

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perdagangan bebas dan globalisasi semakin berkembang dengan ditandai adanya liberalisasi perdagangan, investasi, serta kemajuan di bidang komunikasi dan teknologi (Dipayana, 2018). Perkembangan tersebut turut menunjukkan bahwa perdagangan internasional menjadi sebuah hal penting karena tidak ada satu negarapun yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan masyarakatnya tanpa melakukan perdagangan internasional dengan negara lain. Perdagangan internasional sendiri merupakan perdagangan antara dua pihak negara yang berbeda yang dimana mayoritas dilakukan dalam bentuk ekspor dan impor (Rinaldy, Ikhlas, & Utama, 2018).

Perdagangan internasional erat kaitannya dengan ekspor. Kegiatan ekspor sendiri merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean yang meliputi keseluruhan wilayah meliputi daratan, perairan dan ruang udara setelah memenuhi ketentuan tertentu yang berlaku (Anjarwi, 2021). Tujuan kegiatan ekspor adalah meningkatkan laba perusahaan melalui pasar serta memperoleh harga jual yang lebih baik (optimalisasi laba), membuka pasar baru di luar negeri sebagai perluasan pasar domestik (Amir, 2004).

Berdasarkan teori perdagangan internasional, faktor faktor yang mempengaruhi ekspor dapat dilihat dari sisi permintaan dan sisi penawaran. Dari sisi permintaan, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, nilai tukar, pendapatan dunia dan kebijakan perdagangan luar negeri dan kebijakan devaluasi di negara eksportir, sedangkan dari sisi penawaran, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, harga domestic, nilai tukar, teknologi, upah

tenaga kerja, harga input modal dan kebijakan negara eksportir (Ekananda, 2014).

Berbicara mengenai ekspor, salah satu komoditas unggulan Indonesia ialah *crude palm oil* (CPO) yang setiap tahunnya diekspor ke negara di Kawasan Asia maupun Eropa. Pada tahun 2022, terdapat lima negara pengimpor CPO terbesar dari Indonesia. Total ekspor CPO ke lima negara tersebut mencapai 95,38% terhadap total ekspor CPO Indonesia. India, dengan volume eskpor terbesar hingga mencapai 2,88 juta ton atau setara dnegan 83,45% dari total volume ekspor CPO Indonesia dengan nilai US\$ 2,85 miliar.

Negara	Volume Ekspor CPO Tahun 2022
India	83,45%
Italia	4.20%
Malaysia	2.81%
Kenya	2.56%
Belanda	2.36%
Lainnya	4.62%

Tabel 1.1 Volume Ekspor CPO Indonesia tahun 2022

Sumber : Statistik Kelapa Sawit Indonesia, 2022

Pada tahun 2022, volume ekspor CPO Indonesia meningkat menjadi 0,51 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 1,73 juta. Total ekspor didominasi oleh *Other Palm Oil* dengan volume sebesar 0,382 ribu ton dengan jumlah nilai ekspor mencapai US\$ 1.401 juta.

Pangsa pasar utama dalam kegiatan ekspor minyak sawit adalah wilayah Asia (Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Republik Indonesia, 2021). Hal ini terlihat dari data yang dipublikasikan oleh (Badan Pusat Statistik, 2020) negara Asia yang banyak mengimpor minyak kelapa sawit

dari Indonesia adalah India, Tiongkok, Pakistan, Bangladesh hingga Singapura (BPS,2021).



Gambar 1.1 Nilai Ekspor CPO Indonesia di Pasar Asia

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data di atas, negara dengan pengimpor CPO dari Indonesia ialah India, yang disusul oleh Tiongkok, Pakistan, Bangladesh, dan Singapura. India sebagai pengimpor terbesar dengan total volume ekspor mencapai 42.072 ton. Disusul dengan China dengan total volume ekspor sebesar 33.706 ton. Serta total volume ekspor CPO Indonesia di tahun 2015 hingga tahun 2022 mencapai 219.895 ton. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas CPO Indonesia sudah diakui di berbagai negara. Produktivitas CPO Indonesia mencapai 3,745 kg/ha dan total produksi sebanyak 8,96 juta ton (Statistik Kelapa Sawit,2021). Tingkat produktivitas terhadap CPO yang tinggi dan berkualitas menjadikan Indonesia sebagai negara pengeksport CPO ke berbagai negara di Asia dan Eropa. Berikut penjelasan nilai dan volume ekspor CPO Indonesia di pasar Asia.

Bangladesh merupakan salah satu negara pengimpor CPO dari Indonesia, meskipun total nilai maupun volume impor yang dilakukan tidak sebanyak negara China dan India. Bangladesh konsisten untuk mengimpor *crude palm oil* dari Indonesia. Berikut penjabaran untuk nilai maupun volume ekspor Indonesia ke Bangladesh dalam rentang waktu 2015 – 2022.



Gambar 1.2 Nilai Ekspor CPO Indonesia di Bangladesh 2015 - 2022

Sumber : UN COMTRADE

Berdasarkan grafik di atas, dalam rentang waktu 2015 hingga 2022, nilai ekspor CPO Indonesia terhadap negara Bangladesh dapat dikatakan stabil. Nilai ekspor terendah terjadi di tahun 2016 dengan total nilai ekspor hanya mencapai 575.417.634 US\$ dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 1.475.160.645 US\$. Hal ini menandakan bahwa kualitas *crude palm oil* Indonesia diminati di pasar Bangladesh.



Gambar 1.3 Nilai Ekspor CPO Indonesia di China 2015 - 2022

Sumber : UN COMTRADE

Berdasarkan grafik di atas, dalam rentang waktu 2015 hingga 2022, nilai ekspor CPO Indonesia terhadap negara China dapat dikatakan stabil. Meskipun mengalami naik turun beberapa kali, salah satunya di tahun 2020. Penurunan tersebut tidak signifikan yaitu dari 2.637.075.536 US\$ di tahun 2019 menurun menjadi 2.490.157.357 di tahun 2020. Penurunan tersebut tidak berlangsung lama karena pada tahun 2021 kembali meningkat, dimana nilai ekspor CPO Indonesia mencapai 4.250.630.591 di tahun 2021. Tahun berikutnya mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu menjadi 3.565.136.911 US\$. China merupakan negara pengimpor CPO terbesar dari Indonesia, berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa total nilai ekspor CPO terhadap China berkisar di angka juta US\$. Hal ini berbeda dengan Singapura yang nilai ekspor CPO nya hanya mencapai ratusan US\$.



Gambar 1.4 Nilai Ekspor CPO Indonesia di India 2015 - 2022

Sumber : UN COMTRADE

Berdasarkan grafik di atas, dalam rentang waktu 2015 hingga 2022, nilai ekspor CPO Indonesia terhadap negara India dapat dikatakan fluktuatif. Nilai ekspor terendah terjadi di tahun 2020 dengan total nilai ekspor hanya mencapai 114.381.673 US\$. Hal ini jarang terjadi, karena India merupakan salah satu negara pengimpor CPO terbesar dari Indonesia.

Penurunan nilai ekspor di tahun 2020 terjadi dikarenakan meningkatnya harga CPO Internasional yang turut mempengaruhi harga CPO Indonesia pada saat itu. Selain itu di tahun tersebut, Indonesia sedang mengalami kekurangan minyak goreng yang menggunakan bahan dasar CPO, sehingga terdapat larangan dalam melakukan ekspor CPO ke berbagai negara. Hal inilah yang menyebabkan penurunan drastis nilai ekspor CPO terhadap India.

Penurunan tersebut tidak berlangsung lama, karena ketika pemerintah Indonesia sudah Kembali memberikan izin ekspor CPO maka pada tahun 2021, nilai ekspor CPO Kembali meningkat di angka 1.236.951.555 US\$. Peningkatan tersebut terus berlanjut hingga di tahun 2022 dengan mencapai

2.469.553.282 US\$. dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 1.475.160.645 US\$.



Gambar 1.5 Nilai Ekspor CPO Indonesia di Pakistan 2015 - 2022

Sumber : UN COMTRADE

Berdasarkan grafik di atas, dalam rentang waktu 2015 hingga 2022, nilai ekspor CPO Indonesia terhadap negara Pakistan dapat dikatakan mengalami peningkatan yang stabil. Peningkatan nilai ekspor yang signifikan terjadi di rentang tahun 2020 – 2022. Pada tahun 2020 nilai ekspor CPO mencapai 1.614.271.032, ketika India dan China mengalami penurunan impor CPO, Pakistan justru mengalami peningkatan. Dari tahun 2020 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu menjadi 2.767.641.017 di tahun 2021. Peningkatan tersebut terus berlanjut hingga mencapai 3.113.489.403 di tahun 2022 melebihi nilai ekspor India di tahun yang sama. Hal ini menandakan bahwa kualitas dan daya saing CPO Indonesia berdaya saing di Pakistan.



Gambar 1.6 Nilai Ekspor CPO Indonesia di Singapura 2015 - 2022

Sumber : UN COMTRADE

Berdasarkan grafik di atas, dalam rentang waktu 2015 hingga 2022, nilai ekspor CPO Indonesia terhadap negara Singapura dapat dikatakan fluktuatif. Nilai ekspor terendah terjadi di tahun 2018 yang hanya mencapai 154.903 US\$ dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 141.230.233 US\$. Singapura melakukan impor CPO bukan hanya dari Indonesia, hal itulah yang menyebabkan nilai ekspor CPO terhadap Singapura tidak besar nilainya. Singapura mengimpor CPO juga dari Malaysia, Uni Emirat Arab, dan negara penghasil CPO lainnya.

Trend positif ekspor CPO Indonesia harus dipertahankan dengan baik agar Indonesia tidak kehilangan identitas sebagai penghasil ekspor CPO berkualitas. Untuk menjaga dan meningkatkan eksistensi *crude palm oil* Indonesia, tentunya memerlukan daya saing suatu komoditas. Daya saing merupakan kemampuan bersaing suatu industri maupun perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di dunia internasional (Saptana, 2010). Meskipun Indonesia memiliki *track record* yang baik dalam ekspor

CPO, dalam pelaksanaannya terdapat hambatan hambatan dalam kegiatan ekspor tersebut. Indonesia menerapkan dua pajak ekspor berupa tarif bea keluar dan pungutan ekspor dengan penerapan pajak ekspor yang nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan competitor yaitu Malaysia, sehingga berdampak pada penurunan ekspor CPO Indonesia (Niken, 2022). Hal ini diperkuat dengan yang terjadi di tahun 2019 dimana volume ekspor ke negara India mengalami penurunan dikarenakan tarif bea masuk dari Indonesia lebih tinggi Sembilan persen dari Malaysia, dimana Indonesia menerapkan tarif bea masuk 54% sedangkan Malaysia menerapkan 45% sehingga India memilih untuk impor CPO dari Malaysia dibandingkan Indonesia.

Hambatan lainnya adalah minimnya ketersediaan akomodasi atau kapal yang digunakan untuk membawa minyak sawit sehingga berdampak pada sedikitnya kapasitas minyak sawit yang dapat dibawa karena minimnya akomodasi. Dilansir dari artikel yang diunggah oleh portal berita Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, hal lain yang dikeluhkan adalah tingginya harga tandan buah segar serta proses perizinan ekspor kelapa sawit yang terkesan berbelit.

Porter mendefinisikan daya saing internasional apabila suatu negara memiliki empat factor yang menunjang daya saing diantaranya kondisi factor produksi yang memadai, permintaan domestic serta adanya indsutri terkait maupun industri pendukung dan strategi perusahaan, struktur persaingan (Dipayana, 2018). Daya saing suatu komoditas dapat diukur menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang dapat membandingkan antara nilai ekspor komoditi suatu negara dan total nilai ekspor dunia (Hutahaean & Djuliansa, 2020).

Daya saing salah satunya ditentukan oleh harga produk yang disebabkan dari upah nominal, tingkat kurs dan produktivitas tenaga kerja. Dengan tujuan

mengukur daya saing harga, maka menggunakan indeks harga ekspor, biaya produksi dan harga konsumen. Dalam pandangan ini, harga komoditas yang meningkat dapat melemahkan daya saing internasional sebuah negara (Dipayana, 2018).

Daya saing ditentukan oleh harga produk yang diakibatkan oleh tingkat kurs dan produktivitas tenaga kerja (Dipayana, 2018). Semakin produktif tenaga kerja dalam memproduksi suatu barang, maka semakin besar peluang ekspor komoditas di negara tersebut. Meningkatnya produksi dapat meningkatkan keunggulan komparatif suatu negara.

Selain produktivitas tenaga kerja, nilai tukar turut dapat mempengaruhi daya saing suatu negara. Nilai tukar riil menunjukkan nilai suatu nilai tukar barang di suatu negara dengan negara lain sehingga dapat digunakan untuk mengukur daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional (Ekananda, 2014).

Beberapa penelitian terkait daya saing ekspor CPO salah satunya diteliti oleh (Sukirno & Mustopa Romdhon, 2020). Metode yang digunakan ialah *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Export Product Dynamic (EPD)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor RCA Indonesia, Malaysia, Nigeria dan Papua Nugini bernilai lebih dari 1 (> 1). Posisi daya saing Indonesia, Malaysia dan Papua Nugini berada di kategori *Rising Star* kecuali Nigeria yang berada pada kategori *Lost Opportunity*. Penelitian mengenai daya saing ekspor industri dilakukan (Isventina, 2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing suatu komoditas dipengaruhi oleh salah satunya produktivitas tenaga kerja dan nilai tukar riil.

Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian yang dijelaskan di atas ialah, penelitian akan berfokus pada daya saing ekspor CPO Indonesia di pasar Asia diantaranya India, Tiongkok, Pakistan, Singapura dan Bangladesh.

Metode penelitian yang digunakan ialah *Revealed Comparative Advantage* dan regresi data panel.

Semakin meningkatnya nilai maupun volume ekspor CPO Indonesia, tentunya bukan tanpa hambatan dalam pelaksanaannya. Pastinya terdapat sepaik terjang dan berbagai hambatan sehingga memerlukan adanya kajian mendalam mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing CPO Indonesia. Hal ini bertujuan agar nantinya Indonesia dapat memiliki target dan tujuan utama dalam ekspor CPO ke berbagai negara tujuan. Dengan demikian, berdasarkan paparan masalah yang menjadi latar belakang pada penelitian ini, penulis mengambil judul Analisis Daya Saing *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia Di Pasar Asia.



1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Faktor faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing *Crude Palm Oil* di Pasar Asia?
2. Bagaimana tingkat daya saing komoditas *Crude Palm Oil* di Pasar Asia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, penulis merumuskan tujuan diadakannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Faktor faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing *Crude Palm Oil* di Pasar Asia
2. Untuk mengetahui tingkat daya saing komoditas *Crude Palm Oil* di Pasar Asia

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat berguna bagi semua pihak pembaca, baik secara teoritis, maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang tingkat daya saing Indonesia di Perdagangan Internasional.
2. Secara praktis, diharap sebagai bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan pemerintah dalam menentukan strategi peningkatan daya saing Indonesia secara aplikatif untuk meningkatkan perekonomian Indonesia.