

Analisis Daya Saing Komoditi *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia Tahun 2001-2012**Ni Nyoman Ayu Puri Astrini**

Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif komoditi CPO Indonesia dibandingkan dengan dua negara anggota OECD (Jepang dan Australia) periode 2001 - 2012. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dengan menganalisis daya saing ekspor komoditi CPO di Indonesia tahun 2001 – 2012. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks *revealed comparative advantage* (RCA) serta indeks spesialisasi perdagangan (ISP). Ditemukan hasil bahwa keunggulan komparatif daya saing CPO Indonesia yang diukur dengan Indeks RCA memiliki nilai rata-rata sebesar 2,61 lebih besar dari 1 dan hal ini menunjukkan bahwa kedua negara tidak memiliki keunggulan komparatif untuk produk CPO karena memiliki tingkat daya saing yang lemah di pasar internasional. Keunggulan kompetitif daya saing CPO Indonesia yang diukur dengan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,9989 dengan nilai yang mendekati +1 dan hal ini menunjukkan bahwa Indonesia berada pada tahap pematangan ekspor, sehingga produk CPO Indonesia sangat kompetitif untuk bersaing di pasar internasional.

Kata Kunci : Analisis Daya Saing, CPO, OECD, RCA, ISP**ABSTRACT**

The purpose of this study is to analyze the comparative and competitive advantages Indonesian CPO compared with two OECD countries (Japan and Australia) in the period 2001-2012. This study used descriptive statistics to analyze the competitiveness of Indonesia's CPO exports in 2001-2012. The data analysis technique used in this study are revealed comparative advantage index (RCA) as well as trade specialization index (ISP). It was found that the comparative advantage of the competitiveness of the Indonesian palm oil as measured by the RCA index has an average value of 2.61 is greater than 1 and it shows that both countries have a comparative advantage for palm oil products because it has a weak level of competitiveness in the market internationally. The competitive advantage of Indonesian CPO competitiveness as measured by the Trade Specialization Index (ISPs) have an average value of 0.9989 with a value close to +1 and it's showed that Indonesian exports are at a stage of maturation, so that Indonesian palm oil products are very competitive to compete in the international market.

Keywords : *Analysis of Competitiveness, CPO, OECD, RCA, ISP***PENDAHULUAN**

Permintaan dan penawaran pada dasarnya merupakan penyebab terjadinya perdagangan antar negara. Sobri (2001) menyatakan bahwa perdagangan internasional adalah transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara lain, baik mengenai barang-barang maupun jasa-jasa. Subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, pengusaha ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri yang dapat dilihat dari neraca perdagangan yang menurut ekspor dan impor suatu negara secara keseluruhan. Jadi, perdagangan internasional dapat terjadi apabila suatu negara mengalami kekurangan barang atau jasa dan negara yang lain memiliki kelebihan barang atau jasa yang kemudian melakukan transaksi atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak.

Proses globalisasi yang bergulir dengan cepat dan didukung kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah mengakibatkan menyatunya pasar domestik dengan pasar internasional. Pada tahun 2005-2012, bersamaan dengan diberlakukannya *Organisation for Economic Co-Operation and Deveploment* atau OECD merupakan organisasi untuk kerja sama dan pembangunan ekonomi negara-negara maju di bagian Eropa, Indonesia

memberikan kontribusinya dengan mengekspor kekayaannya ke negara OECD dengan alasan karena di negara-negara Eropa tersebut merupakan negara kaya dan dapat memberikan cadangan devisa lebih ke Indonesia.

Motivasi utama melakukan perdagangan internasional berdasarkan teori perdagangan internasional adalah untuk memperoleh peningkatan pendapatan. Perdagangan internasional memberikan konsumen akses untuk memperoleh barang dengan harga yang relatif terjangkau dan pemilik sumber daya dapat memperoleh peningkatan pendapatan (Appleyard *et al.*, 2006). Menurut Salvatore (2007) perdagangan internasional mengakibatkan efisiensi produksi barang/jasa, hal ini dikarenakan tiap negara di dunia melakukan spesialisasi dalam memproduksi.

Ansori dan Musafak (2010) menyatakan bahwa ekspor merupakan kegiatan pengeluaran barang dari pabean Indonesia yang sudah memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku. Perdagangan internasional akan menguntungkan neraca pembayaran suatu negara asalkan mencapai $X > M$ (ekspor lebih besar daripada impor) melalui asumsi ini banyak negara tertarik untuk melakukan pembukaan diri dan melakukan perdagangan Internasional. Selain itu ekspor adalah suatu bentuk pengeluaran barang-barang dari peredaran masyarakat dan mengirimkannya keluar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah dan menghampakan pembayaran dalam bentuk valuta asing (Amir, 2001:2).

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas sekarang ini tidak mungkin menghentikan masuknya produk asing. Salah satu cara melawannya adalah meningkatkan daya saing produk Indonesia. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting untuk dapat meningkatkan daya saing suatu produk. Menghadapi persaingan yang sangat ketat menuntut perusahaan dapat memenuhi keinginan konsumen, sehingga diharapkan produk yang dihasilkan dapat terus disukai oleh konsumen.

Daya saing produk dari suatu negara sangat bergantung pada kemampuan negara yang bersangkutan untuk berinovasi dan mengembangkan produk yang dimiliki. Kemampuan suatu produk untuk bisa menjadi komoditi ekspor unggulan tergantung dari keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimiliki komoditi tersebut (Nopirin, 2007). Keunggulan komparatif adalah perbandingan sesama produsen suatu jenis barang, didasarkan atas biaya oportunitas yang ditanggung tiap-tiap produsen dan dapat diuji dengan RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Keunggulan kompetitif adalah keunggulan di suatu negara di dalam persaingan global selain ditentukan oleh keunggulan komparatif (teori-teori klasik dan H-O) yang dimilikinya dan juga karena adanya proteksi atau bantuan fasilitas dari pemerintah dan dapat diuji dengan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan).

Kebutuhan dunia akan hasil-hasil perkebunan terus meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk, perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih menyebabkan permintaan akan hasil-hasil perkebunan semakin meningkat. Hal ini menyebabkan negara-negara penghasil komoditi pertanian semakin gencar dalam mengekspor hasil pertanian ke pasar internasional. Salah satu hasil pertanian yang menjadi andalan di beberapa negara ialah CPO (*Crude Palm Oil*). Pemanfaatan minyak kelapa sawit menjadi salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia. Produksi CPO Indonesia adalah yang terbesar di dunia. *Crude Palm Oil* (CPO) atau minyak kelapa sawit adalah hasil olahan dari biji kelapa sawit Biji Sawit nantinya diolah di pabrik, diekstraksi dan dimurnikan hingga menjadi CPO (Bari, 2002)

Amornkitvikaia *et al.* (2012) berpendapat bahwa kinerja ekspor yang kuat berperan sebagai salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Carter *et al.* (2007) menyebutkan bahwa CPO merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia baik dalam bentuk minyak mentah maupun produk olahannya. Menurut Rifin (2010) ekspor CPO Indonesia lebih banyak dalam bentuk minyak mentah, hal ini disebabkan oleh kurangnya pabrik-pabrik

pengolahan CPO di Indonesia. Meskipun ada teknologi yang digunakan pada pabrik-pabrik tersebut belum mampu menghasilkan produk olahan CPO yang memiliki kualitas yang baik. Namun menurut Aswicahyono dan Pangestu (2011) CPO Indonesia masih menjadi raja di pasar CPO Internasional disusul Malaysia di urutan kedua.

Menurut Anggit dkk. (2012), kelapa sawit merupakan salah satu komoditi perkebunan yang menghasilkan minyak sawit mentah (CPO; *Crude Palm Oil*) menjadi andalan komoditi ekspor Indonesia. Kelapa sawit memiliki peran strategis karena kelapa sawit merupakan bahan baku utama minyak goreng sehingga pasokan yang kontinyu ikut menjaga kestabilan harga minyak goreng serta kelapa sawit sebagai salah satu komoditi pertanian andalan non migas, mempunyai prospek yang baik sebagai sumber pendapatan devisa maupun pajak. Dalam proses produksi maupun pengolahan mampu menciptakan kesempatan kerja dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Posisi komoditas CPO Indonesia dalam ekspor dunia tidak terlepas dari pengaruh positif jumlah eksportnya yang dipengaruhi oleh harga internasional dari komoditas itu sendiri (Kariasa dan Bonar, 2004). Prathama dan Mandala (2008:23) menerangkan bahwa pada teori penawaran dan permintaan, harga dan kuantitas yang diminta produsen memiliki hubungan positif, dimana ketika harga produk tinggi akan memacu produsen untuk mengekspor produk lebih banyak. Begitu halnya dengan volume Ekspor CPO Indonesia, keputusan produsen dalam menentukan jumlah ekspor CPO akan dipengaruhi oleh harga dunia CPO itu sendiri. Data tentang harga dunia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Harga CPO Dunia Periode 2001-2012

Tahun	Harga CPO (US\$/Ton)	Perkembangan(%)
2001	283	-
2002	291	2,82
2003	442	51,89
2004	472	6,70
2005	420	-11,01
2006	475	13,09
2007	727	53,05
2008	788	8,39
2009	575	-27,03
2010	903	57,04
2011	1171	29,67
2012	1509	28,86
Rata-rata perkembangan		19,40

Sumber : *Malaysian Palm Oil Board: Crude Palm Oil World Price, 2001-2012*

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan harga dunia mengalami peningkatan 19,40% dari tahun 2001 hingga 2012. Namun terdapat titik-titik dimana harga dunia mengalami penurunan seperti pada tahun 2005 dan 2009. Pada tahun-tahun tersebut terjadi penurunan harga dunia yang cukup tinggi. Namun penurunan tertinggi terjadi pada tahun 2009, dimana harga dunia sebesar 574,6 US\$/Ton, turun 27,03% dari tahun sebelumnya. Pada tahun selanjutnya harga dunia mengalami peningkatan yang sangat signifikan, sebesar 57,04 % yang sekaligus menjadi peningkatan harga tertinggi pada periode 2001 hingga 2012. Peningkatan masih terjadi pada tahun 2011, dimana harga dunia mencapai nominal tertinggi yakni sebesar 1.170,8 US\$/Ton.

Komoditas CPO Indonesia diekspor ke berbagai negara di dunia termasuk negara-negara yang terlibat dalam OECD. Perdagangan CPO (bukan produk olahannya) Indonesia

pada tahun 2001-2012 tercatat di ekspor ke 2 negara anggota OECD yakni Australia dan Jepang. Kedua Negara tersebut baru bergabung dalam organisasi ini dan merupakan Negara – Negara yang melakukan kerjasama ekspor dan impor dengan Indonesia dalam perdagangan komoditi CPO.

Berdasarkan perkembangannya ekspor CPO Indonesia ke 2 negara OECD mengalami fluktuasi. Terdapat tahun-tahun dimana ekspor CPO Indonesia ke negara-negara OECD meningkat dan mengalami kemerosotan. Komoditi CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dalam kaitan perdagangan dengan Negara Australia dan Jepang. Keunggulan komparatif terletak pada perbandingan jumlah ekspor CPO Indonesia dengan 2 negara OECD, keunggulan kompetitif terletak pada perkembangan ekspor CPO Indonesia mampu menempatkan posisi yang menguntungkan berkaitan dengan negara tujuan ekspornya. Akan tetapi mengingat kedua negara adalah anggota OECD (negara maju) bukan tidak mungkin bila, komoditi CPO Indonesia akan kalah bersaing dengan komoditi CPO yang di produksi dan di ekspor oleh negara Australia dan Jepang. Apalagi mengingat kedua negara tersebut memiliki kemampuan teknologi yang mampu memberi nilai tambah atau *value added* pada produksi mereka.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis keunggulan komparatif komoditi CPO Indonesia dibandingkan dengan dua Negara anggota OECD (Jepang dan Australia) tahun 2001 – 2012.
- 2) Menganalisis keunggulan kompetitif komoditi CPO Indonesia dibandingkan dengan dua Negara anggota OECD (Jepang dan Australia) tahun 2001 – 2012.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Indonesia, karena Indonesia merupakan salah satu penghasil CPO yang tertinggi di pasar dunia. Objek dari penelitian ini adalah tingkat daya saing, keunggulan komparatif, dan keunggulan kompetitif komoditi CPO Indonesia ke dua negara OECD (Australia dan Jepang) tahun 2001-2012.

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain (Sugiyono, 2007:59). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Publikasi Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik, Departemen Pertanian, *United Nation Commodity Trade (COMTRADE) statistical database, Food and Agriculture Organization (FAO)* serta literatur-literatur yang mendukung penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan indeks *Revealed Comparative Advantage (RCA)* serta indeks spesialisasi perdagangan (*ISP*). Indeks RCA menunjukkan perbandingan antara pangsa pasar ekspor suatu komoditi atau sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa pasar ekspor komoditas tersebut (Tambunan, 2001:92). Sebagai dasar perhitungan digunakan model Indeks RCA sebagai berikut :

$$Indeks RCA = \frac{X_{pit} | X_{it}}{W_{pt} | W_t} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- X_{pit} = nilai ekspor komoditas CPO dari negara asal
- X_{it} = nilai ekspor total negara asal
- W_{pt} = nilai ekspor komoditas K di dunia
- W_t = nilai ekspor dunia

Keunggulan kompetitif CPO dapat diukur dengan menggunakan analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (*ISP*). Indeks ini merupakan perbandingan antara selisih nilai

ekspor dengan nilai impor negara tersebut (Tambunan, 2001). Indeks ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : (Tambunan, 2001)

Rumus ISP :

$$ISP = \frac{Xia - Mia}{Xia + Mia} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

ISP = Indeks Spesialisasi Perdagangan

Xia = volume atau nilai ekspor komoditi CPO tahun-i Negara asal

Mia = volume atau nilai impor komoditi CPO tahun-i Negara asal

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Analisis Daya Saing CPO Indonesia

Analisis yang digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif atau tingkat daya saing Ekspor komoditi CPO sebagai dasar perhitungan digunakan model analisis RCA. Jika nilai indeks RCA lebih dari satu, menunjukkan pangsa pasar dari komoditi ekspor negara itu lebih tinggi dari rata-rata ekspor dunia dan negara tersebut memiliki daya saing untuk komoditi tersebut dan begitu pula sebaliknya. Jika nilai indeks RCA kurang dari satu maka komoditi tersebut kurang memiliki keunggulan untuk bersaing di pasar internasional.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Indeks RCA Negara Indonesia, Australia, dan Jepang Tahun 2001-2012

Tahun	Indeks RCA		
	Indonesia	Australia	Jepang
2001	0,543	0,00000513	0,001178137
2002	1,726	0,00004229	0,066644839
2003	1,821	0,00004249	0,004851423
2004	2,166	0,00006553	0,048111074
2005	2,208	0,00001696	0,007906671
2006	1,817	0,00078804	0,024782226
2007	5,305	0,00165074	0,195267575
2008	6,622	0,00110797	0,216949850
2009	5,674	0,00004591	0,168606931
2010	1,473	0,00001476	0,034686429
2011	1,154	0,00001978	0,052761050
2012	0,853	0,00001211	0,000508899
Rata-rata	2,613	0,00031764	0,068521175

Sumber: *Data diolah pada Tahun 2014*

Tabel 2 menunjukkan secara umum rata-rata indeks RCA komoditi CPO Indonesia adalah 2,613 yang berarti lebih besar dari 1. Angka ini bermakna, bahwa bila dibandingkan dengan dua negara anggota OECD pengekspor CPO lainnya (Jepang dan Australia), negara Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia atau dengan kata lain komoditi CPO Indonesia memiliki daya saing yang kuat. Nilai rata-rata indeks RCA Australia selama periode 2001 - 2012 sebesar 0,00031764, maka dapat disimpulkan bahwa negara Australia memiliki keunggulan komparatif di bawah rata-rata dunia sehingga komoditi CPO Australia tersebut memiliki daya saing lemah. Daya saing lemah yang dimiliki negara Australia disebabkan rendahnya produksi CPO di Australia dan dikarenakan iklim di negara Australia yang tidak kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya tanaman penghasil CPO.

Nilai rata-rata indeks RCA Australia selama periode 2001 - 2012 sebesar 0,068521175, maka dapat disimpulkan bahwa negara Jepang memiliki keunggulan komparatif di bawah rata-rata dunia sehingga komoditi CPO Jepang tersebut memiliki daya saing lemah. Hal ini disebabkan oleh rendahnya produksi CPO di Jepang dikarenakan iklim di negara Jepang yang tidak kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya tanaman penghasil CPO.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprihatini (2005) yang menyatakan bahwa posisi daya saing teh Indonesia lebih tinggi dibandingkan negara-negara produsen teh lainnya, kecuali Bangladesh. Hasil penelitian Ragimun (2012) menyatakan bahwa daya saing komoditas kakao Indonesia cukup tinggi. Sepuluh tahun terakhir dari 2002 sampai dengan 2011 rata-rata RCAnya diatas 4. Tahun 2011 RCA terjadi penurunan menjadi sebesar 2,75, namun tetap masih diatas 1.

2) Indeks Spesialisasi Perdagangan

Analisis yang digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif dari daya saing CPO Indonesia yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

Tabel 3. Indeks Spesialisasi Perdagangan Negara Indonesia, Australia, dan Jepang Tahun 2001-2012

Tahun	Indonesia	Australia	Jepang
2001	0,9998	-0,9851	-0,9998
2002	0,9960	-0,9999	-0,9860
2003	0,9999	-0,9786	-0,9986
2004	0,9984	-0,9802	-0,9861
2005	0,9999	-0,6878	-0,9970
2006	0,9999	-0,9998	-0,9899
2007	0,9999	-0,9946	-0,9700
2008	0,9999	-0,9997	-0,9551
2009	0,9995	-0,2494	-0,9639
2010	0,9991	-0,3278	-0,9643
2011	0,9945	-0,1034	-0,9423
2012	0,9998	-0,4975	-0,9992
Rata-rata	0,9989	-0,7337	-0,9793

Sumber: *Data diolah pada Tahun 2014*

Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata ISP komoditi CPO Indonesia periode 2001-2012 sebesar 0,9989 dimana nilai tersebut mendekati +1, maka dapat disimpulkan bahwa Negara Indonesia berada pada tahap pematangan ekspor sehingga produk CPO Indonesia sangat kompetitif untuk bersaing di pasar internasional. Nilai ISP komoditi CPO Australia sebesar -0,7337 dimana nilainya antara -0,5 sampai dengan 0 maka dapat disimpulkan bahwa negara Australia memiliki keunggulan kompetitif pada tahap substitusi impor komoditi CPO. Nilai rata-rata ISP komoditi CPO Jepang periode 2001-2012 sebesar -0,9793 dimana nilai tersebut antara -0,5 sampai dengan 0, maka dapat disimpulkan bahwa Negara Jepang memiliki keunggulan kompetitif pada tahap substitusi impor.

Dilihat dari nilai ISP ketiga Negara, ternyata Indonesia yang setiap tahunnya memiliki ISP mendekati +1 sementara Australia dan Jepang nilainya dibawah 1. Artinya, selama periode penelitian jika dilihat dari nilai ISP komoditi CPO, maka Indonesia adalah negara yang memiliki daya saing kuat dan keunggulan secara kompetitif pada tahap pematangan ekspor komoditi CPO dengan nilai mendekati +1 dibandingkan dua Negara anggota OECD lainnya yaitu Australia dan Jepang dengan nilai antara -0,5 sampai dengan 0 yang berarti

bahwa memiliki keunggulan kompetitif yang lemah dan berada pada tahap substitusi impor, dimana Australia dan Jepang memproduksi CPO untuk mengurangi impor CPO dari luar negeri dan menghemat cadangan devisa.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ragimun (2012) dimana Indeks Konsentrasi Pasar (IKP) atau HHI untuk komoditas kakao Indonesia selama tahun 2002 sampai dengan 2011 menunjukkan rata-rata sebesar 0,35.

SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini.

- 1) Keunggulan komparatif daya saing CPO Indonesia yang diukur dengan Indeks RCA memiliki nilai rata-rata sebesar 2,61 lebih besar dari 1. Ini membuktikan bahwa ekspor CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan tingkat daya saing yang cukup kuat di pasar internasional. Negara Australia dan Jepang sama – sama memiliki nilai rata – rata Indeks RCA yang lebih kecil dari 1, yakni 0,00031 untuk negara Australia dan 0,068 untuk negara Jepang. Hal ini menunjukkan bahwa kedua negara tidak memiliki keunggulan komparatif untuk produk CPO karena memiliki tingkat daya saing yang lemah di pasar internasional.
- 2) Keunggulan kompetitif daya saing CPO Indonesia yang diukur dengan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,9989 dengan nilai yang mendekati +1. Ini menunjukkan bahwa Indonesia berada pada tahap pematangan ekspor, sehingga produk CPO Indonesia sangat kompetitif untuk bersaing di pasar internasional. Negara Australia dan Jepang sama – sama memiliki nilai rata – rata Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dengan nilai diantara -0,5 sampai dengan 0, yakni -0,7337 untuk negara Australia dan -0,9793 untuk negara Jepang. Ini menunjukkan bahwa kedua negara berada pada tahap substitusi impor, sehingga produk CPO Australia dan Jepang kurang kompetitif untuk bersaing di pasar internasional.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat saran yang dapat diberikan pertama, pemerintah Indonesia diharapkan meningkatkan investasi pada sektor industri pertanian, khususnya perkebunan kelapa sawit, agar mampu menghasilkan produk yang baik dari segi kuantitas dan kualitas. Saran kedua, para pelaku usaha disarankan untuk mempertahankan kualitas produk CPO dengan harga yang tetap bersaing, serta meningkatkan sarana dan prasarana yang digunakan. Saran ketiga, masyarakat Indonesia hendaknya menjadi konsumen yang cerdas dan mencintai produk lokal untuk mengkonsumsi CPO dalam negeri agar mengurangi impor CPO guna menjaga stabilitas ekonomi nasional. Saran terakhir, pemerintah diharapkan mampu mengambil kebijakan yang menguntungkan semua pihak seperti penerapan pajak ekspor yang tidak memberatkan produsen dan pemberian subsidi harga minyak goreng kepada masyarakat.

REFERENSI

- Amornkitvikaia, Y., Harvie, C., dan Charoenrat, T. 2012. Factors affecting the export participation and performance of Thai manufacturing small and medium sized Enterprises (SMEs). *57th International Council for Small Business World Conference* : 1-35
- Anggit Rashid, Suyastri, Ni Made dan Suprihanti, Antik 2012. Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal SEPA* . Volume 9 No.1,: 125 – 133.
- Appleyard, Dennis; Field Jr., Alfred, & Cobb, Steven. 2006. *International Economics (5th ed.)*. New York: Mcgraw-Hill Companies.

- Amir, M.S. 2001. *Ekspor Impor*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Ansori, M dan Musafak. 2010. Uji Beda Volume Penjualan Ekspor Produk Kayu Sebelum dan Sesudah Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-Dag/Per/5/2/2008 (Studi pada CV. Karya Mina Putra Rembang). *Jurnal Analisis Manajemen*. Vol 4 No 2:200-215
- AswicaHyono dan Pangestu. 2007. Indonesia's Recovery: Exports and Regaining Competitiveness. *The Developing Economies*. Vol 38 No 4 : 454-48.
- Bari, Lim and Yhu. 2002. Effect of Preheating of Crude Palm Oil (CPO) on Injection System, Performance and Emission of a Diesel Engine. *Renewable Energy*. Vol. 27 No. 3 : 339-351
- Carter, Finley, Fry, Jackson and Willis. 2007. Palm Oil Markets and Future Supply. *European Journal of Lipid Science and Technology*. Vol 109 No 4 : 307-314
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2013. *Ekspor Impor Non Migas Dalam Negeri*,
- Kariasa dan Bonar. 2004. Sinaga. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pasar Jagung di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 22 No.2; 167-194
- Nopirin, Ph.D. 2007. *Ekonomi Internasional, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung.2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)* Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Publikasi Badan Perdagangan PBB melalui <http://www.uncomtrade.un.org>
- Publikasi Malaysian Palm Oil Board (MPOB) melalui <http://www.mpob.gov.my>
- Ragimun. 2012. *Analisis Daya Saing Komoditas Kakao Indonesia*. Penelitian pada Pusat Kebijakan Ekonomi Makro Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu
- Rifin, Amzul. 2010. The Effect of Exports Tax on Indonesia's Export Competitiveness. *ASEAN Economic Buletin*. Vol 27 No 2:173-184
- Salvatore, D. 1997. *Ekonomi Internasional*. Munandar dan Sumiharti [penerjemah]. Jakarta: Erlangga.
- Sobri. 2001. *Ekonomi Internasional Teori, Masalah dan Kebijaksanaannya*. Yogyakarta : BPFE UII
- Sugiyono. 2007 *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suprihartini, Rohayati. 2005. *Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia*. *Jurnal Agro Ekonomi*, 23 (1), Mei 2005 : 1-29

Tambunan, Tulus. 2001. *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran*. Cetakan I. Jakarta: LP-Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.