

PERBANDINGAN DAYA SAING *CRUDE PALM OIL* INDONESIA DENGAN MALAYSIA DI NEGARA TUJUAN UTAMA EKSPOR

Comparison of the Competitiveness Crude Palm Oil of Indonesia with Malaysia in Main Export Destination Countries

Asrilis Boy Saban¹, Tanti Novianti²

¹Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, FEM, IPB University
Jl. Agatis Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat 16880, Indonesia

²Departemen Ilmu Ekonomi, FEM, IPB University
Jl. Agatis Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat 16880, Indonesia
Email: asrilisboy03@gmail.com

Naskah Diterima: 04/01/2023; Naskah Direvisi: 18/09/2023; Disetujui Diterbitkan: 04/12/2023;
Diterbitkan Online: 31/12/2023

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis daya saing *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia dengan Malaysia pada masing-masing negara tujuan utama ekspor. Jenis data dalam penelitian ini adalah data bulanan untuk ekspor-impor CPO dengan kode *Harmonized System* (HS) 151110. Analisis daya saing antara CPO Indonesia-Malaysia dihitung dengan indikator *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Market Share Index* (MSI). Perkembangan ekspor CPO Indonesia berfluktuatif pada periode Januari 2020-Desember 2021 dengan tren perkembangan yang negatif. Selama periode Januari 2020-Desember 2021 CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar India dan Spanyol, sedangkan CPO Malaysia memiliki keunggulan komparatif di pasar Italia dan Kenya. CPO Indonesia memiliki pangsa pasar yang lebih besar di pasar India dan Spanyol dan CPO Malaysia memiliki pangsa pasar yang lebih di pasar Kenya, sedangkan di Italia pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia sama besar. Indonesia perlu meningkatkan produksi dan ekspor CPO agar daya saing dan pangsa pasar CPO Indonesia dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: *Crude Palm Oil*, Ekspor, Keunggulan Komparatif, Pangsa Pasar

Abstract

This study aims to analyze and compare the competitiveness of Indonesian Crude Palm Oil (CPO) with Malaysia in each of the main export destination countries. This study's data type is monthly data for the export-import of CPO with the Harmonized System (HS) code 151110. Competitiveness analysis between Indonesia-Malaysia CPO is calculated by Revealed Comparative Advantage (RCA) and Market Share Index (MSI) indicators. Indonesia's CPO exports fluctuated from January 2020 to December 2021, with a negative development trend. From January 2020 to December 2021, the Indonesian CPO had a comparative advantage in the Indian and Spanish markets, while the Malaysian CPO had a comparative advantage in Italy and Kenya. Indonesian CPOs have a larger market share in India and Spain, and Malaysian CPOs have a larger market share in Kenya, while in Italy, the market share for Indonesian and Malaysian CPOs is the same. Indonesia needs to increase CPO production and exports so that Indonesia's CPO competitiveness and market share can be increased.

Keywords: *Crude Palm Oil*, Export, Comparative Advantage, Market Share

JEL Classification: F10, F14, F15

DOI: <https://doi.org/10.55981/bilp.2023.89>

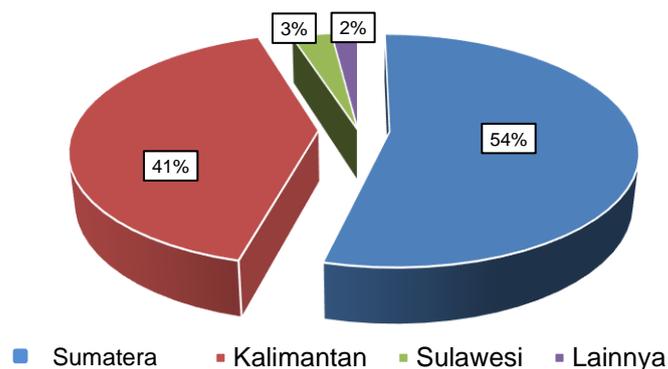
2528-2751 / 1979-9187 ©2023 Badan Riset dan Inovasi Nasional

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang sangat berperan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Kontribusi sektor pertanian terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) cukup tinggi dibanding sektor lain, yaitu sekitar 12,63 persen pada tahun 2021 atau hanya tertinggal 7,92 persen dari sektor industri pengolahan (BPS, 2022a). Salah satu subsektor yang memiliki potensi yang sangat besar pada sektor pertanian adalah subsektor perkebunan. Hasil subsektor perkebunan meningkat 8,34 persen, atau berkontribusi terhadap sektor pertanian sebesar 30,27 persen pada tahun 2021. Kinerja ini didorong oleh peningkatan produksi berbagai hasil perkebunan seperti kelapa sawit, kopi, kakao, dan tebu (BPS, 2022b). Kelapa sawit merupakan salah satu hasil

perkebunan yang berperan penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia karena kemampuannya menghasilkan minyak nabati yang sangat dibutuhkan oleh sektor industri.

Gambar 1 menunjukkan bahwa perluasan perusahaan perkebunan kelapa sawit menurut pulau di Indonesia pada tahun 2021. Perusahaan-perusahaan perkebunan kelapa sawit yang ada di Pulau Sumatera mencapai 54 persen, di Pulau Kalimantan mencapai 41 persen, di Pulau Sulawesi hingga tiga persen dan sisanya dua persen tersebar di Pulau Jawa, Maluku, dan Papua. Jumlah perusahaan perkebunan kelapa sawit di Indonesia adalah sebanyak 2.466 perusahaan, yang mana terdiri dari 160 perusahaan perkebunan besar milik pemerintah dan 2.306 perusahaan perkebunan besar milik swasta.



Gambar 1. Pangsa Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit di Indonesia Berdasarkan Lokasi Tahun 2021

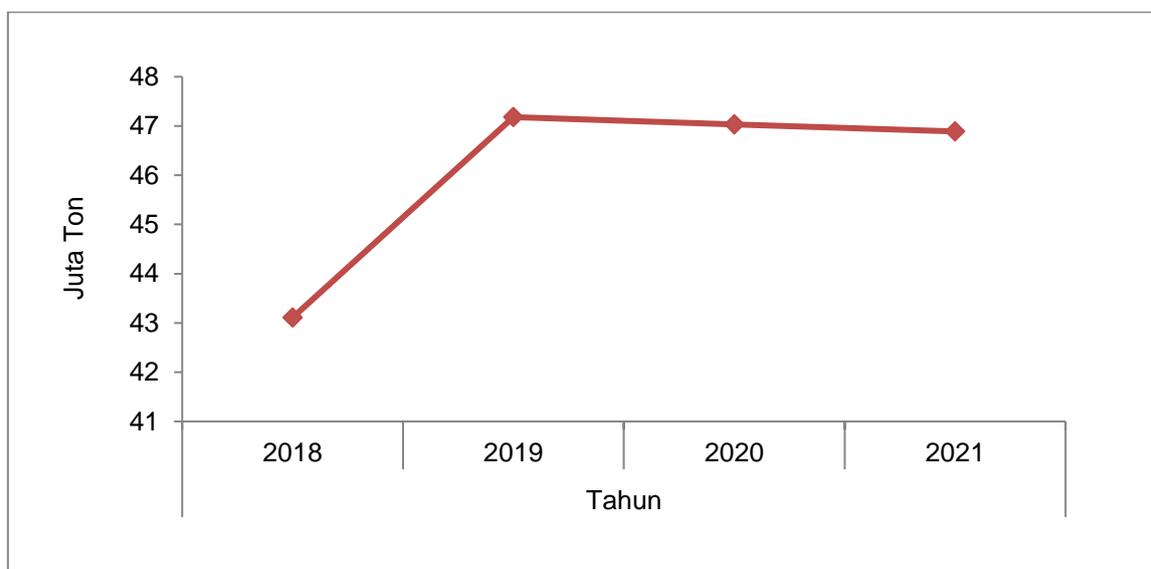
Sumber: BPS (2021), diolah.

Berdasarkan hal itu maka dapat dikatakan perkebunan-perkebunan kelapa sawit yang ada di Indonesia dikuasai oleh perkebunan besar milik swasta yang mana persentasenya mencapai 94 persen. Dengan pangsa perkebunan kelapa sawit di Indonesia terbanyak maka produktivitas dan produksinya pun harus terus ditingkatkan.

Berdasarkan Gambar 2 tampak bahwa produksi *Crude Palm Oil* (CPO) di Indonesia sudah mulai menurun sejak tahun 2019-2021. Produksi CPO terjadi peningkatan dari 43,11 juta ton menjadi 47,18 juta ton pada tahun 2018-2019, namun turun menjadi 47,03 ton di tahun 2020 dan menjadi 46,89 juta ton di tahun 2021. Secara keseluruhan dari tahun

2019-2021, produksi CPO menurun sebesar 0,9 persen (GAPKI, 2021).

Berdasarkan data BPS (2020), hasil produksi minyak sawit dari industri perkebunan sawit yang diekspor dibedakan sesuai dengan kelompok kode *Harmonized System* (HS), di antaranya CPO (HS-15111000), *Other Palm Oil* (HS-15119000), *Crude Oil of Palm Kernel* (HS-15132110), dan *Other Palm Oil Kernel* (HS-15132900). Berdasarkan keempat kelompok HS tersebut, ekspor terbesar komoditas minyak sawit Indonesia pada tahun 2020 adalah *Other Palm Oil* (HS-15119000), yaitu sebesar 67,90 persen dari total ekspor minyak sawit Indonesia. Urutan kedua adalah CPO (HS-15111000) yang mencapai sebesar 25,95 persen.



Gambar 2. Produksi *Crude Palm Oil* di Indonesia Tahun 2018-2021

Sumber: GAPKI (2022).

Berdasarkan data yang telah diterbitkan oleh UN Comtrade (2022) volume ekspor CPO Indonesia pada tahun 2015 adalah sebanyak 7,78 juta ton, kemudian menurun menjadi 5,28 juta ton pada tahun 2016. Setelah itu, tren ekspor CPO Indonesia cenderung berfluktuatif sampai tahun 2020, dan terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2021, yaitu jumlah ekspor CPO Indonesia menjadi hanya 2,49 juta ton. Berbeda dengan Indonesia, jumlah ekspor CPO Malaysia mengalami peningkatan. Tahun 2015 ekspor CPO Malaysia adalah 5,44 juta ton, terjadi penurunan menjadi 3,84 juta ton pada tahun 2016. Namun setelah itu jumlah ekspor CPO Malaysia terus mengalami peningkatan dari 5,57 juta ton menjadi 9,41 juta ton dari tahun 2017-2021. Menurut Advent, Zulgani, dan Nurhayani (2021) penurunan ekspor CPO Indonesia merupakan dampak langsung dari penurunan luas lahan dan jumlah produksi sawit itu sendiri. Sedangkan menurut Irawan dan Soesilo (2021); Saragih dan Rahayu (2022) kebijakan hilirisasi dan larangan ekspor CPO serta kebijakan *Renewable Energy Directive* (RED) II dari Uni Eropa memberikan dampak yang signifikan terhadap penurunan volume ekspor CPO Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian Zatira, Sari, dan Apriani (2021) bahwa secara parsial ekspor dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini berarti semakin besar jumlah ekspor akan berpengaruh besar terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi, dan sebaliknya. Hariwijaya (2020) juga mengatakan bahwa perdagangan internasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, salah satunya kegiatan ekspor. Artinya perdagangan internasional merupakan salah satu sistem penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan demikian maka, aktivitas kegiatan perdagangan internasional akan mengharuskan negara untuk mendukung aktivitas perdagangan dari produk-produk mereka. CPO merupakan salah satu komoditas atau produk ekspor utama Indonesia dan memiliki potensi ekonomi besar guna meningkatkan pendapatan dan perekonomian negara. Oleh karena itu, Sasmito, Laut, dan Destiningsih (2019) berpendapat bahwa Pemerintah Indonesia perlu mempertahankan dan meningkatkan keunggulan komparatifnya pada komoditas ekspor potensial. Peningkatan daya saing komparatif ini perlu disesuaikan dengan

kendala yang terus dihadapi Indonesia dari negara-negara pengimpor.

Yuni dan Hutabarat (2021) juga mengatakan bahwa kegiatan ekspor-impor memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, atau dengan kata lain jika terjadi net-ekspor maka berdampak positif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau dapat meningkatkan pendapatan nasional. Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Indonesia, perusahaan negara, dan perusahaan swasta CPO di Indonesia juga harus menjaga produktivitas dan kualitas dari CPO Indonesia. Langkah ini dapat dicapai dengan menggunakan teknologi terkini, penyediaan bibit kelapa sawit yang lebih berkualitas, dan memperluas areal perkebunan kelapa sawit, sehingga produksi CPO dapat meningkat dan secara langsung berdampak pada volume ekspor. Apalagi kinerja ekspor CPO Indonesia terus mengalami penurunan dari tahun 2015-2021. Sedangkan Malaysia selaku pesaing utama Indonesia dalam mengekspor CPO, cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2017-2021. Novitasari (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pemerintah harus lebih intensif melakukan hubungan dagang dengan negara lain yang

memiliki potensi menjadi pasar tujuan ekspor CPO sehingga dapat melakukan perluasan pasar. Berdasarkan data yang dirilis BPS (2021), negara tujuan utama ekspor CPO Indonesia tahun 2020 adalah India, Spanyol, Malaysia, Italia, dan Kenya.

Sesuai uraian sebelumnya maka perlu untuk melakukan kajian secara komprehensif terkait daya saing ekspor CPO Indonesia dan Malaysia pada negara tujuan utama ekspor CPO Indonesia. Dengan demikian, kajian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai kinerja, daya saing, dan pangsa pasar CPO Indonesia dengan Malaysia sebagai pesaing utama ekspor CPO Indonesia pada negara tujuan utama ekspor (India, Spanyol, Italia, dan Kenya).

METODE

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan dikumpulkan untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah data sekunder (*time series*) berupa data bulanan (Januari 2020-Desember 2021) atau 24 bulan. Data tersebut berupa data ekspor-impor CPO Indonesia dan Malaysia pada empat negara tujuan utama ekspor, di antaranya India, Spanyol, Italia, dan Kenya. Data ekspor-impor untuk produk

CPO yang digunakan adalah dengan kode HS-151110 pada data perdagangan internasional.

Penentuan periode waktu dan negara tujuan utama ekspor CPO adalah berdasarkan temuan pada publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia terkait statistik kelapa sawit Indonesia, di mana pada tahun 2020 negara tujuan utama ekspor CPO Indonesia adalah India, Spanyol, Italia, dan Kenya. Namun pada tahun tersebut ternyata volume ekspor CPO Indonesia turun 8,5 persen dari 30,2 juta ton pada tahun 2019. Kode HS 15111000 dipilih karena dari keempat negara tujuan utama ekspor CPO Indonesia, kode HS 15111000 yang paling banyak diekspor keempat negara tersebut, yaitu sebanyak 5,6 juta ton pada tahun 2020 (BPS, 2021).

Analisis Kinerja Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar India, Spanyol, Italia, dan Kenya

Kinerja ekspor CPO Indonesia dan Malaysia dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan kejadian berdasarkan data yang telah dikumpulkan sesuai dengan keadaan sebenarnya

(Sugiyono, 2017). Tujuan analisis ini untuk membuat suatu gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai jumlah CPO yang diekspor oleh Indonesia dan Malaysia pada negara tujuan utama.

Analisis Daya Saing Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar India, Spanyol, Italia, dan Kenya

Analisis data yang dipakai untuk mengetahui daya saing CPO Indonesia dengan Malaysia adalah dengan menggunakan indikator *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA), dan *Market Share Index* (MSI). Data diolah dengan bantuan *software Microsoft Excel* versi 2010. RCA merupakan salah satu dari sejumlah indikator yang dapat dipakai untuk menghitung keunggulan komparatif suatu produk ekspor dalam suatu kegiatan perdagangan internasional (Diphayana, 2018). Menurut Balassa (1965), dalam mengevaluasi keunggulan komparatif suatu produk ekspor dapat menggunakan persamaan berikut:

$$\frac{X_{ij}/X_{nj}}{X_{nj}/X_{nj}} = \frac{x_{ij}}{x_{nj}} \dots\dots\dots(1)$$

maka

$$RCA = \frac{x_{ij}}{x_{nj}} \dots\dots\dots(2)$$

Di mana:

- RCA* : keunggulan komparatif produk yang diekspor
- X* : nilai ekspor
- x* : nilai *share* relatif ekspor
- i* : komoditas *i* (produk ekspor)
- n* : gabungan pengeksportir (dunia)
- j* : negara *j*

Berdasarkan formula (2), apabila angka indeks $RCA > 1$ maka suatu negara *j* (pengekspor) dapat dikatakan memiliki keunggulan komparatif pada komoditas *i*. Hasil sebaliknya, jika indeks $RCA < 1$ maka negara *j* tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas *i*.

Kemudian setelah menentukan *RCA*, dilakukan perhitungan *RSCA* dengan tujuan untuk membuat perbandingan daya saing komoditas CPO Indonesia dengan Malaysia. *RSCA* dihitung dengan rumus berikut:

$$RSCA = (RCA - 1)/(RCA + 1) \dots\dots\dots(3)$$

Berdasarkan formula (3) maka angka *RSCA* akan berada di antara -1 sampai 1. Jika $RSCA < 0$ maka produk yang diekspor tidak memiliki daya saing. Sedangkan jika $RSCA > 0$ maka produk yang diekspor memiliki daya saing tinggi.

Selanjutnya dilakukan analisis untuk mengetahui pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia di negara tujuan utama ekspor dengan menghitung *Market Share Index* (*MSI*). West, Ford,

dan Ibrahim (2015) menyatakan bahwa *market share* merupakan persentase jumlah penguasaan pasar suatu perusahaan terhadap total keseluruhan pasar (segmentasi pasar) untuk suatu produk. Terdapat beberapa fungsi dari analisis *market share*, yaitu, mengukur skala perusahaan (Indonesia sebagai eksportir), mengukur persentase keberhasilan (penguasaan pasar), dan menjadi bahan evaluasi (perdagangan CPO). Menganalisis pangsa pasar suatu komoditas dapat dilakukan dengan menghitung *market share* dengan rumus (Hadiarianti, 2019):

$$MSI = \frac{X_{ia}}{M_{ib}} \dots\dots\dots(4)$$

Di mana:

- MSI* : *share* produk suatu negara
- X* : total ekspor produk *i* ke negara *b*
- M* : total impor produk *i*
- a* : negara eksportir
- b* : negara importir
- i* : produk *i* (CPO)

Semakin tinggi angka *MSI* maka menggambarkan semakin luas pangsa pasar suatu perusahaan atau pasar komoditas sebuah negara. Sebaliknya semakin rendah *MSI* maka semakin kecil pangsa pasar dari perusahaan atau negara untuk komoditas ekspor (CPO).

HASIL DAN PEMBAHASAN

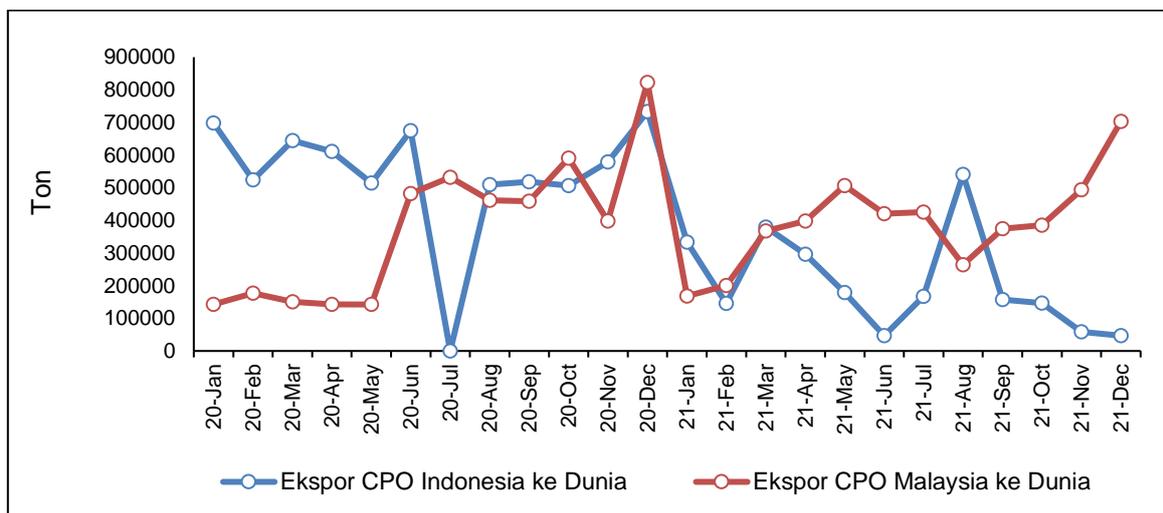
Kinerja ekspor Indonesia untuk produk CPO dapat dibandingkan juga

dengan melihat kinerja ekspor Malaysia. Hal ini dikarenakan Indonesia dan Malaysia merupakan produsen produk CPO di dunia. Tren perkembangan ekspor CPO Indonesia dan Malaysia pada periode Januari 2020-Desember 2021 dapat dilihat pada Gambar 3.

Perkembangan ekspor CPO Indonesia dari Januari 2020-Desember 2021 memiliki tren yang negatif. Pada Januari 2020, volume ekspor CPO Indonesia mencapai 698,5 ribu ton, namun pada Juli 2020 Indonesia tidak melakukan ekspor CPO. Indonesia melakukan ekspor sebanyak 733,2 ribu ton pada Desember 2020, namun kembali menurun menjadi 146 ribu ton pada Februari 2021. Ketika Agustus

2021 volume ekspor CPO Indonesia sebanyak 540,5 ribu ton dan mengalami penurunan menjadi 46,7 ribu ton pada Desember 2021.

Berbeda dengan perkembangan ekspor CPO Malaysia yang memiliki tren perkembangan yang positif. Pada Januari 2020, volume ekspor CPO Malaysia sebesar 142,5 ribu ton dan mencapai 822,4 ribu ton pada Desember 2020. Namun demikian, pada Januari 2021 tren ekspornya menurun menjadi 168 ribu ton, lalu kembali membaik pada Desember 2021, yaitu mencapai 702,9 ribu ton. Hasil ini mengindikasikan bahwa kinerja ekspor CPO Malaysia pada Januari 2020-Desember 2021 lebih baik dibandingkan Indonesia.



Gambar 3. Kinerja Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Khairinusa dan Novianti (2017) yang mengatakan bahwa minyak sawit Indonesia memiliki posisi daya

saing yang lebih unggul dibandingkan dengan negara pesaingnya, namun CPO Indonesia selalu mengalami penurunan volume ekspor. Menurut Pratinda dan Harta (2021) salah satu faktor yang memengaruhi kinerja ekspor komoditas subsektor pertanian adalah jumlah produksi dari subsektor perkebunan itu sendiri sehingga jika ingin meningkatkan kinerja ekspor subsektor perkebunan maka disarankan untuk mendorong peningkatan dari produktivitas subsektor pertanian. Sedangkan menurut Advent, Zulgani, dan Nurhayani (2021), variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja ekspor minyak kelapa sawit Indonesia adalah jumlah produksi, selain itu ada variabel luas lahan, nilai tukar, dan juga harga internasional dari minyak sawit. Penelitian Rosyadi et al. (2021) menunjukkan variabel harga dari CPO bersifat konstan sehingga menurunnya intensitas ekspor CPO Indonesia dipengaruhi oleh produktivitas dari perusahaan CPO itu sendiri. Kemudian menurut Prayoga Ryansyah dan Jannah (2022) bahwa aktivitas ekspor dan impor Indonesia secara umum mengalami peningkatan walaupun berada di tengah pandemi Covid-19.

Indikasi dari kinerja neraca perdagangan Indonesia yang cukup impresif maka dapat dikatakan bahwa

aktivitas ekonomi Indonesia di sektor perdagangan akan terus bertumbuh positif. Buktinya selama 14 bulan berlangsung sejak Mei 2020 neraca perdagangan Indonesia mengalami surplus. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja ekspor CPO Indonesia yang memiliki tren penurunan merupakan implikasi langsung dari penurunan produksi CPO Indonesia itu sendiri. Selain itu, kebijakan pemerintah yang terus mendorong hilirisasi dari CPO juga merupakan penyebab utama dari turunnya kinerja ekspor CPO Indonesia. Langkah ini dinilai baik untuk peningkatan ekonomi Indonesia yang masif, namun pemerintah juga perlu memperhatikan beberapa aspek di antaranya kualitas dari produk turunan CPO yang dikembangkan sehingga memiliki prospek yang kuat di pasar internasional (Susanto, 2020). Selain itu, dalam proses pengembangan produk hilirisasi tersebut diperlukan berbagai kajian yang membutuhkan biaya dan juga waktu. Oleh karena itu, pemerintah juga tidak boleh mengesampingkan produk CPO yang sudah jelas memiliki pangsa pasar pada perdagangan internasional, agar kinerja ekspor yang sudah baik dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif dari CPO Indonesia pada pasar tujuan utama ekspor, yakni di India, Spanyol, Italia, dan Kenya adalah menggunakan RCA. Menghindari hasil indeks RCA yang asimetris maka dilakukan analisis lanjutan dengan menggunakan RSCA.

Ekspor CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di Spanyol dan Italia untuk periode Januari-Desember 2020 dibandingkan dengan India dan Kenya. Hal ini dibuktikan dengan besarnya RCA CPO Indonesia di Spanyol dan Italia yang secara rata-rata sebesar 111,4 dan 95,3, sedangkan di India dan Kenya hanya memiliki rata-rata RCA sebesar 23,3 dan 10,7 (Tabel 1).

Angka RSCA juga membuktikan hal itu, di mana CPO Indonesia di pasar Spanyol dan Italia memiliki rata-rata RSCA masing-masing sebesar 0,98, sedangkan di pasar India dan Kenya sebesar 0,91 dan 0,49 pada Januari-Desember 2020. Berbeda periode sebelumnya, pada Januari-Desember 2021 rata-rata RCA tertinggi adalah terdapat di pasar Spanyol dan Italia, dengan masing-masing RCA sebesar 29,9 dan 29,5. Sedangkan di pasar India dan Kenya masing-masing memiliki RCA 10,6 dan 7,6 namun jika dilihat RSCA maka ekspor CPO Indonesia pada

periode tersebut yang memiliki keunggulan komparatif tertinggi adalah di pasar India dengan RSCA sebesar 0,76, disusul Italia sebesar 0,53, Spanyol sebesar 0,43, dan Kenya sebesar 0,04.

Hasil yang sama juga tampak jika dilihat secara keseluruhan dari Januari 2020-Desember 2021, di mana CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif tertinggi di pasar India dengan RSCA sebesar 0,88, disusul Italia sebesar 0,75, Spanyol sebesar 0,71, dan Kenya sebesar 0,26. Hasil ini mengindikasikan daya saing CPO Indonesia dapat dipengaruhi oleh intensitas ekspor yang dilakukan. Melihat mengapa CPO Indonesia memiliki daya saing lebih tinggi di pasar India dibandingkan di Spanyol, Italia, dan Kenya, hal ini disebabkan dari Januari 2020-Desember 2021 Indonesia selalu mengekspor CPO ke India. Sedangkan di pasar Spanyol, pada Februari, November, dan Desember 2021 atau tiga kali Indonesia tidak mengekspor CPO. Begitu juga di Italia sebanyak dua kali Indonesia tidak mengekspor CPO, yaitu Januari dan Februari 2021. Sedangkan di pasar Kenya pada April dan Mei 2020 serta Mei, Juni, Juli, November, dan Desember 2021 atau tujuh kali Indonesia tidak mengekspor CPO.

Tabel 1. Indeks RCA dan RSCA CPO Indonesia di Negara Tujuan Utama Ekspor

Periode	India		Spanyol		Italia		Kenya	
	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA
20-Jan	36,87	0,95	108,42	0,98	82,98	0,98	1,40	0,17
20-Feb	19,26	0,90	72,55	0,97	113,80	0,98	9,30	0,81
20-Mar	46,20	0,96	123,44	0,98	102,50	0,98	6,19	0,72
20-Apr	23,14	0,92	106,49	0,98	88,78	0,98	0,00	-1,00
20-Mei	31,07	0,94	71,56	0,97	44,01	0,96	0,00	-1,00
20-Jun	27,73	0,93	131,50	0,98	135,62	0,99	13,01	0,86
20-Jul	16,71	0,89	162,12	0,99	98,55	0,98	13,28	0,86
20-Agu	15,26	0,88	73,65	0,97	116,89	0,98	23,48	0,92
20-Sep	16,27	0,88	183,81	0,99	53,68	0,96	15,68	0,88
20-Okt	14,37	0,87	56,48	0,97	104,27	0,98	13,88	0,87
20-Nov	16,43	0,89	87,36	0,98	91,12	0,98	12,38	0,85
20-Des	17,33	0,89	160,35	0,99	111,80	0,98	20,78	0,91
21-Jan	15,40	0,88	15,84	0,88	0,00	-1,00	13,24	0,86
21-Feb	13,83	0,87	0,00	-1,00	0,00	-1,00	3,74	0,58
21-Mar	24,96	0,92	8,18	0,78	39,22	0,95	36,91	0,95
21-Apr	12,43	0,85	59,23	0,97	4,67	0,65	12,49	0,85
21-Mei	7,80	0,77	39,57	0,95	36,51	0,95	0,00	-1,00
21-Jun	2,29	0,39	41,55	0,95	113,64	0,98	0,00	-1,00
21-Jul	10,30	0,82	28,82	0,93	49,25	0,96	0,00	-1,00
21-Agu	18,83	0,90	19,96	0,90	34,52	0,94	12,74	0,85
21-Sep	6,38	0,73	47,02	0,96	17,48	0,89	8,65	0,79
21-Okt	7,67	0,77	15,42	0,88	53,23	0,96	4,24	0,62
21-Nov	3,69	0,57	0,00	-1,00	3,84	0,59	0,00	-1,00
21-Des	3,95	0,60	0,00	-1,00	2,70	0,46	0,00	-1,00

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Meskipun demikian, CPO Indonesia tetap memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat di pasar India, Spanyol, Italia, dan Kenya berdasarkan indikator dari RCA dan RSCA. Hasil ini sejalan dengan penelitian Destiarni, Triyasari, dan Jamil

(2021); Itamary, Hendrati (2022); Tiara, Jakaria, dan Syafri (2023) yang mengatakan bahwa CPO Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan juga berada pada posisi *rising star*. Selain itu, Indonesia berperan sebagai net eksportir di pasar internasional sehingga memiliki

potensi untuk dilakukan proses pengembangan pasar CPO yang optimal. Penelitian lain, Zuhdi et al. (2021) menjelaskan bahwa Indonesia sebagai negara penghasil utama minyak sawit dunia akan tetap memiliki daya saing kuat dan mampu bersaing dengan negara penghasil minyak sawit lainnya, terutama Malaysia.

Sebagai salah satu negara produsen CPO terbesar di dunia selain Indonesia, Malaysia dapat menjadi negara pembanding dalam melihat daya saing CPO Indonesia di pasar dunia, khususnya pada empat negara tujuan utama ekspor.

Berdasarkan perkembangan RCA dan RSCA, ekspor CPO Malaysia memiliki keunggulan komparatif tinggi di pasar Italia pada Januari-Desember 2020 dibandingkan di pasar India, Spanyol, dan Kenya (Tabel 2). Hal ini dibuktikan dengan rata-rata RCA CPO Malaysia di Italia sebesar 94,2, di India sebesar 12,8, Spanyol sebesar 34,3, dan Kenya sebesar 11,2.

Angka RSCA juga membuktikan hal itu, di mana CPO Malaysia di Italia memiliki rata-rata sebesar 0,97, sedangkan di India bernilai 0,71, di Spanyol sebesar 0,59, dan Kenya sebesar 0,65 pada Januari-Desember 2020. Sama dengan periode

sebelumnya, pada Januari-Desember 2021 secara rata-rata dari RCA ekspor CPO Malaysia yang tertinggi terjadi di pasar Italia dengan RCA sebesar 70,9 sedangkan di pasar India sebesar 19,9, di Spanyol sebesar 29,6, dan di Kenya sebesar 14,3, namun jika dilihat dari RSCA, CPO Malaysia pada periode tersebut yang memiliki keunggulan komparatif tertinggi adalah di pasar India, yaitu sebesar 0,89, disusul Kenya sebesar 0,84, Italia sebesar 0,80, dan Spanyol sebesar 0,42. Akan tetapi, jika dilihat secara keseluruhan dari Januari 2020-Desember 2021, CPO Malaysia memiliki keunggulan komparatif tertinggi di pasar Italia dengan RSCA sebesar 0,89, di India sebesar 0,80, Kenya sebesar 0,74, dan Spanyol sebesar 0,50.

Hasil mengindikasikan bahwa daya saing dari CPO Malaysia dipengaruhi oleh volume ekspor yang dilakukan. Melihat mengapa CPO Malaysia memiliki daya saing atau keunggulan komparatif yang lebih tinggi di Italia dibandingkan dengan India, Spanyol, dan Kenya, hal ini disebabkan karena dari periode Januari 2020-Desember 2021 CPO Malaysia memiliki RCA yang jauh lebih tinggi di Italia, yaitu sebesar 82,6 sedangkan di India hanya sebesar 16,7 kemudian di Spanyol sebesar 31,9, dan di Kenya hanya sebesar 12,7.

Tabel 2. Indeks RCA dan RSCA CPO Malaysia di Negara Tujuan Utama Ekspor

Periode	India		Spanyol		Italia		Kenya	
	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA
20-Jan	4,20	0,62	40,08	0,95	30,61	0,94	0,00	-1,00
20-Feb	2,99	0,50	42,33	0,95	65,41	0,97	5,86	0,71
20-Mar	1,64	0,24	56,89	0,97	106,54	0,98	9,46	0,81
20-Apr	2,03	0,34	9,87	0,82	133,27	0,99	3,19	0,52
20-Mei	3,04	0,50	7,04	0,75	71,79	0,97	5,19	0,68
20-Jun	19,50	0,90	42,87	0,95	180,68	0,99	27,63	0,93
20-Jul	16,35	0,88	43,16	0,95	80,81	0,98	9,67	0,81
20-Agu	15,76	0,88	0,00	-1,00	114,70	0,98	23,16	0,92
20-Sep	21,54	0,91	0,00	-1,00	89,05	0,98	11,04	0,83
20-Okt	22,31	0,91	8,59	0,79	84,36	0,98	13,45	0,86
20-Nov	17,45	0,89	18,57	0,90	149,82	0,99	8,89	0,80
20-Des	27,19	0,93	142,15	0,99	24,34	0,92	17,49	0,89
21-Jan	8,23	0,78	23,20	0,92	0,00	-1,00	10,27	0,82
21-Feb	13,86	0,87	21,39	0,91	19,56	0,90	7,88	0,77
21-Mar	25,80	0,93	15,10	0,88	52,53	0,96	33,32	0,94
21-Apr	18,36	0,90	37,08	0,95	86,27	0,98	16,40	0,89
21-Mei	19,33	0,90	38,12	0,95	85,58	0,98	15,14	0,88
21-Jun	21,95	0,91	4,26	0,62	57,49	0,97	8,44	0,79
21-Jul	20,35	0,91	18,44	0,90	86,52	0,98	18,88	0,90
21-Agu	14,13	0,87	0,00	-1,00	76,77	0,97	15,98	0,88
21-Sep	18,66	0,90	0,00	-1,00	109,27	0,98	11,04	0,83
21-Okt	20,40	0,91	0,00	-1,00	96,72	0,98	4,49	0,64
21-Nov	25,72	0,93	39,00	0,95	58,63	0,97	13,28	0,86
21-Des	31,99	0,94	159,20	0,99	122,56	0,98	16,44	0,89

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Hasil dari indikator RCA dan RSCA untuk CPO Indonesia dengan Malaysia, pada dasarnya dapat dibandingkan secara total untuk semua periode analisis, yaitu dari Januari 2020-

Desember 2021. Pada Tabel 3 disajikan perbandingan rata-rata RCA dan RSCA CPO antara Indonesia dengan Malaysia sepanjang periode ekspor yang dianalisis di pasar tujuan ekspor utama.

Tabel 3. Perbandingan Rata-Rata RCA dan RSCA CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar Tujuan Ekspor Utama

Pengekspor	India		Spanyol		Italia		Kenya	
	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA	RCA	RSCA
Indonesia	17,01	0,83	67,22	0,71	62,46	0,75	9,22	0,26
Malaysia	16,37	0,80	31,97	0,50	82,64	0,89	12,78	0,74

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

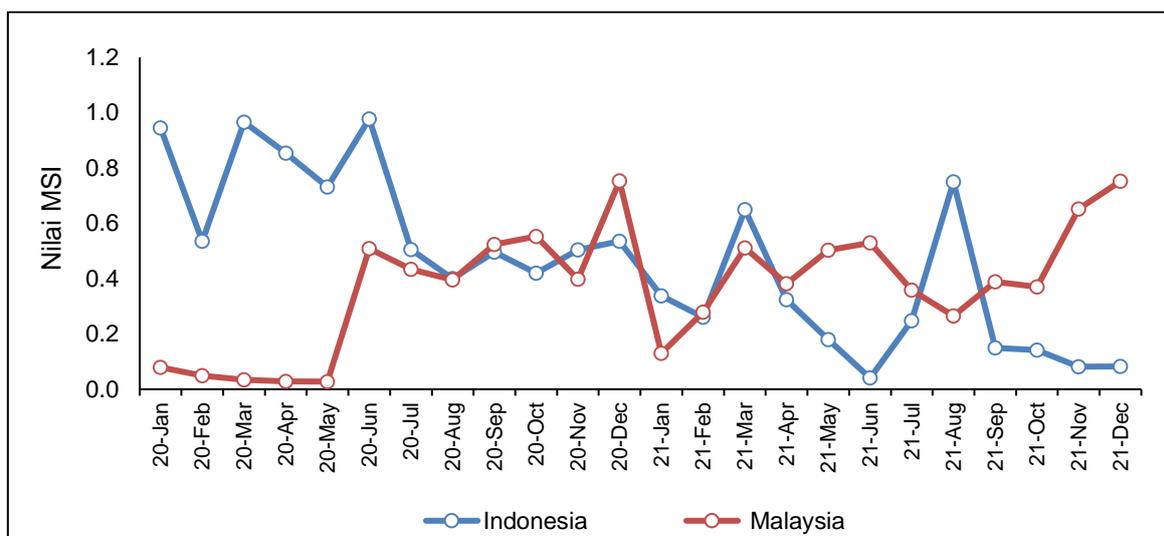
Secara keseluruhan untuk perbandingan keunggulan komparatif dari CPO Indonesia dan Malaysia dapat dilihat pada Tabel 3, di India CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang lebih tinggi daripada CPO Malaysia, di mana Indonesia memiliki rata-rata RCA sebesar 17,01 dan Malaysia adalah 16,37, namun jika dilihat dari RSCA CPO Indonesia hanya unggul dari CPO Malaysia sebesar 0,03. Akan tetapi, jika dilihat di Spanyol, CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang jauh lebih tinggi daripada CPO Malaysia dengan perbedaan RCA sebesar 35,25 dan RSCA sebesar 0,21. Sedangkan di Italia, CPO Malaysia memiliki keunggulan komparatif lebih tinggi dari CPO Indonesia, di mana selisih rata-rata RCA CPO Indonesia dan Malaysia sebanyak 20,17 dan selisih rata-rata RSCA adalah 0,14.

Keunggulan komparatif CPO Malaysia terhadap Indonesia juga terjadi di Kenya di mana selisih rata-rata RCA

CPO Malaysia dengan Indonesia sebesar 3,55 dan RSCA sebesar 0,48.

Berdasarkan hasil analisis ini dapat dikatakan bahwa dari periode Januari 2020-Desember 2021 CPO Indonesia lebih unggul secara komparatif di India dan Spanyol, sedangkan CPO Malaysia lebih unggul di Italia dan Kenya.

Daya saing dari produk CPO Indonesia juga dapat dianalisis dengan cara menghitung *Market Share Index* (MSI). *Market share* ini dihitung berdasarkan tujuan ekspor CPO Indonesia untuk empat negara tujuan utamanya, dan kemudian dibandingkan dengan pesaing utamanya untuk ekspor produk CPO, yaitu Malaysia. Semakin tinggi angka MSI maka semakin luas pangsa pasar CPO pada negara-negara tujuan utama ekspor. Terdapat empat negara tujuan utama ekspor CPO yang dihitung *market share*-nya, yaitu India, Spanyol, Italia, dan Kenya. Gambar 4 disajikan perbandingan indikator nilai MSI CPO Indonesia dengan Malaysia di pasar India.

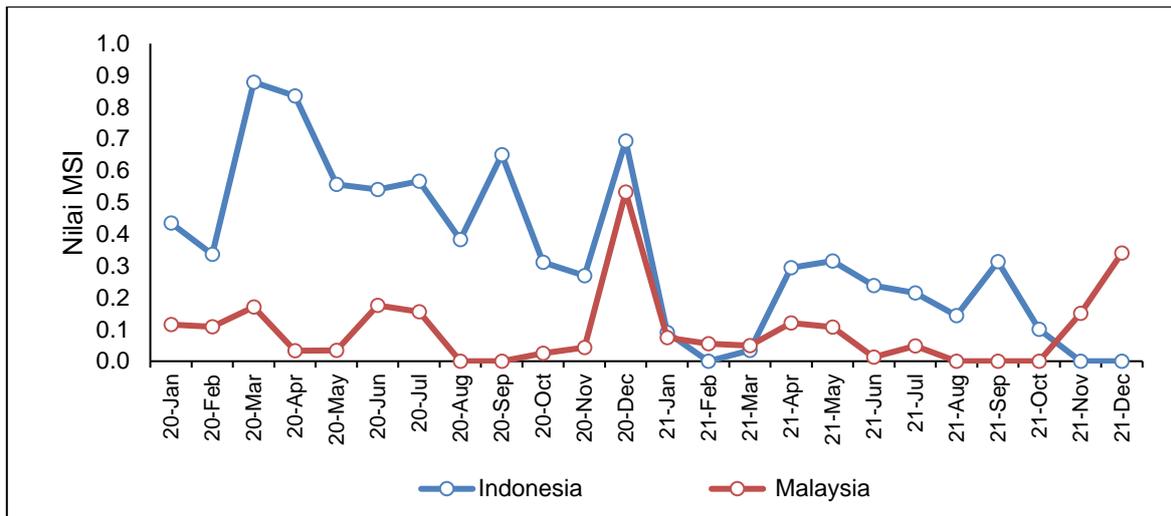


Gambar 4. Market Share Index CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar India

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Berdasarkan Gambar 4 dapat dilihat bahwa pada periode Januari 2020-Desember 2021, Indonesia dan Malaysia memiliki *market share* yang terlihat berfluktuatif. Indonesia memiliki tren MSI yang negatif, hal ini dikarenakan *market share* CPO Indonesia di India terus mengalami penurunan dari Agustus 2021-Desember 2021. Berbeda dengan Malaysia yang memiliki tren penguasaan pasar CPO di India yang tumbuh positif, dapat dilihat dari periode Agustus 2021 terus bertumbuh sampai

Desember 2021. Perbedaan dari gambaran tren penguasaan atau pangsa pasar produk CPO Indonesia dengan Malaysia di India ini disebabkan karena adanya penurunan volume ekspor CPO Indonesia, sedangkan jumlah ekspor CPO Malaysia terjadi peningkatan pada Agustus-Desember 2021. Hal ini yang mengindikasikan terjadinya penurunan pangsa pasar CPO Indonesia, sedangkan pangsa pasar CPO Malaysia terjadi peningkatan di India.

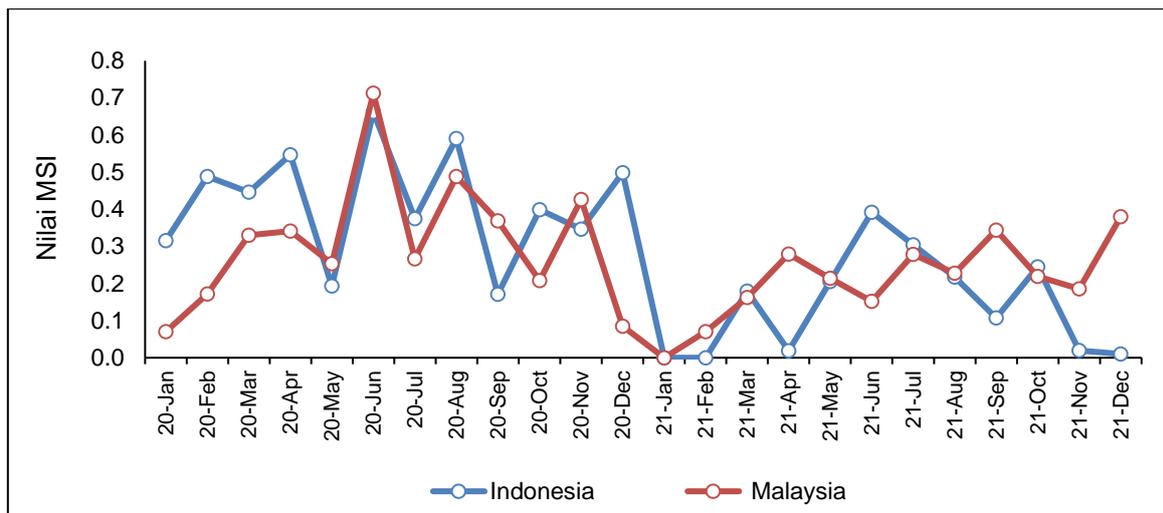


Gambar 5. Market Share Index CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar Spanyol

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Market share CPO Indonesia di Spanyol dari periode Januari 2020-Desember 2021 dapat dikatakan memiliki tren yang berfluktuatif dan terus mengalami penurunan. Dapat dilihat pada Gambar 5 di mana MSI Indonesia untuk periode Maret 2020 adalah 0,9, namun pada periode November 2020 turun menjadi 0,3. Periode Desember 2020 kembali naik menjadi 0,7 akan tetapi setelah itu terus menurun sampai Desember 2021 menjadi 0,0. Sedangkan *market share* CPO Malaysia di Spanyol

memiliki nilai yang lebih rendah dari *market share* Indonesia. Pada periode Januari 2020-Oktober 2021, nilai *market share* CPO Malaysia selalu lebih rendah daripada *share* CPO Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar CPO Indonesia di Spanyol lebih besar dari Malaysia, akan tetapi terjadi penurunan pada setiap periode bulanan. Penyebab menurunnya MSI CPO Indonesia karena terjadinya penurunan volume ekspor CPO Indonesia itu sendiri.



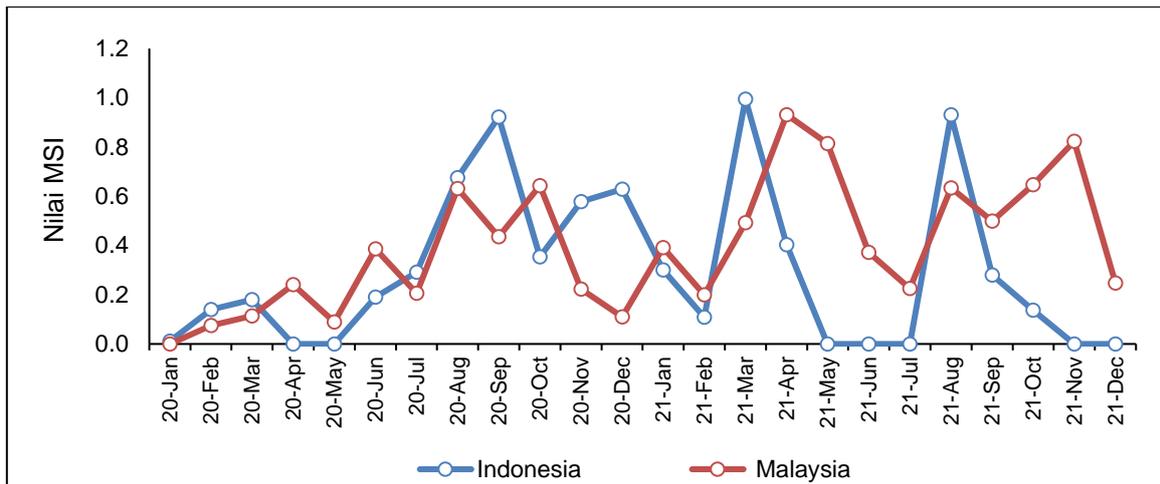
Gambar 6. Market Share Index CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar Italia

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Hasil analisis MSI CPO Indonesia dengan Malaysia di pasar Italia menunjukkan tren berfluktuatif namun seimbang. Berdasarkan Gambar 6 dapat dilihat pada Januari-April 2020, pangsa pasar CPO Indonesia lebih tinggi dari Malaysia, namun pada Mei 2020-Maret 2021 pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia mengalami penurunan dan peningkatan secara bersamaan. Sedangkan dari April-Desember 2021, pangsa pasar CPO Indonesia dengan Malaysia di pasar Italia terjadi perubahan sebaliknya, di mana jika pangsa pasar CPO Indonesia mengalami penurunan maka pangsa pasar CPO Malaysia terjadi peningkatan. Hasil ini

menunjukkan bahwa pangsa pasar CPO Indonesia dengan Malaysia di pasar Italia seimbang secara keseluruhan. Faktor yang memengaruhi perubahan pangsa pasar CPO di pasar Italia adalah jumlah volume ekspor CPO dari kedua negara tersebut, di mana jika terjadi penurunan volume ekspor CPO Indonesia maka secara tidak langsung mendorong pasar Italia meningkatkan jumlah permintaan CPO dari Malaysia.

Sama halnya dengan di pasar Italia, pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia di pasar Kenya juga memiliki tren perkembangan pangsa pasar yang sama. Perkembangannya dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Market Share Index CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar Kenya

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Ketika pangsa pasar CPO Indonesia mengalami peningkatan di pasar Kenya ternyata pola tersebut diikuti oleh Malaysia, begitu pula ketika terjadi penurunan. Akan tetapi, pada beberapa periode ekspor, pangsa pasar CPO Indonesia lebih tinggi dari Malaysia, terutama pada September, November, dan Desember 2020, serta Maret dan Agustus 2021. Sedangkan, pangsa pasar ekspor CPO Malaysia berada pada posisi lebih tinggi dari Indonesia pada April, Juni, dan Oktober 2020, serta April, Mei, Juni, Juli, September,

Oktober, November, dan Desember 2021. Hasil ini juga menunjukkan bahwa pangsa pasar CPO di pasar Kenya, baik Indonesia maupun Malaysia, sangat dipengaruhi volume impor CPO dari kedua negara tersebut. Pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia pada empat negara tujuan utama ekspor dapat dinilai secara keseluruhan dari Januari 2020-Desember 2021, dengan menghitung rata-rata MSI dari semua periode di empat negara tujuan ekspor utama. Pada Tabel 4 disampaikan perbandingan tersebut.

Tabel 4. Rata-Rata Market Share Index (MSI) CPO Indonesia dan Malaysia di Pasar Tujuan Ekspor Utama

No.	Pengekspor	Rata-Rata MSI			
		India	Spanyol	Italia	Kenya
1.	Indonesia	0.5	0.3	0.3	0.3
2.	Malaysia	0.4	0.1	0.3	0.4

Sumber: UN Comtrade (2022), diolah.

Hasil analisis pada Tabel 4 menunjukkan bahwa penguasaan pasar produk CPO Indonesia lebih besar daripada CPO Malaysia di India dan Spanyol, di mana pangsa pasar CPO Indonesia di pasar India sebesar 0,5 sedangkan Malaysia sebesar 0,4. Penguasaan pasar CPO Indonesia di pasar Spanyol memiliki MSI sebesar 0,3, sedangkan penguasaan pasar CPO Malaysia memiliki MSI sebesar 0,1. Berbeda dengan pangsa pasar CPO Indonesia dan Malaysia di pasar Italia dan Kenya, di mana pangsa pasar CPO keduanya adalah sama, yaitu dengan rata-rata MSI sebesar 0,3. Untuk penguasaan pasar di pasar Kenya, CPO Malaysia memiliki rata-rata MSI lebih besar dari Indonesia. Malaysia memiliki rata-rata MSI sebesar 0,4, sedangkan Indonesia sebesar 0,3.

Berdasarkan hal ini maka dapat dikatakan bahwa CPO Indonesia memiliki pangsa pasar lebih besar daripada CPO Malaysia di pasar India dan Spanyol, kemudian di pasar Italia CPO Indonesia dan Malaysia memiliki pangsa pasar yang sama besar dengan rata-rata MSI adalah 0,3. Sedangkan di pasar Kenya, pangsa pasar CPO Indonesia lebih kecil dari Malaysia, di mana rata-rata MSI CPO Indonesia adalah 0,3 dan Malaysia sebesar 0,4.

Artinya CPO Malaysia di pasar Kenya lebih banyak terserap dibandingkan CPO Indonesia. Padahal menurut Sasmito, Laut, dan Destiningsih (2019), berdasarkan penghitungan analisis EPD, posisi Indonesia masuk dalam kuadran *rising star* di pasar Kenya. Hal ini mengartikan bahwa penurunan pangsa pasar CPO Indonesia di pasar Kenya dapat disebabkan oleh terjadinya penurunan kinerja ekspor CPO Indonesia itu sendiri.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Merujuk pada hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa di negara tujuan utama ekspor CPO, yaitu India, Spanyol, Italia, dan Kenya, Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih tinggi daripada Malaysia di pasar India dan Spanyol pada tahun 2020 dan 2021. Sedangkan di pasar Italia dan Kenya, CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih rendah dari Malaysia, berdasarkan indikator RCA dan RSCA. Hasil perhitungan MSI menunjukkan bahwa pangsa pasar CPO Indonesia pada tahun 2020 dan 2021 lebih besar dari Malaysia di pasar India dan Spanyol. Sedangkan di pasar Italia, CPO Indonesia memiliki pangsa pasar yang

sama dengan Malaysia. Sedangkan di pasar Kenya, pangsa pasar CPO Indonesia lebih kecil daripada Malaysia.

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran atau rekomendasi yang dapat diberikan adalah pemerintah perlu membuat suatu regulasi terkait perjanjian dagang internasional dan diplomasi ekonomi sehingga dapat membantu para eksportir menjalin kerja sama dan memperluas pasar, khususnya komoditas CPO Indonesia di pasar internasional. Selain itu, pemerintah juga dapat meningkatkan kinerja ekspor CPO dengan melakukan penyederhanaan prosedur atau perizinan agar para eksportir dapat menekan biaya produksi dan memudahkan dalam melakukan kegiatan ekspor komoditas CPO. Dengan rekomendasi kebijakan tersebut diharapkan meningkat daya saing secara optimal dan kinerja ekspor komoditas CPO Indonesia di pasar internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Tanti Novianti yang mendukung dan membimbing penulis sehingga tulisan ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Advent, R., Zulgani., & Nurhayani. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor minyak sawit di Indonesia tahun 2000-2019. *E-Jurnal Perdagangan Industri dan Moneter*, 9(1), 49-58. <https://doi.org/10.22437/pim.v9i1.13652>.
- Anita. T., Jakaria., & Syafri. (2023). Analisis determinan ekspor dan daya saing produk minyak kelapa sawit Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 999-1014. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15583>.
- BPS Indonesia. (2020). *Statistik kelapa sawit Indonesia 2020*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication.html>.
- BPS Indonesia. (2021). *Direktori perusahaan perkebunan kelapa sawit 2021*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication.html>.
- BPS Indonesia. (2021). *Produk domestik bruto Indonesia triwulan 2017-2021*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik. Diunduh 28 November 2022 dari <https://www.bps.go.id/publication.html>.
- BPS. (2022a). PDB seri 2010 (milyar Rupiah). Diunduh 01 Desember 2023 dari <https://www.archive.bps.go.id/indicator/11/65/3/-seri-2010-pdb-seri-2010.html>.
- BPS. (2022b). Produksi tanaman perkebunan (ribu ton), 2019-2021. Diunduh 01 Desember 2023 dari <https://www.archive.bps.go.id/indicator/54/132/1/produksi-tanaman-perkebunan.html>.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and revealed comparative advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>.

- Destiarni, R. P., Triyasari, S. R., & Jamil, A. S. (2021). The determinants of Indonesia's CPO export in non-traditional market. *International Conference on Agribusiness and Rural Development (IConARD 2020)*, 232, 02017. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123202017>.
- Diphayana, W. (2018). *Perdagangan internasional*. Yogyakarta (ID): Penerbit DEEPUBLISH.
- GAPKI. (2022). Kinerja industri sawit di Indonesia 2021 dan prospek di tahun 2022. *Siaran Pers GAPKI*. <https://gapki.id/news/20519/kinerja-industri-sawit-2021-prospek-2022>.
- Hadiaranti, V. S. (2019). *Langkah awal memahami hukum perdagangan internasional dalam era globalisasi*. Jakarta (ID): Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Hariwijaya, I. (2020). Perdagangan internasional dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1), 1-13. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6968>.
- Irawan, B., & Soesilo, N. I. (2021). Dampak kebijakan hilirisasi industri kelapa sawit terhadap permintaan CPO pada industri hilir. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(1), 29-43. <http://dx.doi.org/10.22212/jekp.v12i1.2023>.
- Itamary, A. I., & Hendrati, I. M. (2022). Analisis daya saing ekspor crude palm oil (CPO) Indonesia di pasar India. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 208-217. <http://dx.doi.org/10.35906/jep.v8i2.1184>.
- Khairinusa, G. R., & Novianti, T. (2017). Daya saing minyak sawit dan dampak renewable energy directive Uni Eropa terhadap ekspor Indonesia di pasar Uni Eropa. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2), 125-136. <https://doi.org/10.29244/jai.2017.5.2.125-136>.
- Novitasari, R. (2021). *Daya saing crude palm oil (CPO) Indonesia di negara tujuan utama*. [Skripsi]. Bogor (ID): Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University.
- Pratinda, W. N. A. S., & Harta, R. (2021). Analisis kinerja ekspor subsektor perkebunan dan pandemi covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 10(2), 114-133. <https://doi.org/10.29244/jekp.10.2.2021.114-133>.
- Prayoga, E. R., Ryansyah, M., & Jannah, N. (2022). Dampak Covid-19 terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor ekspor dan impor Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(3), 457-465. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.924>.
- Rosyadi, F. H., Mulyo, J. H., Perwitasari, H., & Darwanto, D. H. (2021). Export intensity and competitiveness of Indonesia's crude palm oil to main destination countries. *Agricultural Economics Czech*, 67(5), 189-199. <https://doi.org/10.17221/371/2020-AGRICECON>.
- Saragih, H. M., & Rahayu, H. (2022). Pengaruh kebijakan Uni Eropa terhadap ekspor kelapa sawit Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 8(2), 296-303. <https://doi.org/10.29210/020221377>.
- Sasmito, G. S., Laut, L. T., & Destiningsih, R. (2019). The competitiveness of crude palm oil (CPO) from Indonesia and Malaysia in the five major markets from 2001-2018. *DYNAMIC: Directory Journal of Economics*, 1(3), 257-268. <https://doi.org/10.31002/dinamic.v1i3.790>.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung (ID): CV. Alfabeta.
- Susanto, D. A. (2020). Daya saing ekspor produk CPO Indonesia dan potensi hilirisasi diolah menjadi biodiesel. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 4(2), 64-76. <https://doi.org/10.31092/jpbc.v4i2.952>.

- Tiara, A., Jakaria, & Syafri. (2023). Analisis determinan ekspor dan daya saing produk minyak kelapa sawit Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Trisaksi*, 3(1), 999-1014. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15583>.
- UN Comtrade. (2022). International trade statistics database. <https://comtrade.un.org/data/>.
- West, D., Ford, J., & Ibrahim, E. (2015). *Strategic marketing, creating competitive advantage* [third edition]. Oxford (UK): Oxford University Press.
- Yuni, R., Hutabarat, D. L. (2021). Dampak perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2009-2019. *E-Journal of Unimed*, 10(1), 62-69. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/>.
- Zatira, D., Sari, T. N., & Apriani, M. D. (2021). Perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, 11(1), 88-96. <http://dx.doi.org/10.35448/jequ.v11i1.11277>.
- Zuhdi, D. A. F., Abdullah, M. F., Suliswanto, M. S. W., & Wahyudi, S. T. (2021). The competitiveness of Indonesian crude palm oil in international market, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 111-124. <https://dx.doi.org/10.29259/jep.v19i1.13193>.