost Opportunity* karena pangsa pasarnya tetap meningkat. Serta posisi *Retreat* merupakan posisi yang paling tidak diinginkan karena menggambarkan terjadi penurunan pangsa pasar dan diikuti penurunan permintaan terhadap produk tersebut.

Gambar 3 yang berbentuk kuadran dengan sumbu X menggambarkan peningkatan pangsa pasar ekspor negara tersebut di perdagangan dunia atau daya tarik pasar. Sedangkan sumbu Y menggambarkan peningkatan pangsa pasar produk tersebut diperdagangan dunia atau informasi kekuatan bisnis.



Sumber : Estherhuizen (2006)

Gambar 3. Posisi Daya Saing Produk dengan Metode *Export Product Dynamics*

Keterangan :

X : Pangsa pasar ekspor suatu negara pada perdagangan dunia

Y : Pangsa pasar produk suatu negara pada perdagangan dunia

Pangsa pasar ekspor suatu negara dan pangsa produk dalam perdagangan internasional tercermin dalam rumus perhitungan sumbu x dan sumbu y, yaitu adalah sebagai berikut :

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

Sumbu x : Pertumbuhan pangsa pasar ekspor

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

Sumbu y : Pertumbuhan pangsa pasar produk

Dimana:

X_{aj} : Nilai ekspor CPO Indonesia ke negara j

W_{aj} : Nilai ekspor CPO dunia ke negara j

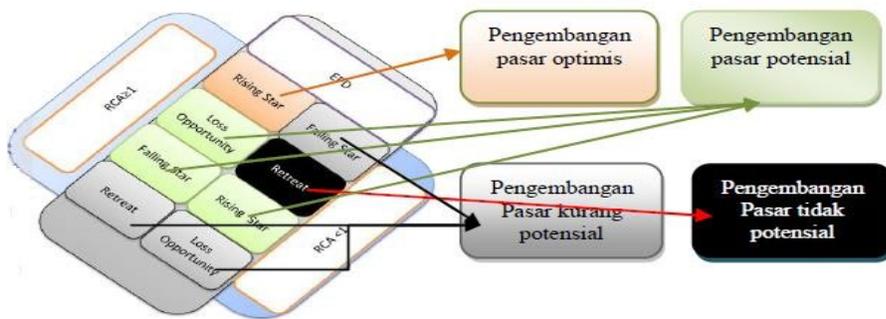
X_{tj} : Nilai total ekspor Indonesia ke negara j

W_{tj} : Nilai total ekspor dunia ke negara j

T : Jumlah tahun

d. X-Model Potential Export Products (X-Model)

X-Model Potential Export Products merupakan metode digunakan yang digunakan untuk melakukan klusterisasi produk yang memiliki potensi pengembangan tinggi atau rendah di wilayah tertentu. Metode ini menggabungkan antara metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan metode *Export Product Dynamics (EPD)*. Metode klusterisasi ini dilakukan untuk memfokuskan pasar perdagangan. Dengan metode ini dapat disimpulkan apakah komoditas yang dianalisis memiliki pengembangan pasar yang optimis, pengembangan pasar potensial, pengembangan pasar kurang potensial dan pengembangan pasar yang tidak potensial di negara tujuan ekspor.



Gambar 4. Metode X - Model Potential Export Products

e. Nilai Pangsa Pasar (*Market Share*)

Nilai pangsa pasar merupakan salah satu indikator untuk melihat seberapa besar kemampuan suatu komoditas bersaing dengan kompetitornya. Persamaan nilai share pasar ekspor CPO Indonesia di masing-masing negara importir dihitung dengan menggunakan rumus :

$$MS_{aj} = \frac{X_{aj}}{W_{aj}} \times 100\%$$

MS_{aj} : Nilai share pasar CPO Indonesia di negara j (%)

X_{aj} : Nilai ekspor CPO Indonesia ke negara j

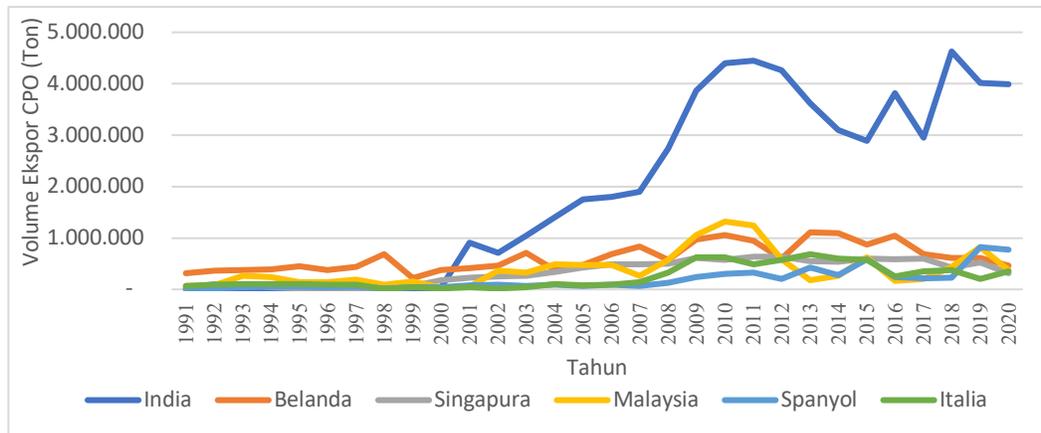
W_{aj} : Nilai ekspor CPO dunia ke negara j

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekspor CPO Indonesia di Enam Negara Importir Utama

Perkembangan ekspor CPO Indonesia merupakan salah satu aspek yang menentukan daya saing CPO Indonesia di pasar internasional. Perkembangan ekspor CPO Indonesia bisa dilihat dari 2 sisi yaitu dari volume ekspor dan nilai ekspor. Selama periode tahun 1991 sampai 2020 rata-rata perkembangan volume ekspor CPO Indonesia ke pasar internasional yaitu sebesar 13,09 persen dan rata – rata perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia ke pasar internasional sebesar 16,89 persen per tahun.

Negara tujuan utama ekspor CPO Indonesia adalah India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia. Pada tahun 1991 sampai tahun 2020 volume ekspor CPO Indonesia ke enam negara importir utama cenderung berfluktuasi, namun dengan rata-rata perkembangan yang positif. Rata – rata perkembangan volume ekspor CPO Indonesia per tahun ke India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia secara berturut-turut yaitu 2.158,31 persen, 5,87 persen, 186,67 persen, 40,78 persen, 30,56 persen dan 31,50 persen. Rata – rata perkembangan volume ekspor CPO Indonesia tertinggi yaitu ke India dan terendah yaitu ke Belanda. Perkembangan volume ekspor CPO Indonesia didukung oleh peningkatan jumlah produksi dan permintaan ekspor CPO dari negara importir. Perkembangan volume ekspor CPO dapat dilihat pada Gambar 5 dibawah ini.



Sumber : Uncomtrade, 2021

Gambar 5 Perkembangan Volume Ekspor CPO Indonesia di Enam Negara Importir pada Tahun 1991 – 2020

Pada tahun 1998, volume ekspor CPO Indonesia mengalami penurunan yang signifikan ke seluruh negara importir karena terjadinya krisis ekonomi di Indonesia. Saat itu, Pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan pembatasan ekspor untuk memproteksi ketersediaan CPO untuk kebutuhan domestik. Pemerintah meningkatkan pajak ekspor hingga pada bulan Juli pemerintah melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 334/KMK.01/1998 menetapkan pajak ekspor minyak sawit menjadi 60 persen. Kemudian pada tahun 1999, Pemerintah kembali merunokan pajak ekspor secara bertahap dan pada tanggal 2 Juli 1999 pemerintah melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 360/KMK.01/1999 kembali menurunkan pajak ekspor menjadi 10 persen (Satria Nugroho, 2014). Adanya pembatasan ekspor dan pajak ekspor yang tinggi hingga 60 persen pada tahun 1998 menyebabkan volume ekspor di semua negara importir mengalami penurunan yang signifikan, dan pada tahun 1999 dengan adanya penurunan pajak ekspor menjadi 10 persen, volume ekspor ke negara-negara importir kembali meningkat tajam.

Pada tahun 2007, terjadi kenaikan harga CPO internasional hingga 72,53 persen yang dipengaruhi oleh kenaikan harga minyak bumi dan adanya isu pengembangan biodiesel dari CPO. Volume ekspor CPO ke beberapa negara importir yaitu ke Belanda, Malaysia dan Spanyol mengalami penurunan. Selain itu, pada tahun 2007, ekspor CPO Indonesia mengalami hambatan non tarif ke Uni Eropa, berupa *black campaign* CPO. CPO Indonesia sekitar 25 persen yang tiba di pelabuhan Rotterdam, Belanda, diblokir oleh aktivis Greenpeace. Juru kampanye Kehutanan Greenpeace Internasional Sue Connor menyatakan produksi CPO sudah di luar kendali. Hutan-hutan di Indonesia dihancurkan untuk menanam kelapa sawit yang hasilnya digunakan untuk bahan margarin, kripik dan sabun cuci. Menurutnya, pembabatan hutan harus dihentikan untuk menyelamatkan hutan Indonesia dan untuk mencegah perubahan iklim yang berbahaya.

Volume ekspor CPO Indonesia ke pasar India mengalami perkembangan yang signifikan, walaupun berfluktuasi namun cenderung meningkat. Pada tahun 1991 volume ekspor CPO Indonesia hanya sebesar 13.390 ton hingga tahun 2020 mencapai 4.390.672 ton, terjadi peningkatan yang sangat tinggi yaitu hingga 328 kali lipat atau 150.941 ton per tahun. Pada saat terjadi krisis ekonomi dan adanya pembatasan ekspor, volume ekspor CPO Indonesia ke India hanya sebesar 50 ton. Volume ekspor CPO Indonesia ke India berada pada level tertinggi pada tahun 2017 yaitu sebesar 4.627.681 ton. Tingginya perkembangan ekspor CPO Indonesia ke India karena tingginya kebutuhan konsumsi minyak nabati di India. India merupakan negara dengan populasi terbesar kedua di dunia. Menurut data World

Development Indicators, jumlah populasi India pada tahun 2020 yaitu sebesar 1.380.004.385 orang. Menurut A. I. Sulistyanto dan R. Akyuwen, et.al. (2010), tingginya volume ekspor CPO Indonesia ke India karena tingginya kebutuhan konsumsi minyak nabati di India. Fluktuasi terutama disebabkan dinamika kebutuhan minyak nabati yang mengikuti pertumbuhan penduduk dan kondisi perekonomian. Selain itu, terdapat kebijakan standar betha karoten CPO sebesar 500 ppm dan tarif bea masuk yang tinggi yang diberlakukan di India.

Volume ekspor CPO Indonesia ke Belanda berfluktuasi cenderung menurun. Pada tahun 1991 sampai tahun 1999, Belanda merupakan negara eksportir terbesar CPO Indonesia, namun sejak tahun 2000 hingga tahun 2020, ekspor CPO Indonesia lebih dominan ke negara India. Pada tahun 1991 hingga tahun 2012 volume ekspor CPO Indonesia ke Belanda cenderung mengalami peningkatan. Penurunan terjadi pada tahun 1998, yaitu saat krisis ekonomi Indonesia, volume ekspor CPO Indonesia ke Belanda berada pada level terendah yaitu hanya sebesar 219.110 ton, mengalami penurunan hingga 67,85 persen dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2012 mencapai level volume ekspor tertinggi yaitu sebesar 1.109.526 ton. Selanjutnya, kembali berfluktuasi dan cenderung menurun hingga tahun 2020. Penurunan volume ekspor ini, bila dilihat dari pangsa pasar terjadi penurunan yang signifikan, pada tahun 1991 pangsa pasar CPO di Belanda sebesar 92,84 persen dan pada tahun 2020 menjadi 17,33 persen. Terjadinya penurunan pangsa pasar artinya CPO dari eksportir lainnya mengalami peningkatan di pasar Belanda, terutama dari negara eksportir CPO terbesar kedua setelah Indonesia, yaitu Malaysia.

Negara tujuan ekspor CPO Indonesia terbesar ketiga adalah Singapura. Singapura mengimpor CPO dari Indonesia untuk diekspor kembali dan sebagian digunakan untuk kebutuhan industri dalam negeri. Konsumsi CPO Singapura diantaranya digunakan sebagai bahan baku utama untuk memproduksi minyak goreng, biodiesel, serta sabun, sampo, deterjen, dan kosmetik (Kedutaan Besar Republik Indonesia Singapura 2013). Perkembangan volume ekspor CPO Indonesia ke Singapura juga berfluktuasi. Pada tahun 1991 hingga tahun 1997, volume ekspor CPO Indonesia ke Singapura berfluktuasi dan menurun signifikan pada tahun 1998 dan merupakan volume ekspor CPO Indonesia ke Singapura pada level terendah selama periode penelitian yaitu hanya sebesar 1.422 ton. Kemudian mulai tahun 1999 hingga 2009, volume ekspor CPO terus mengalami peningkatan dan pada tahun 2010 hingga tahun 2020, kembali cenderung berfluktuasi.

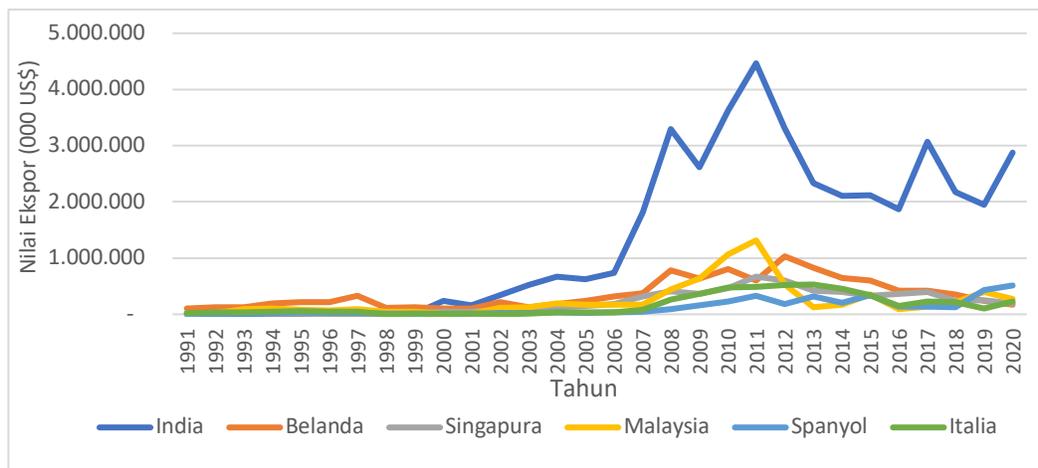
Pada negara Malaysia, perkembangan volume ekspor CPO Indonesia juga cenderung mengalami fluktuasi. Selama tahun 1991 sampai tahun 1997 volume ekspor CPO Indonesia berfluktuasi dan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 1998 dengan volume ekspor hanya sebesar 95.938 ton, akibat dari krisis ekonomi Indonesia. Pada tahun 1999 mengalami peningkatan, namun hingga tahun 2020 volume ekspor cenderung berfluktuasi. Volume ekspor CPO Indonesia berada pada level terendah pada tahun 2000 dengan volume ekspor hanya sebesar 36.348 ton dan volume ekspor level tertinggi berada pada tahun 2010 dengan volume ekspor mencapai 1.318.387 ton.

Pada negara Spanyol, volume ekspor CPO Indonesia ke Spanyol berfluktuasi dan cenderung meningkat. Pada tahun 1991 sampai tahun 1997 volume ekspor CPO mengalami fluktuasi, dan pada tahun 1998 volume ekspor CPO Indonesia ke Spanyol juga mengalami penurunan sebesar 68,97 persen sebagai akibat dari krisis ekonomi Indonesia, dari sebelumnya volume ekspor sebesar 59.450 ton menjadi 18.450 ton. Selanjutnya tahun 1999 hingga tahun 2019 mengalami fluktuasi, dan pada tahun 2019 ini volume ekspor CPO Indonesia ke Spanyol mencapai level tertinggi yaitu 821.718 ton dengan peningkatan yang

cukup signifikan yaitu sebesar 258,83 persen. Namun, pada tahun 2020 sedikit mengalami penurunan sebesar 6,32 persen.

Perkembangan volume ekspor CPO Indonesia ke Italia juga berfluktuasi cenderung meningkat dan rata-rata perkembangan volume ekspor CPO Indonesia ke pasar Italia yaitu sebesar 31,50 persen. Sama dengan negara importir utama lainnya, pada tahun 1998 saat terjadinya krisis ekonomi Indonesia, volume ekspor CPO ke Italia juga mengalami penurunan sangat signifikan yaitu sebesar 89,79 persen. Selanjutnya setelah krisis ekonomi Indonesia berlalu, volume ekspor kembali mengalami peningkatan namun cenderung berfluktuasi hingga tahun 2020. Pada tahun 2013, volume ekspor CPO Indonesia ke Italia berada pada level tertinggi hingga mencapai 683.552 ton.

Pada tahun 1991 sampai tahun 2020 perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia ke enam negara importir utama cenderung berfluktuasi, namun dengan rata-rata perkembangan yang positif. Rata – rata perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia per tahun ke India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia secara berturut-turut yaitu 1.149,39 persen, 9,19 persen, 45,60 persen, 51,94 persen, 30,31 persen dan 32,89 persen. Rata – rata perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia terbesar yaitu ke India dan terendah yaitu ke Belanda. Perkembangan nilai ekspor CPO Indonesia dipengaruhi oleh volume ekspor dan harga ekspor CPO. Perkembangan ekspor CPO di enam negara importir dapat dilihat pada Gambar 6 dibawah ini.



Sumber : Uncomtrade, 2021

Gambar 6 Nilai Ekspor CPO Indonesia di Enam Negara Importir Utama pada Tahun 1991 – 2020

Pada tahun 1991 sampai tahun 1999, nilai ekspor CPO Indonesia tertinggi yaitu ke Belanda karena selama periode tersebut volume ekspor CPO Indonesia tertinggi berasal dari Belanda. Sedangkan, pada tahun 2000 hingga 2020, nilai ekspor CPO Indonesia tertinggi yaitu nilai ekspor CPO ke India karena volume ekspor tertinggi pada periode tersebut yaitu ke negara India. Secara keseluruhan, pasar yang paling mendominasi selama 30 tahun terakhir yaitu India dengan total nilai ekspor hingga mencapai 40.894.548.188 US\$.

Pada tahun 2011, nilai ekspor CPO Indonesia mengalami peningkatan di semua negara importir utama, kecuali Belanda. Padahal jika dilihat dari volume ekspor CPO, pada tahun 2011 mengalami penurunan. Peningkatan nilai ekspor CPO terjadi karena harga ekspor CPO mengalami kenaikan harga yang cukup signifikan, dan pada tahun tersebut merupakan tahun dengan harga ekspor CPO tertinggi

selama periode tahun penelitian. Pada tahun 2011 ini Uni Eropa (EU) memberlakukan *EU Directive* mengenai ketentuan emisi rumah kaca yang melarang Uni Eropa mengimpor CPO untuk biofuel karena komoditas ini dianggap tidak memenuhi ketentuan pembatasan emisi. Tingginya nilai ekspor CPO Indonesia karena pada tahun 2011, harga minyak nabati utama dunia mengalami peningkatan, termasuk harga CPO dunia. Berdasarkan data IMF, tahun 2011 harga CPO internasional mengalami peningkatan dan mencapai 1.076,50 US\$ per ton, harga CPO tersebut merupakan harga CPO tertinggi selama periode penelitian. Berdasarkan data Uncomtrade, harga masing-masing ekspor CPO di enam negara importir secara berturut-turut di India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia yaitu 1.049 US\$, 998 US\$, 1.059 US\$, 1.057 US\$, 1.017 US\$.

Walaupun mengalami perkembangan yang berfluktuasi, secara rata-rata perkembangan volume ekspor CPO dan nilai ekspor CPO Indonesia mengalami rata-rata perkembangan yang positif. Pada pasar India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia, CPO Indonesia mengalami perkembangan ekspor yang berfluktuasi cenderung meningkat, dan hanya di pasar Belanda, CPO Indonesia mengalami perkembangan ekspor berfluktuasi cenderung menurun. Rata-rata persentase perkembangan ekspor CPO Indonesia yang cukup besar baik dilihat dari perkembangan volume ekspor maupun nilai ekspor menunjukkan adanya keberhasilan ekspor CPO Indonesia. Menurut Rawung dan Kambey (2019), dalam dunia global, keberhasilan ekspor berfungsi sebagai ukuran untuk daya saing suatu negara industri dan mengarah pada pertumbuhan yang lebih cepat.

Daya Saing Ekspor CPO Indonesia dan Klusterisasi Pasar Perdagangan

Metode RCA merupakan metode untuk mengetahui daya saing suatu komoditas di pasar tujuan ekspornya. Daya saing merupakan salah satu aspek yang terus ditingkatkan untuk bertahan di pasar dunia. Metode RCA mengukur share ekspor komoditas suatu negara dibandingkan dengan share ekspor dunia komoditas tersebut ke pasar tujuan yang sama. Nilai yang dihasilkan dari pengukuran metode RCA ini akan berkisar antara nol sampai tak terhingga. Suatu komoditas dikatakan memiliki daya saing jika nilai RCA > 1, sedangkan dikatakan tidak berdaya saing jika nilai RCA < 1.

Tabel 1 Nilai Rata – Rata RCA CPO Indonesia di Enam Negara Utama Tujuan Ekspor Periode Tahun 1991 – 2020

No	Negara	Rata – rata Nilai RCA
1	India	32,47
2	Belanda	69,96
3	Singapura	16,80
4	Malaysia	33,38
5	Spanyol	124,49
6	Italia	170,19

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan nilai RCA CPO Indonesia di enam negara tujuan utama ekspor periode tahun 1991 – 2020 menunjukkan bahwa CPO Indonesia memiliki nilai RCA > 1 di negara India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia. Yang artinya di enam negara tujuan utama ekspor CPO

Indonesia memiliki daya saing yang kuat. Nilai rata – rata CPO Indonesia yang tertinggi hingga terendah secara berturut – turut yaitu Italia sebesar 170,19, Spanyol 124,49, Belanda 69,96, Malaysia 33,38, India 32,47, dan Singapura 16,80. Dari enam negara tujuan utama ekspor tersebut, tiga negara diantaranya merupakan negara yang termasuk Uni Eropa dan CPO Indonesia di negara – negara tersebut memiliki daya saing yang sangat kuat. Hal ini terjadi karena CPO di negara – negara Eropa semuanya berasal dari negara luar dan eksportir CPO terbesar di dunia adalah Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Valiandra (2018), yang menyatakan pada umumnya CPO Indonesia memiliki daya saing yang kuat pada seluruh negara tujuan utama dan nilai RCA yang didapatkan relatif besar terhadap negara-negara Eropa, karena CPO Indonesia memiliki keunggulan absolut di negara-negara tersebut. Daya saing CPO Indonesia yang kuat di pasar India, Belanda, Malaysia, Singapura, Spanyol dan Italia sangat berpotensi untuk pengembangan ekspor CPO di negara-negara tersebut. Karena salah satu alat ukur untuk melihat potensi pengembangan ekspor bisa dilihat dari nilai daya saing suatu negara.

Analisis lainnya mengenai daya saing CPO Indonesia dilakukan menggunakan metode EPD. Metode ini mengukur posisi pasar CPO Indonesia untuk tujuan pasar utama yang diteliti yaitu dengan melihat pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar produk. Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis EPD menunjukkan bahwa pasar ekspor CPO Indonesia berada pada posisi yang berbeda-beda. CPO Indonesia berada pada posisi *rising star* di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia, berada pada posisi *falling star* di pasar Singapura dan berada pada posisi *retreat* di pasar Belanda. CPO Indonesia di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia memiliki pangsa pasar yang tumbuh cepat dan dinamis, dan ini merupakan posisi yang paling ideal. Sementara, CPO Indonesia di pasar Singapura mengalami pertumbuhan pangsa pasar ekspor namun kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produk. Hal ini dilihat dari nilai pertumbuhan pangsa pasar produknya yang bernilai negative yaitu nilai ekspor total Indonesia ke pasar tersebut bila dibandingkan dengan nilai ekspor total dunia ke pasar tersebut dari tahun ke tahun cenderung mengalami penurunan. Sedangkan, CPO Indonesia di pasar Belanda mengalami pangsa pasar yang hilang dan produk tidak dinamis.

Tabel 2. Hasil EPD CPO Indonesia di Enam Negara Utama Tujuan Ekspor

Negara	Nilai EPD		Posisi Pasar
	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	
India	108,57	8,13	<i>Rising Star</i>
Belanda	-0,22	-1,17	<i>Retreat</i>
Singapura	20,20	-0,45	<i>Falling Star</i>
Malaysia	4,94	4,76	<i>Rising Star</i>
Spanyol	3,98	2,88	<i>Rising Star</i>
Italia	4,20	0,68	<i>Rising Star</i>

Sumber : Data Olahan (2021)

Hasil estimasi EPD CPO Indonesia di Spanyol dan Italia berada pada posisi *rising star* dan Belanda berada pada posisi *retreat* sejalan dengan hasil penelitian Gisa R. Khairunisa dan Tanti Novianti (2017), yaitu minyak sawit (CPO) Indonesia ke Uni Eropa berada pada posisi *rising star* kecuali Belanda pada posisi

retreat dan Denmark pada posisi *falling star*. Kondisi *retreat* dan *falling star* mengindikasikan terjadinya penurunan permintaan.

Pertumbuhan pangsa pasar ekspor CPO di Negara India sangat tinggi yaitu mencapai 108,57 persen karena kebutuhan konsumsi CPO di India cukup tinggi. Sesuai dengan penelitian Yonanda dan Suhadak (2019), India memanfaatkan harga minyak kelapa sawit (CPO) yang murah untuk memenuhi kebutuhan akan minyak nabati di negaranya, selain itu juga dimanfaatkan sebagai *biodiesel* untuk mengurangi emisi karbon yang diakibatkan dari bahan bakar fosil. Pengalihan tersebut dilakukan karena India diketahui sebagai salah satu negara penyumbang emisi karbon terbesar di dunia.

Selanjutnya setelah didapat hasil analisis RCA dan EPD, dilakukan klusterisasi potensi pengembangan pasar dengan menggunakan metode *X- Model Potential Export Products*. Analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan hasil analisis RCA dan EPD yang telah diperoleh. Dengan menggunakan metode ini, hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing CPO Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu dari sisi RCA dan juga EPD. Dari analisis ini akan diketahui potensi pengembangan pasar CPO Indonesia. Potensi pengembangan pasar tersebut dibagi menjadi empat kluster, yaitu potensi pengembangan pasar optimis, potensi pengembangan pasar potensial, potensi pengembangan pasar kurang potensial dan potensi pengembangan pasar tidak potensial.

Tabel 3 Hasil Analisis X - Model CPO Indonesia di Enam Negara Importir Utama Tahun 1991 – 2020

Negara	RCA	EPD	X – Model
India	32,47	<i>Rising Star</i>	Pengembangan Pasar Optimis
Belanda	69,96	<i>Retreat</i>	Pengembangan Pasar Kurang Potensial
Singapura	16,80	<i>Falling Star</i>	Pengembangan Pasar Potensial
Malaysia	33,38	<i>Rising Star</i>	Pengembangan Pasar Optimis
Spanyol	124,49	<i>Rising Star</i>	Pengembangan Pasar Optimis
Italia	170,19	<i>Rising Star</i>	Pengembangan Pasar Optimis

Sumber : Data Olahan (2021)

Pada Tabel 3, dapat dilihat hasil analisis *X-Model* CPO Indonesia. Berdasarkan hasil analisis, ekspor CPO memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia. Di pasar-pasar tersebut komoditas CPO Indonesia berdaya saing kuat sekaligus berada pada posisi *rising star*. Komoditas CPO Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar potensial di pasar Singapura karena CPO Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan berada pada posisi *falling star*. CPO Indonesia di pasar Singapura masih potensial untuk dikembangkan walaupun pertumbuhan pangsa produk mengalami penurunan namun CPO memiliki daya saing yang kuat dan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dinamis. Sedangkan di pasar Belanda, ekspor CPO Indonesia memiliki potensi pengembangan kurang potensial karena komoditas CPO Indonesia walaupun berdaya saing kuat namun berada pada posisi *retreat* yaitu pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa produk mengalami penurunan.

Bila dilihat dari nilai share pasar, CPO Indonesia di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia cenderung berfluktuasi, namun rata - rata nilai share pasar masih cukup tinggi yaitu di pasar India sebesar 67,02 %, Malaysia 89,32%, Spanyol 72,13 %, dan Italia sebesar 69,75 %, sehingga sangat optimis dilakukan pengembangan ekspor CPO di negara – negara tersebut yaitu memiliki daya saing yang kuat,

pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk bersifat dinamis dan didukung dengan nilai share pasar yang cukup tinggi. Pada pasar Singapura, CPO Indonesia memiliki nilai share pasar sebesar 81,34%, walaupun pertumbuhan produk tidak dinamis namun daya saing CPO yang kuat, pertumbuhan pangsa pasar ekspor bernilai positif dan nilai share pasar yg cukup tinggi sehingga masih potensial untuk dilakukan pengembangan ekspor CPO di pasar Singapura. Sedangkan di pasar Belanda, rata-rata nilai share pasar CPO Indonesia di Belanda sebesar 53,34% namun dengan grafik yang terus menurun dari share pasar 92,39% pada tahun 1991 menurun hingga hanya 19,31% pada tahun 2020, dan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk tidak dinamis, serta CPO Indonesia di pasar Belanda hanya memiliki daya saing yang kuat sehingga kurang potensial untuk dilakukan pengembangan ekspor CPO di negara tersebut.

Pertumbuhan negatif pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk CPO Indonesia di Belanda sangat tidak diharapkan. Pada awal periode penelitian hingga tahun 1999, Belanda merupakan eksportir CPO Indonesia yang terbesar. Pada periode 1991 hingga 2002, CPO Indonesia setiap tahunnya memiliki pangsa pasar tertinggi di Belanda, namun periode 2003 hingga 2020 posisi pangsa pasar CPO tertinggi di Belanda tidak selalu dari CPO Indonesia, terjadi persaingan yang sangat ketat antara Indonesia dengan negara-negara eksportir CPO lainnya terutama Malaysia.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil analisa yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu perkembangan ekspor CPO Indonesia selama periode 1991 – 2020 ke India, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia berfluktuasi dengan kecenderungan meningkat sedangkan ke Belanda berfluktuasi dengan kecenderungan menurun. CPO Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar India, Belanda, Singapura, Malaysia, Spanyol dan Italia. CPO Indonesia berada pada posisi *rising star* di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia, berada pada posisi *falling star* di pasar Singapura dan berada pada posisi *retreat* di pasar Belanda. CPO Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar India, Malaysia, Spanyol dan Italia, memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial di pasar Singapura dan memiliki potensi pengembangan pasar yang kurang potensial di pasar Belanda.

Potensi pengembangan CPO Indonesia yang kurang potensial di Belanda, sangat berdampak pada pengembangan ekspor CPO Indonesia ke negara-negara Uni Eropa, karena Belanda sebagai negara basis ekspor memiliki pelabuhan Rotterdam sebagai pintu masuk penghubung ke negara-negara Uni Eropa. Kondisi ini sangat perlu menjadi perhatian Pemerintah, dan sangat perlu diupayakan untuk meraih kembali posisi pangsa pasar tertinggi CPO di Belanda dan mengupayakan terjadinya kembali pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk CPO yang positif. Selain itu, Pemerintah Indonesia juga perlu melakukan penguatan posisi Indonesia di Lembaga WTO, aktif dalam meningkatkan kerjasama internasional, regional dan bilateral, agar pasar CPO Indonesia semakin luas di pasar internasional. Semakin luasnya pasar merupakan penyangga yang efektif terhadap kinerja pengembangan ekspor CPO karena mengurangi ketergantungan terhadap negara tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Estherhuizen, D. 2006. An Evaluation of The Competitiveness of the South African Agribusiness Sector. [Dissertation]. Pretoria (ZAF): University of Pretoria.
- GAPKI. 2017. *Sawit Indonesia Harapan Minyak Nabati 2050*. <https://gapki.id/news/3327/sawit-indonesia-harapan-minyak-nabati-dunia-menuju-2050>
- Khairunisa, G. R. dan Novianti, T. 2017. *Daya Saing Minyak Sawit dan Dampak Renewable Energy Directive (RED) Uni Eropa terhadap Ekspor Indonesia di Pasar Uni Eropa*. [Jurnal FEM]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Nugroho, Satria. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Minyak Sawit dan Minyak Inti Sawit Indonesia*. [Skripsi]. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Multilateral. 2019. *Kajian Mandiri Tahun 2019. Peran Diplomasi dalam Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Tinjauan terhadap Pengelolaan Industri Minyak Nabati*. Jakarta : Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luan Negeri RI.
- Rawung, S. S. dan Kambey, J. 2019. *Kinerja Ekspor dan Perspektif Teori*. Malang : CV. Seribu Bintang.
- Salvatore, D. 2014. *Ekonomi Internasional*. Edisi 9, Buku 2. Jakarta : Penerbit Salemba 4.
- Sue Connor (Juru Kampanye Kehutanan Greenpeace Internasional. 2007. *Pengiriman CPO RI Diblokir Greenpeace di Belanda* <https://economy.okezone.com/read/2007/11/24/19/63328/pengiriman-cpo-ri-diblokir-greenpeace-di-belanda>.
- Sulistiyanto, A. I., Akyuwen R. 2010. *Dinamika Produksi dan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia*. Yogyakarta : Sekolah Pascasarjana Universitas Gajah Mada.
- Valiandra, A dan Widyastutik. 2018. *Analisis Daya Saing dan Dampak Non Tariff Measures (NTMs) terhadap Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Negara Tujuan Utama*. [Tesis]. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor.
- Yonanda, A.D. dan Suhadak. 2019. *Pengaruh Black Campaign Kelapa Sawit terhadap Harga Kelapa Sawit Dunia dan Ekspor Kelapa Sawit Indonesia. (Studi pada Negara Belanda, Spanyol, Cina dan India periode Agustus 2016 – Oktober 2017)*. [Jurnal]. Malang : Universitas Brawijaya.