

POSISI KEUNGGULAN KOMPETITIF DAYA SAING KARET INDONESIA

Achmad Amiruddin¹ *, Heliawaty¹, Alfirah Fadhilah¹

¹Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Kec. Tamalanrea, Kota
Makassar, Sulawesi Selatan, 90245

*E-mail korespondensi: achmad_amiruddin@unhas.ac.id

ABSTRACT

Indonesia being one of the countries with the largest rubber productivity gives Indonesia potential and opportunities in international trade. The increase in the automotive and motor vehicle industries on the world market has led to higher demand for rubber. This study aims to analyze competitiveness through the competitive advantage of Indonesian natural rubber in export destination countries, namely the United States, Japan, China, India and South Korea. The analytical method used is Export Product Dynamics to measure competitive advantage, as well as the X-Model Potential Export analysis to see the potential for commodity development in export destination countries. The EPD calculation results show that Indonesia's natural rubber only has a competitive advantage in the United States. As well as the analysis of the X Model Potential Export Product showing the optimistic potential for the development of Indonesian natural rubber for the United States, potential for China, India and South Korea, but less potential for Japan.

Keywords: *Competitive, Industry, Rubber*

ABSTRAK

Indonesia menjadi salah satu negara dengan produktivitas terbesar karet memberikan Indonesia potensi dan peluang dalam perdagangan internasional. Meningkatnya industri otomotif dan kendaraan bermotor di pasar dunia menyebabkan makin tingginya permintaan karet. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis daya saing melalui keunggulan kompetitif karet alam Indonesia di negara tujuan ekspor yakni Amerika Serikat, Jepang, China, India, dan Korea Selatan. Metode analisis yang digunakan adalah *Export Product Dynamics* untuk mengukur keunggulan kompetitif, serta analisis *X-Model Potential Export* untuk melihat potensi pengembangan komoditas di negara tujuan ekspor. Hasil perhitungan EPD menunjukkan karet alam Indonesia hanya memiliki keunggulan kompetitif di negara Amerika Serikat. Serta analisis X Model Potential Export menunjukkan potensi pengembangan karet alam Indonesia yang optimis ke negara Amerika Serikat, Potensial untuk negara China, India, dan Korea Selatan, namun kurang potensial untuk negara Jepang.

Kata Kunci: *Industri, Karet, Kompetitif*

PENDAHULUAN

Karet merupakan salah satu tanaman ekspor Indonesia yang memiliki peluang besar dalam perdagangan dunia. Peningkatan harga minyak bumi yang sangat tajam di pasaran internasional, menyebabkan permintaan terhadap karet alam naik

pesat (Habibi, 2019). Karet merupakan komoditi ekspor Indonesia. Berdasarkan data dari FAO tahun 2014 - 2018, Indonesia merupakan negara produsen kedua karet dengan produktivitas tertinggi di dunia setelah Thailand. Sebagai produsen karet terbesar ke-dua di dunia, jumlah

persediaan karet alam Indonesia amat penting untuk pasar dunia.

Kondisi pasar karet di dunia menunjukkan situasi yang baik. Harga karet terus meningkat, sejalan dengan meningkatnya permintaan karet alam. Mengingat harga karet dunia yang relatif stabil, maka perkebunan karet Indonesia diperkirakan akan terus berlanjut dan perlu mendapatkan perhatian agar terus memiliki produktivitas yang tinggi (Perdana, 2020) Sejalan dengan meningkatnya industri otomotif dan kendaraan bermotor di pasar dunia, maka perkembangan karet alam Indonesia akan terus meningkat dan memiliki pasarnya sendiri. Konsumsi karet untuk negara-negara yang menjadi industri otomotif seperti Amerika Serikat, Jepang, China, India dan Korea Selatan terus meningkat seiring dengan banyaknya produk karet seperti industri ban mobil, industri sarung tangan dan benang karet, industri alas kaki, dan industri barang-barang karet lainnya (Damanik, 2012).

Daya saing merupakan kemampuan atau keunggulan suatu komoditas dalam menembus pasar (Arsyad *et al.*, 2020). Pasar karet alam Indonesia dalam perdagangan Internasional begitu luas dan memiliki potensi sehingga dibutuhkan penelitian mengenai keunggulan kompetitif karet Indonesia. Analisis terhadap perkembangan ekspor karet alam menjadi suatu hal yang penting dalam langkah awal untuk menjabarkan kondisi daya saing komoditas karet alam Indonesia pada perdagangan internasional. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka pertanyaan peneliti yang muncul adalah bagaimana posisi keunggulan kompetitif daya saing karet indonesia?

METODE PENELITIAN

Export Product Dynamic (EPD)

Export Product Dynamics merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan dan mengukur posisi pasar dan daya saing dari produk/komoditas suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Metode EPD digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif komoditas tertentu dari suatu negara (Ningsih, 2013) Selain itu, metode EPD juga merupakan indikator untuk mengetahui gerakan dinamis (pertumbuhannya cepat) atau tidaknya suatu komoditas. Perubahan tersebut secara spesifik dapat mengidentifikasi tingkat pertumbuhan ekspor suatu komoditas. Jika tingkat pertumbuhan komoditas tersebut berada di atas rata-rata dan dalam waktu yang relatif panjang, maka komoditas tersebut dapat menjadi sumber penting dalam pendapatan ekspor suatu negara (Ramadhan, 2011)

Persamaan EPD dapat dituliskan sebagai berikut:

Sumbu x : pertumbuhan pangsa pasar ekspor i

Persamaan EPD dapat dituliskan sebagai berikut:

Sumbu x : pertumbuhan pangsa pasar ekspor i

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

Sumbu y : pertumbuhan pangsa produk

$$\frac{\sum_{t-1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t \times 100\% - \sum_{t-1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor karet Indonesia di negara tujuan ekspor

X_t = Nilai ekspor total komoditas Indonesia di negara tujuan ekspor

Wij = Nilai ekspor karet dunia di negara tujuan ekspor
Wt = Nilai ekspor total komoditas dunia di negara tujuan ekspor

T = Jumlah tahun analisis yang digunakan

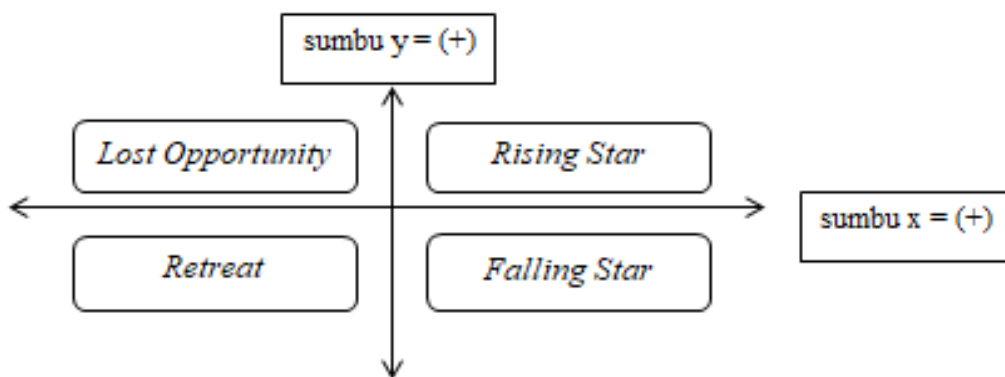
Tabel 1. Matriks Posisi Daya Saing dalam Metode EPD

<i>Share of Country's Export in World Trade</i>	<i>Share of Product in World Trade</i>	
	<i>Rising (Dynamic)</i>	<i>Falling (Stagnant)</i>
<i>Rising (Competitive)</i>	<i>Rising Star</i>	<i>Falling Star</i>
<i>Falling (Non-Competitive)</i>	<i>Lost Opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber: Bappenas (2009)

Matriks EPD terdiri empat kategori yaitu *Rising star*, *Lost Opportunity*, *Falling Star*, dan *Retreat*. Kategori *Rising Star* diterjemahkan sebagai posisi pasar tertinggi, posisi ini dianggap sebagai posisi pasar yang ideal. Sedangkan kategori *Lost Opportunity* menunjukkan posisi daya saing atau kondisi pasar yang tidak diharapkan karena pada posisi ini terjadi penurunan pangsa pasar yang berakibat pada hilangnya peluang suatu negara untuk menguasai pangsa ekspor produk di pasar internasional. Kategori

selanjutnya adalah *Falling Star*, yang apabila dibandingkan dengan posisi *Lost Opportunity*, kategori ini masih lebih baik. pada kategori ini, peningkatan pangsa pasar masih terjadi, namun tidak terdapat produk yang dinamis pada pasar global. kategori *retreat* terjadi pada kondisi yang sudah tidak menginginkan produk dari negara tersebut (Balqis and Yanuar, 2021) Agar lebih mudah dalam melihat posisi daya saing suatu komoditas tertentu terhadap pasar tertentu, nilai EPD dipetakan dalam matriks posisi daya saing berikut:



Gambar 1. Matriks Posisi Daya Saing
Sumber: Bappenas, 2019

Keterangan:

- Sumbu x menggambarkan peningkatan kekuatan bisnis atau pangsa ekspor negara tersebut di pasar tujuan tertentu
- Sumbu y menggambarkan peningkatan daya tarik pasar atau pangsa ekspor produk tersebut di pasar tujuan tertentu

HASIL DAN PEMBAHASAN Mengukur Keunggulan Kompetitif Karet Alam Indonesia

EPD adalah metode analisis untuk menganalisis komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif tertinggi serta pertumbuhan barang atau produk yang cepat pada arus perdagangan ekspor suatu negara yang

dilihat berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk. Selain menggunakan metode RCA, juga digunakan analisis EPD untuk melihat keunggulan komparatif karet alam Indonesia di negara tujuan. Hasil estimasi EPD karet alam Indonesia periode 2011-2020 dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 2. EPD Karet alam Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor tahun 2011-2020

Negara	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor	Pertumbuhan pangsa produk	Posisi EPD
Amerika Serikat	0,4516	0,0005	Rising Star
Jepang	0,1692	-0,0179	Retreat
China	-0,0685	0,0023	Lost Opportunity
India	0,0076	-0,0005	Lost Opportunity
Korea Selatan	0,3194	-0,0173	Falling Star

Sumber: Hasil Penelitian diolah (2022)

Pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa produk karet alam Indonesia ke pasar Amerika Serikat menunjukkan nilai yang positif sehingga posisi EPD berada di *Rising Star*. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan karet alam di negara Amerika Serikat mengalami peningkatan dan pangsa pasarnya mengalami pertumbuhan sehingga karet alam Indonesia dikatakan memiliki keunggulan kompetitif. Hal tersebut berarti komoditas karet alam Indonesia memiliki posisi pasar yang ideal di Amerika Serikat. Posisi *Rising Star* memungkinkan adanya pengembangan komoditas karena pasar dinilai berpotensi. Dengan rata-rata nilai RCA yang cukup besar yaitu 80,05 dan posisi daya saing yang berada di *Rising Star* maka pasar Amerika Serikat untuk komoditas karet alam Indonesia dinilai cukup baik. Karet alam Indonesia memiliki performa yang dinamis dengan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif yang cukup baik di negara Amerika Serikat. Negara tujuan lain yakni Jepang berada di

posisi *Retreat*, dimana pertumbuhan pangsa produk karet alam Indonesia di Jepang menunjukkan nilai negatif. Hal tersebut disayangkan mengingat rata-rata nilai RCA di Jepang cukup baik yaitu 20,59 yang menunjukkan bahwa karet alam Indonesia memiliki keunggulan komparatif namun tidak memiliki keunggulan kompetitif di pasar Jepang.

Karet alam Indonesia berada di posisi *falling star* untuk pasar Korea Selatan. Pertumbuhan pangsa pasar ekspor di Korea Selatan masih mengalami peningkatan, akan tetapi tidak terjadi peningkatan untuk pertumbuhan pangsa pasar produk. Karet alam Indonesia ke pasar China dan India berada di posisi *Lost Opportunity* sejalan dengan penelitian Septiani et al., 2021 hal ini disebabkan karena terjadinya penurunan pangsa pasar sehingga hilangnya peluang karet Indonesia untuk menguasai pangsa ekspor karet di pasar Internasional. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Azizah, 2018 bahwa Thailand sebagai negara pesaing ekspor

karet Indonesia memiliki keunggulan di pasar China, Korea Selatan, dan India. China melakukan investasi perkebunan karet di beberapa negara di Asia Tenggara seperti Laos, Myanmar, dan Kamboja. Sehingga investasi tersebut menyebabkan China mengimpor lebih banyak karet dari negara tersebut. Ekspor komoditas karet alam Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar potensial di pasar Korea Selatan, China dan India. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wahyudy et al., 2018 bahwa India meskipun secara perlahan namun konsisten memiliki tren positif untuk meningkat menjadi negara yang potensial dalam perdagangan karet alam Indonesia dilihat dari pertumbuhan ekspor karet Indonesia ke pasar India.

Berdasarkan hasil estimasi perhitungan nilai RCA dan nilai EPD

dapat dilakukan klasterisasi potensi karet alam Indonesia di negara tujuan ekspor. Metode yang digunakan untuk melakukan klasterisasi adalah analisis X-Model *Potential Export Product*. Pengklasterisasian tersebut diperoleh dengan memperhatikan daya saing dan posisi pasar, kemudian dapat diketahui potensi karet alam Indonesia di negara tujuan ekspor.

Berdasarkan nilai RCA dan nilai EPD karet Indonesia, selanjutnya digunakan analisis X-Model *Potential Export Product* untuk melihat pengembangan pasar produk karet alam Indonesia di negara tujuan ekspor. Adapun hasil estimasi X-Model *Potential Export Product* karet alam Indonesia di negara tujuan ekspor tahun 2011-2020 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil X-Model *Potential Export Product* Karet Alam Indonesia Di Negara Tujuan Ekspor

Negara	RCA	EPD	X-Model Product	Potential Export
Amerika Serikat	80,05	Rising star	Pengembangan Pasar	Optimis
Jepang	20,59	Retreat	Pengembangan Pasar	Kurang Potensial
China	12,40	Lost Opportunity	Pengembangan Pasar	Potensial
India	15,69	Lost Opportunity	Pengembangan Pasar	Potensial
Korea Selatan	19,55	Falling Star	Pengembangan Pasar	Potensial

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2022

Hasil estimasi rata-rata nilai RCA karet Indonesia di negara tujuan ekspor adalah lebih besar dari satu. Kemudian untuk EPD, posisi pasar karet alam Indonesia berada di posisi yang berbeda-beda sesuai dengan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar produk. Karet alam Indonesia memiliki pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar produk yang positif di negara Amerika Serikat, dengan nilai RCA yang lebih besar dari satu yaitu 80,05 maka hasil X-Model

Potential Export Product menunjukkan pengembangan pasar yang optimis. Karet alam Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif di negara Amerika Serikat. Adapun untuk negara Jepang, karet alam Indonesia berada pada posisi *retreat* dengan nilai RCA lebih besar dari satu. Hal tersebut menyebabkan pengembangan pasar kurang potensial di negara Jepang untuk komoditas karet alam Indonesia. Mengindikasikan karet alam Indonesia memiliki keunggulan komparatif namun tidak memiliki

keunggulan kompetitif di negara Jepang. Selanjutnya meskipun posisi pasar karet alam Indonesia di China dan India berada di posisi *Lost Opportunity*, dan Korea Selatan berada di posisi *falling star*, akan tetapi pasar ini memiliki potensi untuk dikembangkan karena komoditas karet alam Indonesia memiliki nilai daya saing yang kuat di pasar tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan EPD, karet alam Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar Amerika Serikat, ditunjukkan dari pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa produk yang bernilai positif. Meskipun posisi pasar karet alam Indonesia di China dan India berada di posisi *Lost Opportunity*, dan Korea Selatan berada di posisi *falling star*, akan tetapi pasar ini memiliki potensi untuk dikembangkan karena komoditas karet alam Indonesia memiliki nilai daya saing yang kuat di pasar tersebut. Karet alam Indonesia untuk pasar Jepang berada di posisi *retreat* dengan pengembangan pasar kurang potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, M. et al. (2020) 'Competitiveness of Palm Oil Products in International Trade: An Analysis between Indonesia and Malaysia', *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 35(2), p. 157. doi:10.20961/carakatani.v35i2.41091.
- Azizah, Z.N. (2018) *Posisi daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor karet alam Indonesia*. Institut Pertanian Bogor.
- Balqis, P. and Yanuar, R. (2021) 'Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa', 11(2), pp. 182–194.

doi:doi.org/10.29244/fagb.11.2.182-194.

- Damanik, S. (2012) 'Pengembangan Karet (*Havea brasiliensis*) Berkelanjutan di Indonesia', *Perspektif*, 11(1), pp. 91–102.
- Habibi, M. (2019) *Analisis Perkembangan Produksi Karet Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Ningsih, A. (2013) *Analisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan minyak atsiri Indonesia di negara tujuan ekspor*. Institut Pertanian Bogor.
- Perdana, R.P. (2020) 'Kinerja Ekonomi Karet dan Strategi Pengembangan Hilirisasinya di Indonesia', *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 37(1), p. 25. doi:10.21082/fae.v37n1.2019.25-39.
- Ramadhan, A.K. (2011) 'Daya Saing Produk Perikanan Indonesia di Beberapa Negara Importir Utama dan Dunia'.
- Septiani, Y., Rahayu, E. and Sarfiah, S.N. (2021) 'Daya Saing Karet Alam Dua Negara Itrc (Indonesia Dan Thailand) Di Pasar Amerika Serikat Dan China', pp. 350–359.
- Wahyudy, H.A., Khairizal and Dan, H. (2018) 'PERKEMBANGAN EKSPOR KARET ALAM INDONESIA The Development of Indonesia 's Natural Rubber Exports', *jurnal Dinamika Pertanian*, XXXIV(2), p. 88.