

MENGGALI PELUANG EKSPANSI PASAR: DIVERSIFIKASI EKSPOR MINYAK SAWIT MENTAH (CPO) INDONESIA DAN PRODUK DERIVATIFNYA KE NEGARA NONTRADISIONAL

EXPLORING MARKET EXPANSION OPPORTUNITIES: DIVERSIFICATION OF INDONESIAN CRUDE PALM OIL (CPO) EXPORTS AND ITS DERIVATIVES TO NON-TRADITIONAL COUNTRIES

Muhammad Idris¹, Siskarossa Ika Oktora¹

¹Politeknik Statistika STIS, siskarossa@stis.ac.id

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi produsen dan eksportir utama *Crude Palm Oil* (CPO) dan produk turunan atau derivatifnya di tingkat global. Meskipun demikian, fokus ekspor CPO Indonesia masih banyak tertuju pada pasar-pasar tradisional. Tingginya ketergantungan tersebut menimbulkan dampak negatif terhadap kegiatan ekspor, terutama dalam situasi guncangan ekonomi di negara-negara yang bersangkutan. Oleh karena itu, strategi yang dapat diambil adalah melakukan diversifikasi ekspor menuju pasar-pasar nontradisional sebagai negara tujuan baru. Dengan demikian, diperlukan suatu kajian yang menyeluruh mengenai keunggulan kompetitif, kedudukan pasar, dan peluang pengembangan pasar ekspor CPO Indonesia, serta identifikasi terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap volume ekspor CPO Indonesia ke tujuh negara nontradisional, yaitu Vietnam, Filipina, Turki, Ghana, Senegal, Guinea Khatulistiwa, dan Fiji, dalam rentang 2001-2019. Komoditas yang menjadi fokus analisis adalah *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia dan produk derivatifnya yang terklasifikasi dalam kode HS 1511. Pendekatan analisis yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), *X-Model*, serta regresi data panel. Hasil analisis mengindikasikan bahwa keunggulan kompetitif CPO Indonesia sangat tinggi di negara-negara yang diteliti. Potensi pengembangan pasar yang optimis terdapat di Vietnam, Filipina, dan Ghana, sementara pasar yang memiliki potensi pengembangan yang lebih rendah terletak di Turki, Fiji, dan Guinea Khatulistiwa. Adapun pasar dengan potensi pengembangan yang kurang optimal terletak di Senegal. Beberapa faktor yang terbukti secara signifikan memengaruhi volume ekspor CPO Indonesia meliputi Produk Domestik Bruto (PDB) riil, RCA, harga, nilai tukar riil, dan jarak ekonomi. Diharapkan pemerintah dapat memperkuat kerja sama perdagangan dengan mengeliminasi hambatan tarif perdagangan terhadap negara-negara yang memiliki pasar yang menjanjikan. Sementara itu, untuk negara-negara dengan potensi kurang optimal, strategi promosi dagang yang lebih intensif diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar di negara-negara tersebut.

Kata kunci: FGLS-SUR, Keunggulan kompetitif, Pasar Nontradisional, CPO

Klasifikasi JEL: F10, F13, C23, C54

Abstract

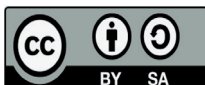
Indonesia is a country that is a major producer and exporter of *Crude Palm Oil* (CPO) and its derivative products at the global level. However, the focus of Indonesian CPO exports is still largely focused on traditional markets. This high level of dependency has a negative impact on export activities, especially in situations of economic shock in the countries concerned. Therefore, the strategy that can be taken is to diversify exports towards non-traditional markets as new destination countries. Thus, a comprehensive study is needed regarding the competitiveness, market position and opportunities for developing the Indonesian CPO export market, as well as identification of the variables that influence the volume of Indonesian CPO exports to seven non-traditional countries, namely Vietnam, the Philippines, Turkey, Ghana, Senegal, Equatorial Guinea and Fiji, in the range 2001-2019. The commodity that is the focus of the analysis is Indonesian *Crude Palm Oil* (CPO) and its derivative products which are classified under the HS code 1511. The analytical approach applied in this research includes *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), *X-Model*, as well as panel data

© 2023 The Author(s).

Published by BRIN Publishing. This is an

open access article under the CC BY-SA

license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).



201

Submitted : 10-04-2023
Revised : 20-12-2023
Accepted : 20-12-2023

regression. The analysis results indicate that the competitiveness of Indonesian CPO is very high in the countries studied. Optimistic market development potential is found in Vietnam, the Philippines and Ghana, while markets with lower development potential are located in Turkey, Fiji and Equatorial Guinea. The market with less than optimal development potential is located in Senegal. Several factors that have been proven to significantly influence Indonesia's CPO export volume include real Gross Domestic Product (GDP), RCA, price, real exchange rate, and economic distance. It is hoped that the government can strengthen trade cooperation by eliminating trade tariff barriers for countries that have promising markets. Meanwhile, for countries with less than optimal potential, a more intensive trade promotion strategy is expected to increase market penetration in these countries.

Keywords: *FGLS-SUR, Competitiveness, Non-traditional Market, CPO*

JEL Classification: F10, F13, C23, C54

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai produsen dan eksportir utama *crude palm oil* (CPO) di dunia, berpotensi untuk melakukan peningkatan nilai eksportnya lebih lanjut. Volume ekspor CPO dari Indonesia meningkat secara signifikan sejak 2001, melonjak hingga 28,2 juta ton (tahun 2019). Namun demikian, selama periode tersebut, ekspor CPO Indonesia masih secara dominan tertuju pada negara-negara tradisional sebagai tujuan utama eksportnya. Menurut data dari International Trade Center tahun 2019, Amerika Serikat, Jepang, Uni Eropa, Tiongkok, India, Pakistan, Bangladesh, Malaysia, dan Mesir tetap menjadi tujuan utama ekspor CPO dan produk derivatifnya, yang secara total menguasai 54,5% pangsa pasar. Tingginya konsentrasi ekspor CPO Indonesia pada enam negara tersebut menandakan bahwa Ketergantungan pasar ekspor minyak sawit mentah (*Crude Palm Oil/CPO*) Indonesia masih sangat signifikan terhadap negara-negara mitra dagang tradisional. Ketergantungan ini berdampak negatif terhadap ekspor, terutama dalam situasi ketika terjadi guncangan ekonomi baik di negara tersebut maupun global (Widyastutik, 2019).

Pemerintah Indonesia sebelumnya telah menerapkan kebijakan hilirisasi dalam industri minyak kelapa sawit, dimulai dengan penerbitan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 128 Tahun 2011 yang mengenakan bea keluar untuk CPO dan produk derivatifnya. Kebijakan tersebut dirancang dengan tujuan untuk menjamin kecukupan pasokan dalam negeri, melindungi sumber daya alam, serta menjaga stabilitas harga komoditas di pasar domestik. Namun, riset Irawan dan Soesilo (2021) menunjukkan

program hilirisasi ini tidak berdampak signifikan dalam meningkatkan konsumsi CPO, karena masih terdapat berbagai kendala seperti masalah keamanan bisnis, ketersediaan pasokan energi untuk industri, dan infrastruktur yang belum memadai. Selain itu, penetapan bea keluar tersebut juga tidak memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan konsumsi CPO dalam industri hilir. Bahkan, penerapan bea keluar ekspor CPO yang tinggi justru dapat mendorong praktik penyelundupan CPO ke negara-negara lain.

Konsentrasi pasar ekspor minyak kelapa sawit mentah (CPO) Indonesia dan produk derivatifnya di pasar tradisional telah menginduksi fluktuasi signifikan dalam pergerakan total ekspor ke pasar global, dimana ekspor ke pasar-pasar tersebut memainkan peran utama dalam dinamika ekspor keseluruhan. Seperti yang terlihat pada Gambar 1, terdapat kesenjangan yang signifikan antara volume ekspor CPO Indonesia dan produk derivatifnya antara pasar tradisional dan nontradisional. Negara-negara nontradisional merupakan negara di luar negara tradisional yang memiliki berpotensi positif untuk Indonesia (Khasanah & Juventia, 2019). Negara-negara ini secara konsisten melakukan impor CPO dan produk derivatifnya dari Indonesia, dengan volume impor yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Negara-negara ini mencakup Vietnam, Filipina, Turki, Fiji, Ghana, Senegal, dan Guinea Khatulistiwa.

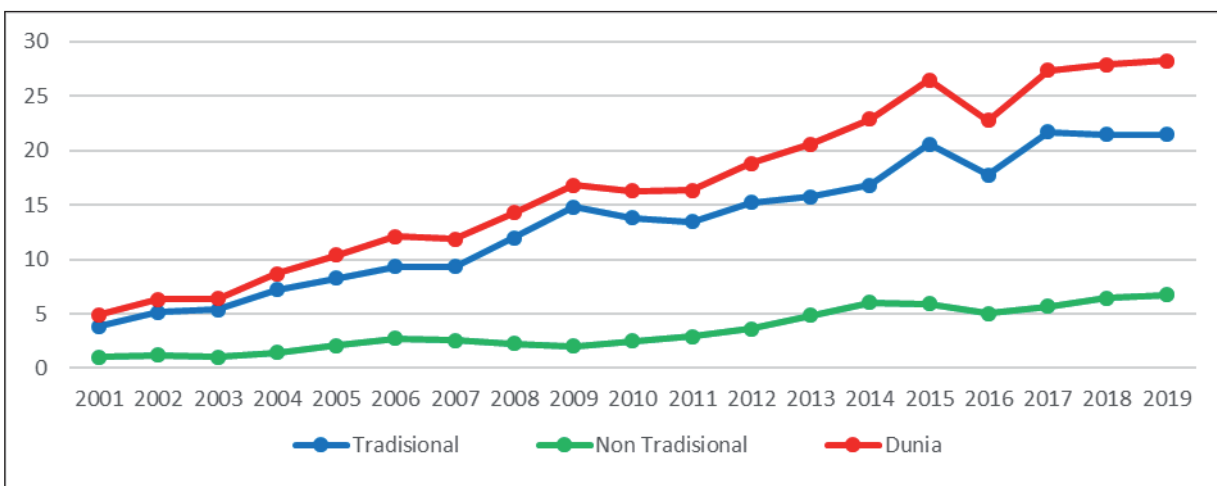
Pada rentang tahun 2009 hingga 2011, terjadi penurunan volume ekspor yang signifikan pada pasar-pasar tradisional. Fenomena serupa juga terjadi pada tahun 2016, di mana volume ekspor

minyak kelapa sawit mentah (CPO) dan produk derivatifnya mengalami penurunan drastis di hampir seluruh negara tujuan ekspor, dan menjadi sinyal. untuk melakukan ekspansi ke pasar nontradisional. Terutama mengingat peringkat Indonesia adalah yang teratas sebagai negara eksportir CPO di dunia, memberikan peluang yang besar bagi Indonesia untuk meningkatkan pangsa ekspornya ke negara-negara tersebut.

Stabilitas nilai ekspor suatu negara dapat ditingkatkan ketika menghadapi guncangan eksternal dengan mengurangi konsentrasi ekspor pada negara-negara tujuan tertentu melalui implementasi kebijakan diversifikasi ekspor yang luas dan efektif (Amir et al., 2018). Oleh karenanya, kebijakan diversifikasi ekspor melalui perluasan pasar dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kinerja ekspor CPO Indonesia, sejalan dengan Kementerian Perdagangan (2016) melalui Permendagri No. 81/M-DAG/PER/11/2016 yang terus mengupayakan pengembangan dan upaya promosi ekspor yang dilakukan melalui peningkatan strategi penetrasi pasar dan diversifikasi tujuan ekspor. Namun, Indonesia masih belum berhasil mendominasi pangsa pasarnya di beberapa negara nontradisional (ITC, 2019).

Pangsa pasar Indonesia masih lebih rendah dibanding Malaysia sebagai pesaing utama. Padahal, ketujuh negara ini berpotensi bagi

Indonesia dalam meningkatkan ekspor CPO. Turki menjadi negara yang berperan penting sebagai jalan pengembangan pasar ekspor CPO Indonesia ke kawasan Eropa maupun Asia Tengah (Pujiyono, 2016). Sedangkan Senegal merupakan pintu masuk bagi Indonesia dalam mengembangkan ekspornya ke kawasan tersebut (Kementerian Perdagangan, 2014a). Laju pertumbuhan ekonomi yang pesat, serta tingginya tingkat konsumsi penduduk di negara-negara Afrika Barat termasuk Ghana dan Senegal, menjadi peluang bagi Indonesia dalam meningkatkan penetrasi pasarnya. Sementara Guinea Khatulistiwa, menjadi satu-satunya negara di kawasan Afrika Tengah yang masih konsisten melakukan perdagangan CPO dengan Indonesia sejak tahun 2001. Meskipun termasuk negara kecil, peningkatan volume ekspor ke negara tersebut menunjukkan peningkatan yang sangat pesat dalam tiga tahun terakhir, dengan rata-rata peningkatan mencapai 130,51% per tahun. *Trend* positif tersebut dapat dimanfaatkan Indonesia untuk memperluas ekspor CPO ke kawasan Afrika Tengah. Sama seperti Guinea Khatulistiwa, Fiji menjadi satu-satunya negara di kawasan Oseania yang masih konsisten melakukan perdagangan CPO dengan Indonesia dalam 20 tahun terakhir, yang juga dapat dimanfaatkan Indonesia untuk melebarkan pangsa ekspornya ke negara-negara di kawasan Oseania.



Sumber : ITC (2019)

Gambar 1. Volume Ekspor Minyak Kelapa Sawit Mentah (CPO) Indonesia Beserta Produk Derivatifnya ke Negara-Negara Tradisional, Nontradisional, dan Secara Global pada Periode 2001–2019 (dalam jutaan ton)

Di kawasan ASEAN, volume ekspor CPO ke Filipina dan Vietnam terus meningkat akibat peningkatan permintaan domestik di negara tersebut (Dallinger et al, 2011). Kemitraan strategis dengan Vietnam pada Juni 2013 juga memperkuat hal tersebut (Putri, 2017). Peningkatan tersebut juga menjadi peluang bagi Indonesia untuk terus meningkatkan volume ekspor CPO ke Filipina dan Vietnam.

Saat ini, penelitian yang berkaitan dengan komoditas CPO, terutama yang berfokus pada keunggulan kompetitif, kedudukan pasar, dan peluang pengembangan pasar ekspor ke negara nontradisional, masih sangat terbatas. Hal ini terutama berlaku untuk penelitian yang spesifik mengenai tujuh negara nontradisional yang telah disebutkan sebelumnya. Selain itu, untuk meningkatkan volume ekspor ke negara-negara nontradisional tersebut, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai variabel-variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspor CPO dan produk derivatifnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mengevaluasi keunggulan kompetitif ekspor, maka dapat digunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA adalah ukuran untuk menilai keunggulan kompetitif produk suatu negara dalam pasar internasional (Kementerian Perdagangan, 2011). Untuk mengetahui variabel-variabel yang memengaruhi ekspor CPO Indonesia, penelitian ini menggunakan pendekatan model gravitasi. Persamaan model gravitasi disusun berdasarkan prinsip hukum gravitasi Newton, dimana kekuatan tarik-menarik antara dua objek sebanding dengan massa keduanya dan berbanding terbalik dengan kuadrat jarak antara keduanya (Doumbe & Belinga, 2015). Model gravitasi pertama kali diperkenalkan oleh Tinbergen (1962) yang melakukan penelitian mengenai aliran perdagangan internasional. Persamaan model gravitasi yang diajukan oleh Tinbergen (1962) kemudian disesuaikan dan diperluas oleh Bergstrand (1985) menjadi *augmented gravity model*. Model ini diformulasikan sebagai berikut:

$$\ln PX_{ij} = \ln \alpha + \beta_1 \ln (Y_i) + \beta_2 \ln (Y_j) + \beta_3 \ln (D_{ij}) + \beta_4 \ln (A_{ij}) + u_{ij} \quad (1)$$

PX_{ij} adalah ekspor atau impor dari negara-i ke negara-j, sementara Y_i dan Y_j mewakili Produk Domestik Bruto (PDB) dari negara-i dan negara-j secara berturut-turut. D_{ij} menyatakan jarak geografis antara negara-i dan negara-j, sedangkan A_{ij} merujuk pada variabel lain yang memengaruhi perdagangan antara kedua negara tersebut, sedangkan u_{ij} adalah *error term*.

Dalam penerapannya, model gravitasi dapat juga diterapkan pada persamaan arus ekspor suatu negara seperti penelitian Irshad et al. (2018). Selain itu, menurut Gul dan M. Yasin (2011) serta Doumbe dan Bellinga (2015), ukuran ekonomi kedua negara dapat diimplementasikan dengan interaksi PDB negara pengekspor dan PDB negara pengimpor yang diperoleh dari perkalian PDB riil kedua negara, sedangkan proksi biaya transportasi dijelaskan melalui variabel jarak. Sehingga, model gravitasi dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu, yakni Bergstrand (1985), Irshad et al. (2018), Gul dan M. Yasin (2011), serta Doumbe dan Belinga (2015).

Selain variabel dasar yaitu ukuran ekonomi dan jarak kedua negara, variabel lain dapat ditambahkan kedalam model gravitasi untuk memperhitungkan faktor lain yang diduga memengaruhi perdagangan (Bergstrand, 1985). Menurut Mankiw (2013), depresiasi kurs suatu negara dapat mengakibatkan peningkatan nilai net ekspor negara tersebut karena menurunnya permintaan impor di dalam negeri. Menurut Sukirno (2005) mengenai teori permintaan, ketika harga suatu barang naik, maka kemampuan masyarakat untuk membeli akan mengalami penurunan, sehingga menyebabkan berkurangnya permintaan terhadap barang tersebut. Huda dan Widodo (2017) menemukan bahwa harga CPO di pasar global memiliki dampak pada volume ekspor CPO Indonesia. Safitri & Kartiasih (2019) menjelaskan bahwa apabila keunggulan kompetitif yang diukur dengan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan nilai yang besar di pasar global artinya ekspor Indonesia memiliki kelebihan daripada negara-negara pengekspor

lainnya. Hal ini berkontribusi pada peningkatan permintaan ekspor dari Indonesia.

METODE PENELITIAN

Data *cross section* sebanyak tujuh negara (Vietnam, Filipina, Turki, Fiji, Ghana, Senegal, dan Guinea Khatulistiwa) selama 19 tahun (2001–2019) digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang diikutsertakan yakni: volume dan nilai ekspor CPO Indonesia dan dunia serta produk derivatifnya dengan kode HS 1511, ke negara nontradisional dari *UN Comtrade*; PDB riil Indonesia dan negara nontradisional serta Indeks Harga Konsumen (IHK) negara nontradisional dan Amerika Serikat dari *World Bank*; nilai tukar nominal negara nontradisional terhadap US\$ dari *International Monetary Fund*; jarak geografis ibu kota Indonesia dengan negara nontradisional dari CEPII; dan harga CPO dunia dari *IndexMundi*.

Metode Analisis

Revealed Comparative Advantage (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), dan *X-Model* digunakan untuk melakukan kajian secara deskriptif, sedangkan analisis inferensial menggunakan regresi data panel. Untuk menilai keunggulan kompetitif, sebuah negara dianggap memiliki produk dengan keunggulan komparatif jika RCA melebihi 1. Formula RCA adalah:

$$RCA = \frac{x_{ij}/x_j}{w_{ij}/w_j} \tag{2}$$

Variabel X_{ij} menggambarkan nilai ekspor produk- i Indonesia ke negara tujuan- j , sedangkan variabel W_{ij} menyatakan nilai ekspor produk- i dari seluruh dunia ke negara tujuan- j . Variabel X_j mewakili total nilai ekspor Indonesia ke negara tujuan- j , sementara variabel W_j menunjukkan total nilai ekspor dari seluruh dunia ke negara tujuan- j . Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) dilakukan dengan melihat kombinasi nilai *market share* sebagai kekuatan bisnis (sumbu X) yang diukur melalui pertumbuhan pangsa pasar total ekspor suatu negara di negara tujuan ekspor

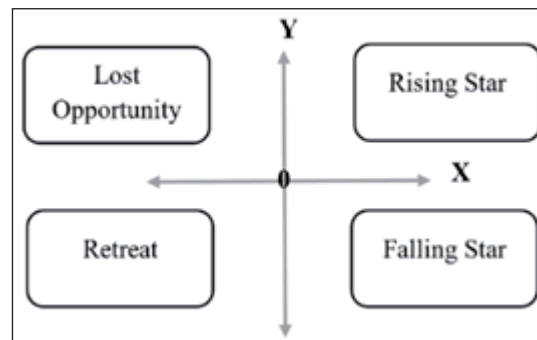
dan *dynamic product* sebagai daya tarik pasar (sumbu Y) yang diukur dengan menggunakan pertumbuhan dari permintaan komoditas suatu negara untuk pasar tertentu. Analisis EPD dapat dihitung sebagai berikut (Kementerian Perdagangan, 2011):

$$X = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{x_j}{w_j}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{x_j}{w_j}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \tag{3}$$

$$Y = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{w_{ij}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{w_{ij}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \tag{4}$$

T merupakan jumlah amatan periode penelitian.

Selanjutnya, hasil perhitungan kekuatan bisnis dan daya tarik pasar yang diperoleh, dapat digambarkan melalui matriks kuadran EPD yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Sumber: Estherhuizen (2006)

Gambar 2. Kuadran Posisi Pasar Ekspor dalam Analisis EPD

Selanjutnya melalui *X-Model Potential Export Product* dapat diidentifikasi dan dikelompokkan potensi pengembangan pasar ekspor suatu komoditas dari sebuah negara. Proses klusterisasi ini bertujuan untuk mengarahkan fokus perdagangan suatu negara dengan mempertimbangkan negara mana yang berpotensi menjadi pasar utama bagi negara tersebut (Nurhayati et al., 2018). Pendekatan ini merupakan gabungan dari RCA dan EPD.

Selanjutnya, untuk analisis inferensia digunakan analisis data panel dengan spesifikasi model (5):

$$\ln(Vol_{ijt}) = \alpha + \beta_1 \ln(PDB_i \cdot PDB_j)_t + \beta_2 \ln(Harga_{it}) + \beta_3 \ln(Kurs_{jt}) + \beta_4 \ln(RCA_{ijt}) + \beta_5 \ln(Jarak_{ijt}) + u_{ijt} \tag{5}$$

Variabel “ Vol_{ijt} ” merujuk pada volume ekspor minyak kelapa sawit mentah dan produk derivatifnya ke negara nontradisional- j pada tahun- t , yang diukur dalam kilogram. Variabel “ $(PDB_i.PDB_j)_t$ ” mengindikasikan interaksi antara Produk Domestik Bruto riil Indonesia dan negara nontradisional- j pada tahun- t , yang diekspresikan dalam Dolar Amerika Serikat berdasarkan harga konstan tahun 2010. Interaksi PDB ini mengacu pada penelitian Gouider & Ben Haddad (2020) yang mengasumsikan kondisi ekonomi yang memberikan keuntungan bagi kedua negara dalam perdagangan mereka. “ $Harga_{it}$ ” menunjukkan harga CPO dunia tahun- t , yang diukur dalam Dolar Amerika Serikat per ton. Sedangkan “ $Kurs_{jt}$ ” menggambarkan nilai tukar riil negara nontradisional- j terhadap Dolar Amerika Serikat pada tahun- t , yang diukur dalam satuan mata uang lokal negara nontradisional per Dolar Amerika Serikat. Variabel “ RCA_{ijt} ” merupakan nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) CPO Indonesia dan produk derivatifnya di negara nontradisional- j pada tahun- t . Kurs dihitung melalui perkalian nilai tukar nominal negara nontradisional dengan rasio Indeks Harga Konsumen (IHK) negara nontradisional dan IHK Amerika Serikat, dengan tahun dasar 2010. “ $Jarak_{ijt}$ ” adalah jarak ekonomi antara Indonesia dan negara nontradisional- j pada tahun- t , yang diukur dalam kilometer. Di mana “ i ” merujuk pada Indonesia, “ j ” merujuk pada negara nontradisional (1,2,...,7), dan “ t ” merujuk pada periode penelitian (2001-2019). “ u_{ijt} ” adalah error term.

Perhitungan jarak ekonomi merujuk pada penelitian Pinandhita & Agustina (2019) yang diperoleh dari perkalian jarak geografis Indonesia dengan negara nontradisional terhadap rasio PDB riil perkapita negara nontradisional dan negara Indonesia. Berikut adalah tahapan analisis regresi data panel:

1. Menentukan model terpilih diantara tiga model dengan uji Chow, Hausman, dan Breusch Pagan-Lagrange Multiplier. Model tersebut adalah CEM (*common effect model*), FEM (*fixed effect model*), dan REM (*random effect model*).

2. Jika terpilih FEM, langkah selanjutnya adalah melakukan uji LM dan uji λ -LM sebagai penentu cara estimasi yang paling baik untuk digunakan.
3. Dilakukan uji terhadap asumsi yang dibutuhkan. Jika menggunakan *Feasible Generalized Least Square* (FGLS), maka difokuskan untuk menguji apakah error berdistribusi normal atau tidak, dan apakah terjadi kolinearitas tinggi antar variabel independen yang digunakan atau tidak.
4. Selanjutnya, dilakukan uji signifikansi parameter melalui uji t , serta koefisien determinasi.
5. Hasil analisis diinterpretasikan berdasarkan model dan metode estimasi terbaik yang telah ditentukan sebelumnya.

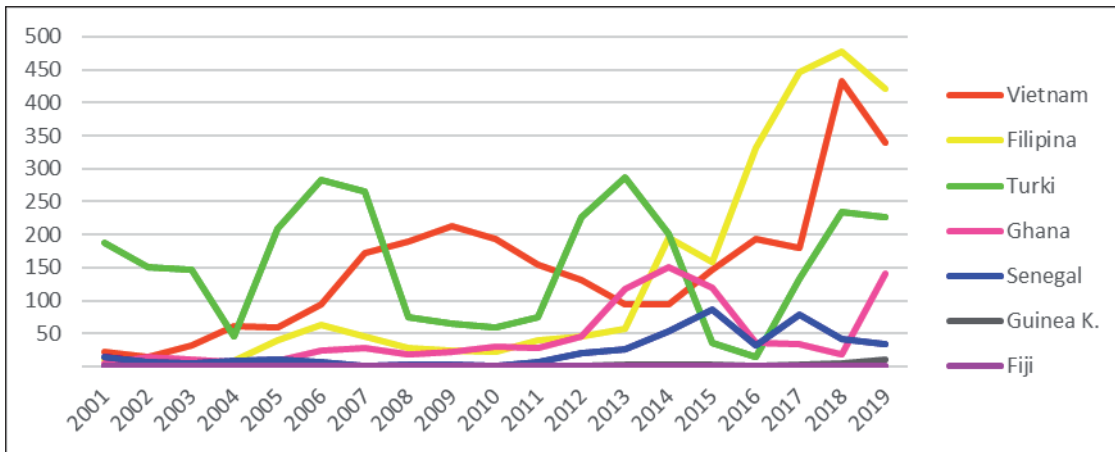
HASIL DAN DISKUSI

Volume Ekspor CPO Indonesia ke Negara Nontradisional Tahun 2001–2019

Sejak tahun 2009, Indonesia berhasil menggeser posisi Malaysia sebagai negara eksportir utama CPO. Dalam gambar 3, terlihat bahwa volume ekspor CPO Indonesia ke-7 negara nontradisional mengalami fluktuasi dan kecenderungan naik. Terlihat bahwa perkembangan ekspor CPO ke Filipina menunjukkan tren yang meningkat sejak tahun 2010, yang disebabkan oleh pertumbuhan permintaan dalam negeri akan komoditas CPO di negara tersebut.

Peningkatan ekspor CPO Indonesia ke Vietnam tercatat mulai tahun 2014, seiring dengan terjalinnya kemitraan strategis kedua negara pada Juni 2013. Perjanjian tersebut menghasilkan Nota Kesepahaman yang membentuk Plan of Action (PoA). PoA diinisiasi sebagai langkah konkret untuk meningkatkan kerjasama perdagangan antara kedua negara, terutama dalam hal komoditas unggulan masing-masing negara (Putri, 2017).

Di sisi lain, terdapat penurunan volume ekspor ke Turki di 2008 dikarenakan krisis ekonomi global. Peningkatan terjadi mulai 2010 setelah dilakukannya kesepakatan Indonesia dan Turki pada 29 Juni 2010. Kesepakatan tersebut



Sumber: UN Comtrade, diolah

Gambar 3. Tren Volume Ekspor CPO Indonesia dan Produk Derivatifnya ke Tujuh Negara Nontradisional Tahun 2001–2019 (ribu ton)

bertujuan untuk meningkatkan kerjasama perdagangan antara kedua negara hingga mencapai angka sebesar 5 miliar Dolar AS (Pujiyono, 2016). Meskipun demikian, kembali terjadi penurunan ekspor CPO Indonesia pada tahun 2014. Penurunan ini dipicu oleh perjanjian dagang antara Malaysia dengan Turki di Juni 2014, di mana besaran tarif masuk untuk CPO Malaysia yang diekspor ke Turki mengalami penurunan menjadi 20 persen, dari yang sebelumnya mencapai 31 persen. Konsekuensinya, hal ini mengakibatkan harga CPO Malaysia lebih murah dibandingkan dengan harga CPO Indonesia (Pujiyono, 2016). Penurunan volume ekspor CPO Indonesia ke Turki tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia menghapus hambatan perdagangan dengan menghapus bea masuk impor dan bea keluar ekspor untuk beberapa komoditas tertentu di Turki (Riyandi, 2017). Akibat penghapusan tersebut, volume ekspor CPO Indonesia di Turki kembali meningkat. Ekspor ke Senegal mulai meningkat saat 2014 (sebesar 53 ribu ton) Peningkatan tersebut karena upaya Kementerian Perdagangan dalam mengencarkan promosi dengan melaksanakan misi dagang di Senegal pada 2013 di bulan Oktober (Kementerian Perdagangan, 2014a).

Ekspor ke Ghana cenderung stagnan hingga 2011. Peningkatan signifikan mulai terlihat pada rentang 2012–2014, yakni sebesar 149 ribu ton. Sementara itu, negara-negara dengan volume ekspor terendah adalah Guinea Khatulistiwa dan Fiji. Rendahnya volume ekspor tersebut

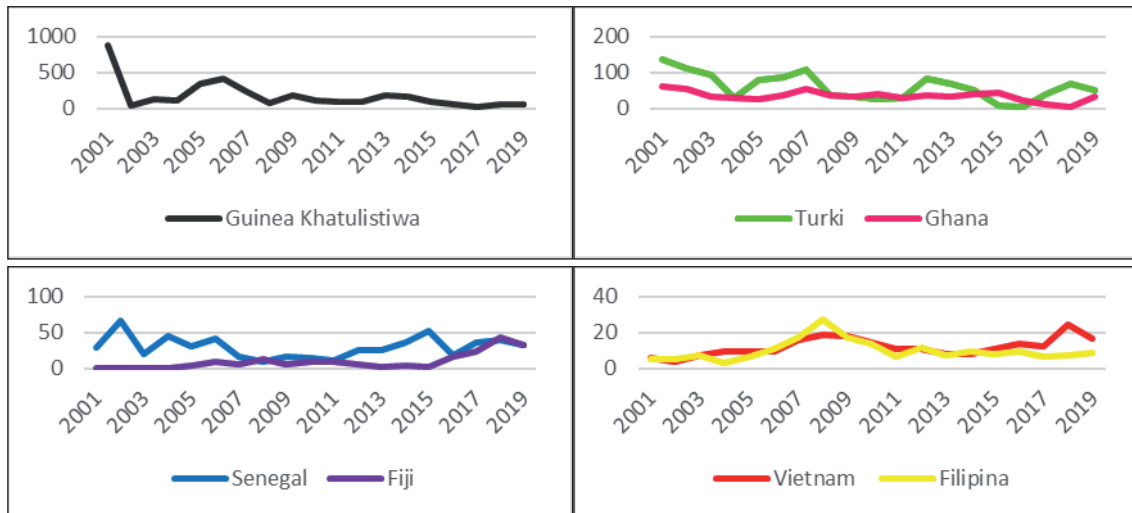
dikarenakan jumlah penduduk dan wilayah yang relatif kecil, sehingga permintaan cenderung rendah (World Bank, 2022).

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Pada gambar 4, nilai RCA CPO Indonesia memiliki perkembangan *trend* yang berbeda-beda di setiap negara nontradisional.

Tahun 2001 merupakan periode dimana nilai daya saing terbesar terjadi di Guinea Khatulistiwa terjadi pada 2001, sebesar 879,1. Tingginya nilai tersebut dikarenakan pada tahun 2001, Guinea Khatulistiwa baru memulai impor produk CPO-nya dengan seluruh permintaan diimpor dari Indonesia. Secara rata-rata nilai RCA di Guinea Khatulistiwa mencapai angka 176,43. Rata-rata nilai RCA yang tinggi tersebut dikarenakan pangsa utama ekspor CPO di Guinea Khatulistiwa hanya dominan di dua negara eksportir utama yaitu Indonesia dan Malaysia (ITC, 2019).

Perkembangan nilai RCA CPO Indonesia di Turki memiliki fluktuasi yang cukup tinggi. Jika diamati kembali, pola perkembangan nilai RCA CPO Indonesia hampir mirip dengan perkembangan volume ekspor CPO Indonesia di negara tersebut. Nilai RCA sempat menurun drastis selama 2008–2009 sebagai dampak krisis di sector ekonomi pada tingkat global. Peningkatan di 2011 terjadi karena perjanjian kerja sama perdagangan kedua negara. Kemudian sempat kembali mengalami penurunan pada tahun 2014 dikarenakan penurunan bea masuk ekspor



Sumber: UN Comtrade, diolah

Gambar 4. Tren daya saing CPO Indonesia dan Produk Derivatifnya di Tujuh Negara Nontradisional Tahun 2001–2019

CPO dari Malaysia ke Turki (Pujiyono, 2016). Di Ghana, perkembangan nilai RCA berfluktuasi dengan *trend* yang sedikit menurun. Puncak dari nilai RCA terjadi pada tahun 2001, yakni sebesar 61,31. Kenaikan signifikan nilai RCA ini disebabkan oleh dominasi pasar ekspor Indonesia pada saat itu, yang menjadikan Indonesia sebagai eksportir utama CPO di Ghana. Sementara di Senegal, perkembangan nilai RCA berfluktuatif dengan *trend* yang menurun sampai tahun 2008, kemudian cenderung mengalami peningkatan sampai tahun 2019. Senegal menghasilkan RCA terendah pada 2008, yakni sebesar 9,22. Rendahnya keunggulan kompetitif Indonesia pada tahun tersebut dikarenakan harga ekspor CPO yang turun drastis yang menyebabkan nilai ekspor CPO Indonesia juga menurun. Pola daya saing CPO Indonesia di Vietnam juga memiliki kemiripan dengan tren volume ekspor CPO Indonesia di negara tersebut. Nilai RCA di Vietnam mencapai peningkatan yang signifikan antara tahun 2014 hingga 2018. Hal ini dipengaruhi oleh kemitraan strategis yang dijalin oleh Indonesia pada tahun 2013, yang berdampak pada peningkatan nilai ekspor CPO Indonesia ke Vietnam. Dampaknya akan meningkatkan keunggulan kompetitif ekspor CPO Indonesia di pasar Vietnam. Sementara itu, perkembangan daya saing di Filipina mengalami fluktuasi yang tajam. Pada tahun 2008, nilai RCA meningkat secara drastis mencapai 61,39%. Di tahun 2009

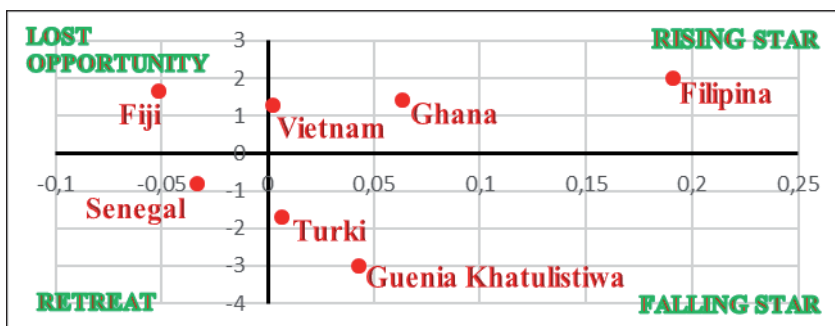
terjadi penurunan karena adanya krisis di sektor ekonomi pada tingkat global yang terjadi mulai 2008 (ITC, 2019).

Dibandingkan dengan negara lainnya, nilai Indeks Nilai Keunggulan Komparatif (RCA) untuk CPO Indonesia di Fiji pada awal periode penelitian sempat mencapai angka di bawah 1. Rendahnya nilai tersebut disebabkan oleh volume ekspor CPO Indonesia yang masih sangat terbatas pada tahun tersebut, serta pangsa pasar ekspor yang kecil (ITC, 2019). Meskipun demikian, rata-rata nilai RCA di Fiji bernilai > 1 dengan nilai mencapai 10,26.

Export Product Dynamics (EPD)

Grafik EPD yang diperoleh seperti pada gambar 5:

Berdasarkan hasil perhitungan EPD yang tercantum pada Gambar 5, terlihat bahwa posisi pasar ekspor CPO Indonesia beserta produk derivatifnya mengalami variasi yang cukup signifikan. Filipina, Vietnam, dan Ghana menunjukkan posisi pasar yang dikategorikan sebagai *rising star*. Kondisi ini dianggap sebagai kondisi pasar yang teroptimal, mengindikasikan peningkatan permintaan terhadap produk ekspor CPO Indonesia di negara-negara tersebut, juga diiringi oleh pertumbuhan pangsa pasar ekspor. Kondisi ini adalah yang paling menguntungkan bagi Indonesia untuk meningkatkan aktivitas



Sumber: UN Comtrade, diolah

Gambar 5. EPD Ekspor CPO Indonesia dan Produk Derivatifnya di Tujuh Negara Nontradisional Tahun 2001–2019

Tabel 1. Hasil Klasterisasi X-Model

Negara	RCA	Posisi	Potensi Pengembangan
Vietnam	12,126	Rising Star	Pasar Optimis
Filipina	10,012	Rising Star	Pasar Optimis
Turki	60,690	Falling Star	Pasar Potensial
Ghana	35,049	Rising Star	Pasar Optimis
Senegal	30,069	Retreat	Pasar Kurang Potensial
Fiji	10,268	Lost Opportunity	Pasar Potensial
Guinea Khatulistiwa	176,43	Falling Star	Pasar Potensial

Sumber: UN Comtrade, diolah

perdagangan di negara-negara tersebut. Kondisi ini dikarenakan permintaan yang terus meningkat terhadap ekspor CPO dan keunggulan kompetitif ekspor Indonesia yang semakin baik di pasar-pasar tersebut.

Sementara itu, situasi pasar ekspor di Fiji menunjukkan posisi yang disebut sebagai *lost opportunity*. Posisi ini mengindikasikan adanya pangsa pasar ekspor Indonesia yang turun, walaupun kebutuhan terhadap CPO Indonesia di sana sedang mengalami pertumbuhan. Dalam konteks ini, keunggulan kompetitif ekspor CPO Indonesia beserta produk derivatifnya tidak lagi tergolong kompetitif, meskipun masih mempertahankan keunggulan komparatif. Dengan kata lain, pertumbuhan dalam pangsa produk ekspor (seperti CPO dan produk derivatifnya) tidak diikuti oleh pertumbuhan dalam pangsa pasar yang sesuai (Kementerian Perdagangan, 2011).

Kondisi *falling star* ditempati oleh Turki serta Guinea Khatulistiwa. Situasi ini menandakan kurang termanfaatkannya momentum peningkatan

pasar ekspor oleh Indonesia, sebab meskipun pangsa pasar ekspor Indonesia meningkat, kinerja ekspor CPO Indonesia dan produk derivatifnya di negara-negara tersebut tidak mengalami peningkatan yang sepadan. Di sisi lain, kondisi *retreat* terjadi di Senegal. Kondisi ini tidak diharapkan karena pangsa ekspor dan pangsa ekspor CPO Indonesia turun. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan ekspor ke Senegal dalam beberapa tahun terakhir. (8)

X-Model Potential Export Product

Berikut adalah hasil analisis yang diperoleh seperti pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, teridentifikasi Vietnam, Filipina, dan Ghana mengalami perkembangan pasar yang optimis.. Posisi ini dianggap sebagai kondisi yang paling menguntungkan karena menunjukkan potensi besar pengembangan pasar ekspor bagi komoditas CPO Indonesia dan produk derivatifnya. Optimisme pasar tercermin melalui nilai daya saing CPO Indonesia di ketiga negara tersebut yang melebihi angka 1. Hal ini

mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang signifikan dalam industri CPO di negara-negara tersebut dibandingkan dengan rata-rata global. Kondisi *rising star* mempermudah ekspor CPO Indonesia untuk dikembangkan di negara nontradisional.

Di sisi lain, Turki, Fiji, dan Guinea Khatulistiwa menunjukkan kondisi pada tingkat yang lebih potensial. Hal ini menandakan bahwa pasar ekspor minyak kelapa sawit Indonesia berpeluang diperluas pasar ekspornya ke negara-negara tersebut, meskipun tidak seoptimis potensi pengembangan pasar di Vietnam, Filipina, dan Ghana. Pengembangan pasar yang tidak terlalu potensial terjadi pada Senegal. Kondisi ini dapat diartikan bahwa pengembangan pasar untuk produk ekspor minyak kelapa sawit Indonesia tidak cukup berpotensi. Kondisi ini disebabkan oleh posisi pasar ekspor Senegal yang tergolong sebagai posisi *retreat*, yang menunjukkan adanya penurunan pangsa ekspor dan pangsa produk CPO di negara tersebut. Meskipun begitu, Indonesia masih memiliki kesempatan untuk memusatkan perdagangan CPO-nya ke Senegal, yang merupakan titik awal bagi Indonesia untuk memperluas pasar ekspornya di Afrika Barat (Kementerian Perdagangan, 2014).

Regresi Data Panel

Tahapan awal analisis regresi data panel adalah menentukan model regresi terbaik. Diperoleh hasil uji Chow dengan *p-value* 0,0000 dan uji Hausman dengan *p-value* 0,0852. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa FEM merupakan model terbaik. Selanjutnya perlu dilakukan uji LM untuk mengetahui kesamaan atau homogenitas struktur matriks varians kovarians bersifat homoskedastisitas atau heteroskedastisitas dan uji λ_{-LM} untuk mengetahui ada tidaknya *cross sectional correlation*. Berdasarkan hasil uji LM diperoleh statistik uji 65,44 (nilai *Chi-square* Tabel = 10,64) dan uji λ_{-LM} dengan nilai statistik uji 65,95 (nilai *Chi-square* Tabel = 29,62). Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadi

heteroskedastisitas pada matriks varians kovarian error dan terjadi korelasi antar unit *cross section* sehingga metode estimasi terbaik yang diterapkan yakni FGLS-SUR (*Feasible Generalized Least Square Seemingly Unrelated Regression*). Langkah berikutnya adalah melakukan uji asumsi klasik. Penggunaan metode estimasi FGLS-SUR, telah mengakomodir pelanggaran asumsi heteroskedastisitas dan autokorelasi maka uji asumsi klasik hanya meliputi uji kenormalan *error* normalitas dan pengecekan korelasi kuat antar variabel independen. Hasil uji Jarque-Bera menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,682. Dengan tingkat signifikansi $\alpha=10\%$, dapat disimpulkan bahwa *error* dalam model berdistribusi normal. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan hasil semua variabel bebas kurang dari 10. Dengan demikian tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model.

Berdasarkan hasil pengolahan, persamaan estimasi yang diperoleh adalah seperti pada persamaan (6).

Dari hasil pengujian terlihat pengaruh yang signifikan dari kelima variabel independen. Variabel interaksi antara PDB riil dan RCA menunjukkan pengaruh positif, sementara harga minyak kelapa sawit dunia, kurs, dan jarak ekonomi menunjukkan pengaruh yang negatif. Variasi dari volume ekspor CPO Indonesia dapat dijelaskan oleh kelima variabel yang digunakan dalam model.

Pengaruh Variabel Independen terhadap Volume Ekspor CPO Indonesia

Interaksi antara PDB riil menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa akan terjadi peningkatan volume ekspor CPO sebesar 1,518% ketika terjadi kenaikan 1 persen pada PDB riil Indonesia dan negara-negara nontradisional. Temuan ini konsisten sesuai prinsip yang terdapat dalam

$$\ln \widehat{Vol}_{ijt} = (-50,861 + \widehat{u}_{ij}) + 1,518 \ln(PDB_i.PDB_j)_t^* - 0,242 \ln(Harga_{it})^* - 0,229 \ln(KURS_{jt})^* + 0,888 \ln(RCA_{ijt})^* - 1,343 \ln(Jarak_{ijt})^* \quad (6)$$

*)signifikan pada tingkat signifikansi *alpha* 10 persen

Tinbergen (1962), dimana kegiatan perdagangan internasional ditentukan oleh kapabilitas ekonomi dari negara yang terlibat. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Gul dan M. Yasin (2011) yang menunjukkan bahwa perdagangan internasional Pakistan juga dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh interaksi antara PDB riil Pakistan dan negara tujuan ekspor. PDB riil yang meningkat ini mengindikasikan kemampuan produksi dan ekspor CPO, sedangkan PDB riil di negara tujuan ekspor yang meningkat menandakan peningkatan pendapatan nasional, dan peningkatan kemampuan daya beli di negara-negara tersebut.

Jarak ekonomi antara negara yang terlibat kegiatan perdagangan internasional berpengaruh negative dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan jarak ekonomi yang meningkat sebesar 1% antara kedua negara akan menyebabkan penurunan volume ekspor minyak kelapa sawit dan produk derivatifnya sebesar 1,343 persen. Kondisi ini sejalan dengan prinsip yang terdapat dalam model gravitasi Tinbergen (1962) di mana jarak ekonomi memiliki dampak negatif terhadap kegiatan ekspor/impor. Temuan ini mendukung riset Ridwannulloh dan Sunaryati (2018), dimana jarak ekonomi yang meningkat dapat mengurangi ekspor CPO ke negara tujuan. Selain itu, Head (2003) menyimpulkan bahwa peningkatan jarak mengakibatkan pengeluaran untuk transportasi lebih tinggi dan lamanya waktu pengiriman, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kerusakan barang yang dikirim. Oleh karena itu, jarak dianggap sebagai faktor penghambat perdagangan antar negara.

Kurs negara tujuan berpengaruh signifikan dan negatif. Depresiasi kurs sebesar 1%, akan menyebabkan penurunan ekspor CPO sebesar 0,229 persen. Hal ini konsisten dengan prinsip makroekonomi yang terdapat dalam karya Mankiw (2013), di mana penurunan kurs akan mengurangi permintaan. Abbas & Waheed (2019) juga sejalan dengan penelitian ini, dimana depresiasi kurs negara mitra dagang akan menyebabkan penurunan ekspor Bahrain. Mankiw (2013) menyebutkan net ekspor akan meningkat seiring penurunan permintaan (impor) akibat melemahnya kurs. Hal ini disebabkan oleh

kenaikan harga barang dari luar negeri akibat depresiasi kurs riil.

Harga global minyak kelapa sawit memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa kenaikan harga CPO dunia sebesar 1% akan menyebabkan penurunan volume ekspor CPO Indonesia sebesar 0,242%. Kenaikan harga suatu barang cenderung mengurangi permintaan terhadap barang tersebut. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan Mariati (2009) serta Huda dan Widodo (2017), dimana harga CPO dunia memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap ekspor CPO Indonesia. Menurut Sukirno (2005), kemampuan daya beli akan berkurang jika harga barang naik, sehingga mengurangi permintaan. Oleh karena itu, harga CPO dunia yang meningkat akan menyebabkan penurunan volume ekspor minyak kelapa sawit Indonesia dan produk derivatifnya.

Nilai daya saing berpengaruh positif dan signifikan. Ekspor akan meningkat 0,888% ketika RCA naik sebesar 1%. Safitri & Kartiasih (2019) juga menemukan RCA memiliki pengaruh signifikan positif pada ekspor komoditas nanas Indonesia. Daya saing yang tinggi menandakan keunggulan ekspor CPO Indonesia dibanding negara pengekspor lainnya. Keunggulan ini kemudian dapat meningkatkan permintaan terhadap ekspor CPO Indonesia, yang pada akhirnya akan memacu peningkatan volume ekspor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Minyak sawit mentah dan produk derivatifnya menunjukkan keunggulan kompetitif yang tinggi di tujuh negara nontradisional. Pasar yoptimis atau ideal untuk komoditas CPO Indonesia adalah Vietnam, Filipina, dan Ghana. Hal ini disebabkan oleh peningkatan permintaan terhadap produk ekspor CPO dan produk derivatifnya di negara-negara tersebut, diikuti meningkatnya pangsa pasar ekspor. Sementara itu, Pasar potensial berada di Turki, Fiji, dan Guinea Khatulistiwa. Di sisi lain, pasar ekspor yang kurang potensial terletak di Senegal, yang mengalami penurunan pangsa pasar ekspor. Kelima variabel berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor CPO Indonesia dan produk derivatifnya. Produk Domestik Bruto

riil dan nilai daya saing memiliki pengaruh signifikan positif, sementara variabel harga CPO dunia, kurs, dan jarak ekonomi memiliki pengaruh signifikan negatif.

Peningkatan ekspor CPO Indonesia dan produk derivatifnya, dapat diupayakan melalui strategi pemerintah dapat mempertimbangkan kerjasama perdagangan Vietnam, Filipina, Ghana, Turki, Fiji, dan Guinea Khatulistiwa sebagai pasar optimis. Dalam mengembangkan ekspor CPO dan produk derivatifnya, pemerintah juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti interaksi antara PDB riil negara-negara tujuan dengan Indonesia, jarak ekonomi yang relatif rendah, serta daya saing CPO dan produk derivatifnya yang tinggi di tujuan ekspor. Selain itu, penting juga untuk memperhatikan stabilitas harga CPO dunia dan kurs masing-masing negara tujuan ekspor sebagai fokus dalam upaya peningkatan ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S., & Waheed, A. (2019). Pakistan's Global Trade Potential: A Gravity Model Approach. *Global Business Review*, 20(6). <https://doi.org/10.1177/0972150919848936>.
- Amir, F., Hakim, D. B., & Novianti, T. (2018). Dampak Diversifikasi Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Anggota ASEAN. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 7(2), 118–139. <https://doi.org/10.29244/jekp.7.2.2018.118-139>.
- Basyariah, N., & Hafsa, K. (2016). Analisis Stabilitas Nilai Tukar Mata Uang Asean-10 Terhadap Dolar As Dan Dinar Emas. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 227–253.
- Bergstrand, J. H. (1985). The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence. *The Review of Economics and Statistics*, 67(3). <https://doi.org/10.2307/1925976>.
- Dallinger, J., Sokhannaro, H. E., Dan, V. T., & Villanueva, J. (2011). *Ekspansi Kelapa Sawit di Asia Tenggara: Kecenderungan dan implikasi bagi masyarakat lokal dan masyarakat adat* (M. Colchester & S. Chao (eds.); 1st ed.). Forest Peoples Programme.
- Doumbe, E. D., & Belinga, T. (2015). A Gravity Model Analysis for Trade between Cameroon and Twenty-Eight European Union Countries. *Open Journal of Social Sciences*, 3, 114–122. <https://doi.org/10.4236/jss.2015.38013>.
- Erizona, C., Napitupulu, D. M., & Ningsih, R. (2021). Analisis Posisi Keunggulan kompetitif Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Enam Negara Importir Utama. *Journal of Agribusiness and Local Wisdom (JALOW)*, 4(2).
- Estherhuizen. (2006). Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector. *Methodological and Analytical Framework*. University of Pretoria.
- Gul, N., & M. Yasin, H. (2011). The Trade Potential of Pakistan: An Application of the Gravity Model. *The Lahore Journal of Economics*, 16(1), 23–62. <https://doi.org/10.35536/lje.2011.v16.i1.a2>.
- Gouider, A., & Ben Haddad, H. (2020). Manufactured goods' export diversification in Saudi Arabia: A spatial panel approach. *Cogent Economics and Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/3322039.2020.1741309>.
- Hartono. (2014). Memahami Pasar-Pasar Emerging (Understanding Markets). *Jurnal Ekonomi*, 16(1).
- Head, K. (2003). *Gravity For Beginners*.
- Huda, E. N., & Widodo, A. (2017). Determinan dan Stabilitas Ekspor Crude Palm Oil Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 45–67. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.518>.
- International Trade Center. (2019). <https://www.trademap.org/Index.aspx>. Diakses pada 15 Maret 2022.
- Irawan, B., & Soesilo, N. I. (2021). Dampak kebijakan hilirisasi industri kelapa sawit terhadap permintaan CPO pada industri hilir. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 12(1), 29-43. <https://doi.org/10.22212/jekp.v12i1.2023>.
- Irshad, M. S., Xin, Q., Shahriar, S., & Ali, F. (2018). South Korea's potential export flow: a panel gravity approach. *Asian Journal of Empirical Research*, 8(4). <https://doi.org/10.18488/journal.1007/2018.8.4/1007.4.124.139>.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Pemerintah Mudahkan Aturan Perdagangan ke Empat Negara Eropa Untuk Dorong Ekspor Nasional*. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/341>
- Kementerian Perdagangan. (2011). kajian kebijakan pengembangan diversifikasi pasar dan produk ekspor. *Kementrian Perdagangan Republik Indonesia*.
- Kementerian Perdagangan. (2014a). Gencarkan Promosi ke Dalam dan Luar Negeri. *Warta Ekspor*.

- Kementerian Perdagangan. (2014b). kajian penyusun strategi pengembangan ekspor Indonesia. *Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan*.
- Kementerian Perdagangan. (2015). *Peluang Ekspor Indonesia di Pasar Negara-Negara Non Tradisional*. Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan.
- Kementerian Perdagangan. (2016). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 81/MDAG/PER/11/2016*.
- Khasanah, S. M., & Juventia, D. C. (2019). Menengok Peluang Keunggulan kompetitif Produk Indonesia di Srilanka. *Warta Pengkajian Perdagangan, Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan*, 2(18), 5–9.
- Mankiw, N. G. (2013). *Macroeconomics* (8th ed.). Worth Publisher.
- Mariati, R. (2009). Pengaruh Produksi Nasional, Konsumsi Dunia, dan Harga Dunia terhadap Ekspor Crude Palm Oil (CPO) di Indonesia. *EPP*, 6(1), 30–35.
- Muliana, V. A. (2018). Terungkap, Ini 5 Negara yang Ekonominya Bakal Terpuruk di 2018. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3221809/terungkap-ini-5-negara-yang-ekonominya-bakal-terpuruk-di-2018>
- Nurhayati, E., Hartoyo, S., & Mulatsih, S. (2018). Pengembangan Pasar Ekspor Lada. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 12(2), 267–288. <https://doi.org/10.30908/bilp.v12i2.335>.
- Pinandhita, A. N., & Agustina, N. (2019). Analysis of Potential Export Diversification of Rubber Tire Derivative Products to Nontraditional Countries. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 98, 96–101. <https://doi.org/10.2991/icot-19.2019.21>.
- Pujiyono. (2016). Motivasi Indonesia Bekerjasama dengan Turki dalam Meningkatkan Ekspor Crude Palm Oil (CPO) (2010-2014). *JOM FISIP*, 3(1).
- Putri, I. R. (2017). Kerjasama Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Negara Vietnam Pada Tahun 2012-2015. *JOM FISIP*, 4(2), 1–11.
- Ridwannulloh, & Sunaryati. (2018). Determinants of Indonesian Crude Palm Oil Export: Gravity Model Approach. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 19(2), 134–141. <https://doi.org/10.18196/jesp.19.2.5004>.
- Riyandi, S. (2017). *Kalah dari Malaysia, RI hapus hambatan perdagangan dengan Turki*. <https://www.merdeka.com/uang/kalah-dari-malaysia-ri-hapus-hambatan-perdagangan-dengan-turki.html>
- Sabaruddin, S. S. (2013). Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia : Pasar Tradisional vs Pasar Nontradisional. *Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Sana'a*.
- Safitri, R. V., & Kartiasih, F. (2019). Keunggulan kompetitif dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nanas Indonesia. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 10(1), 63–73. <https://doi.org/10.29244/jhi.10.1.63-73>.
- Samen, S. (2010). Export Development, Diversification, and Competitiveness : How Some Developing Countries Got It Right. *Growth and Crisis Unit World Bank Institute*.
- Sukirno, S. (2005). *Teori Pengantar Mikroekonomi Edisi Ketiga*. PT Rajagrafindo Persada.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy. Suggestions for an International Economic Policy*.
- Widyastutik. (2019). Ketuk Pintu Ekspor ke Pasar Nontradisional: Strategi Memperbaiki Defisit Neraca Perdagangan. *Warta Pengkajian Perdagangan, Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan*, 1(17).
- World Bank. (2022). Population Data by Country. <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>. Diakses pada 19 Maret 2022.



Menggali Peluang Ekspansi Pasar: Diversifikasi Ekspor Minyak Sawit Mentah (CPO) Indonesia dan Produk Derivatifnya ke Negara Nontradisional

