

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KARET INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Maulida Ulfah¹, Andi Samsir² dan Syamsu Alam³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
email: ulfah170799@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
email: andi.samsir@unm.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
email: alam.s@unm.ac.id

ABSTRACT

The object of this study is to know the competitiveness of Indonesian rubber and articles thereof (HS 40) export in international market, also the rivals (China and Thailand) by using Revealed Comparative Advantage (RCA) to analyze the comparative advantage and Export Product Dynamic (EPD) to analyze the competitive advantage. The result shows that Indonesia has a comparative advantage and specializes in rubber and articles thereof (HS 40) export above the average of countries' based on RCA value, but this commodity is not competitive in capturing the international market based on EPD value. This study also finds the weakness of the RCA method that has been unable to identify the relative productivity (comparative advantage) of country. We underlined that RCA value in this study is not absolutely shows the strength/weakness of the countries.

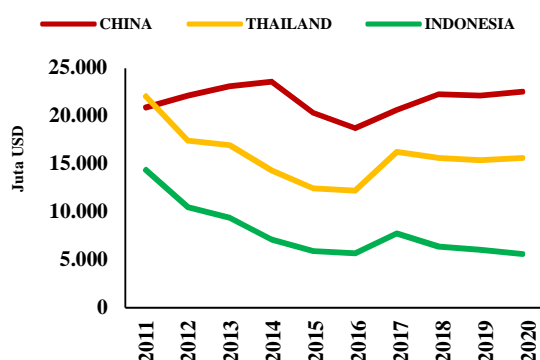
Key words: *Competitiveness, Export, EPD, RCA*

PENDAHULUAN

Komoditas ekspor karet dan olahan karet (HS 40) Indonesia merupakan salah satu primadona dalam pasar internasional selain kelompok komoditas kopi dan kelapa sawitnya. Komoditas HS 40 ini mencakup beberapa sub komoditas industri hulu hingga industri hilir karet. Pada rentang tahun 2011-2020, pasar ekspor komoditas HS 40 Indonesia selalu berada dalam 10 eksportir terbesar dunia.

Sementara itu, Cina dan Thailand selalu menempati urutan pertama di antara negara-negara eksportir komoditas HS 40 dunia. Saat ini, Indonesia berada pada urutan ke-8 dengan nilai ekspor 5,618 juta USD sementara Cina dan Thailand berada pada urutan teratas dengan nilai ekspor komoditas HS 40 secara berturut-turut 22,539 juta USD dan 15,638 juta USD (UN Comtrade, 2020)

Gambar 1. Nilai Ekspor Komoditas HS 40 Indonesia, Cina dan Thailand Tahun 2011-2020



Sumber : UN Comtrade (2020)

Berdasarkan Gambar di atas, dinamika ekspor komoditas HS 40 yang dialami Indonesia, Cina dan Thailand hampir sama, sebagaimana umumnya komoditas perdagangan internasional relatif terhadap kondisi perekonomian global.

Pada kurun waktu tersebut, ketiga negara ini mengalami pertumbuhan nilai ekspor rata-rata negatif di mana komoditas HS 40 Indonesia menurun 8%, Thailand menurun 3% sedangkan Cina mengalami pertumbuhan kecil rata-rata 1% per tahun. Secara bersamaan, ketiga negara tersebut berada pada nilai ekspor terendah yakni pada tahun 2016. Pada tahun ini, terdapat pembatasan kuota berdasarkan kebijakan *International Tripartite Rubber Council (ITRC)* yang menyetujui *Agreed Export Tonnage Scheme (AETS)*.

Tabel 1. Pasar Tujuan Utama Ekspor Komoditas HS 40 Indonesia Tahun 2011-2020

Tahun	Amerika Serika (US\$)	Jepang (US\$)	Cina (US\$)
2011	3.436.644.892	2.078.758.095	2.006.856.597
2012	2.420.208.663	1.512.352.826	1.735.970.858
2013	2.184.782.959	1.336.880.055	1.550.898.808
2014	1.691.697.077	963.389.116	803.067.651
2015	1.653.588.559	793.504.370	507.195.869
2016	1.637.413.241	751.969.538	530.230.309
2017	1.836.873.806	997.656.049	1.243.574.982
2018	1.637.255.857	882.359.519	581.614.622
2019	1.578.062.495	925.365.745	451.390.112
2020	1.490.708.096	705.877.611	682.193.360
Pertumbuhan rata-rata (%)	-8	-9	0,5

Sumber : UN Comtrade (2020)

Pasar tujuan utama ekspor komoditas HS 40 Indonesia (Tabel 1.1) yakni Amerika Serikat, Jepang dan Cina telah menunjukkan perkembangan yang kurang menguntungkan khususnya nilai ekspor dalam pasar Amerika Serikat dan Jepang telah tumbuh negatif masing-masing sebesar 8% dan 9%. Sementara itu, nilai ekspor di pasar Cina hanya tumbuh 0,5%. Nilai tersebut dapat menjadi indikasi bahwa komoditas ini mulai kehilangan pasar.

Selain itu, penurunan nilai ekspor komoditas HS 40 Indonesia juga tercermin dalam pangsa eksportnya yang menurun hingga 8% setiap tahunnya (UN Comtrade, 2020). Subkomoditas yang memiliki kontribusi besar terhadap penurunan ekspor komoditas HS 40 adalah ekspor karet alam yang mengalami penurunan nilai ekspor rata-rata sebesar 11% dalam 10 tahun terakhir. Selain itu, kontribusinya terhadap nilai ekspor komoditas HS 40 juga terus menurun pada waktu yang sama yakni rata-rata sebesar 4% per tahun (UN Comtrade, 2020).

Beberapa kondisi yang dipaparkan di atas menimbulkan pertanyaan penting mengenai gambaran daya saing komoditas HS 40 Indonesia di pasar internasional, apakah daya saing yang dimiliki telah melemah dengan semakin menurunnya nilai ekspor komoditas tersebut atau justru menunjukkan kondisi selainnya.

Berbagai analisis daya saing ekspor komoditas karet Indonesia di pasar internasional sebenarnya telah dimuat dalam sejumlah penelitian sehingga dapat diketahui bahwa terlepas dari permasalahan di atas, daya saing ekspor karet Indonesia dinilai masih cukup baik (Syahputra et al., 2014; Apriansyah & Sohibien, 2019). Hanya saja, penelitian tersebut hanya mencakup komoditas karet alamnya saja, sehingga kondisi daya saing ekspor komoditas HS 40 meliputi karet dan olahan karet belum tergambar jelas. Oleh karena itu, pada bagian ini akan dilakukan pendalaman untuk menganalisis daya saing ekspor komoditas HS 40 Indonesia di pasar internasional dengan

melakukan perbandingan bersama negara eksportir utama yakni Cina dan Thailand.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan beberapa pendekatan matematis yaitu *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Export Product Dynamics (EPD)*. Sementara itu, pendekatan komparatif digunakan untuk membandingkan keadaan Indonesia dan negara eksportir utama lainnya (Cina dan Thailand) dalam interpretasi hasil analisis.

ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF

Analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)* digunakan untuk mengukur pola perdagangan suatu negara, namun dengannya suatu negara dapat diklaim memiliki keunggulan ataupun ketidakunggulan komparatif.

RCA secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{K_{ia} / (\text{total } K_a)}{K_{iw} / (\text{total } K_w)}$$

Keterangan :

- x = nilai ekspor komoditas
- i = jenis produk
- a = negara asal
- w = *world* atau dunia

Untuk mengetahui apakah suatu produk memiliki keunggulan komparatif atas eksportnya dinilai berdasarkan indeks RCA adalah antara 0 dan lebih besar dari 0. Nilai 1 dianggap garis pemisah antara keunggulan dan ketidakunggulan komparatif. $RCA > 1$ berarti daya saing dari negara bersangkutan untuk produk yang diukur di atas rata-rata (dunia), sedangkan bila $RCA < 1$ berarti daya saingnya berada di bawah rata-rata.

ANALISIS KEUNGGULAN KOMPETITIF

Pengukuran *Export Product Dynamics (EPD)* selanjutnya digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif suatu komoditas. Secara matematis pertumbuhan

kekuatan bisnis atau biasa disebut pangsa pasar ekspor (sumbu x) dapat dituliskan sebagai berikut :

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

Sedangkan pertumbuhan daya tarik pasar atau biasa disebut pangsa pasar produk (sumbu y) secara matematis dituliskan sebagai berikut:

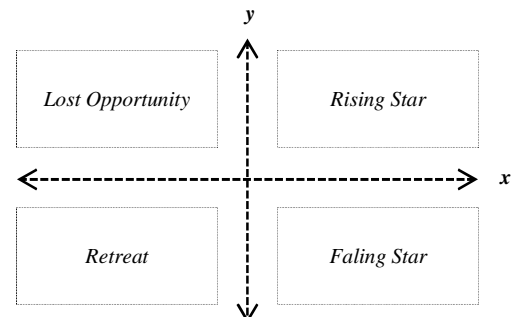
$$\frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{it}}{W_{it}} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{it}}{W_{it}} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Keterangan :

- X_{ij} = nilai ekspor komoditas i negara j
- W_{ij} = nilai ekspor komoditas j dunia
- X_{it} = nilai ekspor negara j
- W_{it} = total nilai ekspor dunia
- T = jumlah tahun yang di analisis

Pengukuran *Export Product Dynamics (EPD)* akan menempatkan produk yang dianalisis ke dalam empat kategori (Gambar 2)

Gambar 2. Posisi Daya Saing Produk dengan Metode *Export Product Dynamics (EPD)*



Sumber : Estherhuizen (2006)

Dalam metode EPD, posisi pasar yang ideal memiliki pangsa ekspor yang tinggi, yang disebut *rising star*. Posisi *rising star* mengindikasikan komoditas negara yang memiliki pangsa pasar yang tumbuh cepat sedangkan posisi *lost opportunity* merupakan

posisi hilangnya pangsa pasar dari produk yang sebetulnya dinamis. Posisi ini merupakan posisi yang tidak diharapkan. *Falling star* merupakan posisi yang tidak diinginkan sebab posisi ini berada dalam kondisi ketika pangsa pasar meningkat namun produk tidak dinamis. Posisi ini lebih baik bila dibandingkan dengan posisi *lost opportunity*. Sementara itu, posisi *retreat* merupakan posisi yang juga tidak diinginkan, yaitu ketika pangsa pasar hilang dan produk tidak dinamis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF

Hasil pengukuran keunggulan komparatif disajikan pada Tabel 2

Tabel 2. Hasil Perhitungan Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) Komoditas Karet dan Olahan Karet (HS 40) Tahun 2011-2020

No.	Tahun	Indonesia	Cina	Thailand
1.	2011	5,50	0,86	7,51
2.	2012	4,51	0,88	6,21
3.	2013	4,67	0,95	6,73
4.	2014	3,90	0,97	6,09
5.	2015	3,83	0,87	5,65
6.	2016	3,80	0,87	5,51
7.	2017	4,28	0,85	6,43
8.	2018	3,53	0,89	6,17
9.	2019	3,55	0,88	6,5
10.	2020	2,97	0,75	5,84
Rata-rata :		4,05	0,88	6,27

Sumber : UN Comtrade (2020), diolah

Secara umum, Indeks Revealed Comparative Advantage (RCA) sebenarnya mengungkapkan pola perdagangan suatu negara, namun dengannya suatu negara dapat diklaim memiliki keunggulan/ketidakeunggulan komparatif. Asumsi yang mendasari hal ini adalah jika menurut David Ricardo perbedaan produktifitas relatif menentukan pola perdagangan, maka pola perdagangan dapat digunakan untuk mengungkapkan perbedaan dalam produktifitas relatif (Sejkora & Sankot, 2017). Dengan kata lain, suatu negara berspesialisasi pada komoditas

yang memiliki keunggulan komparatif, demikian pula sebaliknya.

Jika dilihat berdasarkan teori keunggulan komparatif, negara-negara akan melakukan spesialisasi terhadap produksi barang-barang yang membutuhkan biaya peluang yang lebih rendah jika dibandingkan dengan negara mitra dagangnya (Suranovic, 2010). Secara umum nilai RCA di atas menunjukkan bahwa Indonesia dan Thailand cenderung berspesialisasi terhadap komoditas HS 40 di atas rata-rata negara di pasar dunia. Hal ini dapat dengan mudah dibenarkan melalui fakta bahwa keduanya merupakan produsen karet terbesar khususnya untuk komoditas karet alam sehingga mendominasi pasar ekspor domestik keduanya

Proporsi ekspor komoditas HS 40 Indonesia dan Thailand hingga kini masih sangat didominasi oleh ekspor sub komoditas karet alam (UN Comtrade, 2020). Meskipun demikian, nilai ekspor sub komoditas ban Thailand telah jauh lebih besar dari ekspor karet alamnya dibandingkan dengan Indonesia.

Ketersediaan sumberdaya memungkinkan pengadaan komoditas karet alam dengan biaya yang lebih rendah sehingga komoditas inipun sangat terspesialisasi dalam struktur pasar ekspor Indonesia dan Thailand. Meskipun sumberdaya lahan tidak ditekankan dalam model keunggulan komparatif Ricardian, namun ini dijelaskan dalam model keunggulan komparatif *Hecker-Ohlin* bahwa anugerah sumberdaya (*resource endowment*) menentukan spesialisasi suatu negara dalam produksi barang-barang yang memerlukan lebih banyak faktor produksi yang relatif melimpah di negara tersebut (Voinescu & Moisoiu, 2014). Luas areal perkebunan karet Indonesia memang merupakan areal karet yang sangat besar di dunia yakni mencapai 3,6 juta hektar namun produktifitas lahan yang dimiliki masih rendah. Produktifitas yang rendah ini juga yang mungkin menjadi salah satu sebab menurunnya nilai ekspor karet alam yang

berakhir pada penurunan nilai ekspor komoditas HS 40.

Selanjutnya, sub komoditas lain yang ikut mendominasi ekspor komoditas HS 40 Indonesia adalah ekspor ban, meskipun nilainya masih lebih rendah dari ekspor karet alamnya. Berdasarkan data UN Comtrade (2020), ekspor ban Indonesia unggul di pasar Amerika Serikat dan Jepang di mana lebih dari setengah ekspor ban Indonesia diserap dalam pasar Amerika Serikat. Industri ban berkontribusi penting dalam ekonomi Indonesia, khususnya ban yang terbuat dari karet alam. Dimulai dari perkebunan karet, yang didominasi oleh perkebunan inti rakyat sebagai penyuplai bahan baku, kemudian industri menengah atau industri karet remah dan industri hilir meliputi pabrik ban serta jaringan distribusi, tentu saja sektor ini cukup strategis (Kemendag, 2016). Perkembangan sub komoditas ban dan juga karet alam akan membuat perubahan penting dalam nilai ekspor komoditas HS 40 dikarenakan nilai eksportnya yang sangat mendominasi. Oleh karena itu, jika rantai industri komoditas ini semakin terintegrasi di dalam negeri, maka Indonesia akan memperoleh peluang untuk menaikkan nilai ekspor komoditas HS 40 yang dimiliki.

Subkomoditas pakaian dan aksesoris pakaian serta karet sintetis juga ikut mendominasi pasar ekspor komoditas HS 40 Indonesia (UN Comtrade, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, ekspor karet sintetis Indonesia menunjukkan peningkatan terutama sejak berdirinya pabrik karet sintetis pertama yakni PT *Synthetic Rubber* yang baru didirikan pada tahun 2018, di mana hasil produksi tahap pertama dari pabrik ini memang ditujukan untuk ekspor, khususnya untuk kawasan *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN).

Selain temuan di atas, hasil analisis RCA menunjukkan nilai RCA komoditas HS 40 Indonesia terus menurun dengan pertumbuhan rata-rata negatif sebesar 6% per tahun. Selain produktifitas lahan karet yang rendah, Indonesia menghadapi fluktuasi harga komoditas HS 40 di pasar dunia untuk setiap

sub komoditas yang dimiliki, demikian halnya dengan Thailand. Hal ini ditunjukkan dalam dinamika ekspor yang dihadapi keduanya menunjukkan tren yang cenderung sama (Gambar 1). Oleh karena itu, Indonesia perlu menambah volume ekspor karet salah satunya dengan cara meningkatkan produktifitas karet alam yang selama ini masih rendah agar kontribusinya terhadap nilai kumulatif HS 40 dapat meningkat. Selain itu, sangat penting bagi Indonesia untuk memperluas bidang keunggulan komparatif yang dimiliki pada setiap sub komoditas selain karet alamnya, dan agar mobilitas faktor produksi dalam negeri dicurahkan untuk perluasan industri pengolahan karet yang menghasilkan nilai tambah untuk komoditas karet alam yang diproduksi.

Berdasarkan hasil analisis RCA, selanjutnya dapat diketahui bahwa Cina memiliki ketidakunggulan komparatif pada komoditas yang dianalisis. Jika hal ini ditinjau berdasarkan teori keunggulan komparatif, seharusnya perdagangan karet Cina tidaklah menguntungkan, akan tetapi kenyataan yang terjadi adalah Cina bahkan menduduki posisi teratas menurut data perdagangan komoditas karet dunia. Dengan demikian, terdapat kelemahan dalam perhitungan RCA di dalam menginterpretasikan produktifitas relatif (keunggulan komparatif) Cina.

ANALISIS KEUNGGULAN KOMPETITIF

Hasil pengukuran keunggulan kompetitif disajikan pada Tabel 3

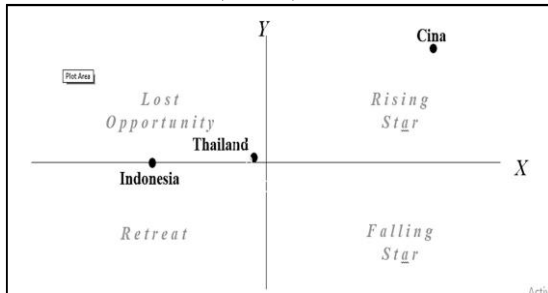
Tabel 3. Hasil Perhitungan Indeks *Export Product Dynamic* (EPD) Komoditas Karet dan Olahan Karet (HS 40) Tahun 2011-2020

No.	Negara	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (Sumbu X)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (Sumbu y)	Posisi Pasar
1.	Indonesia	-0,29 (non-competitive)	-0,001 (stagnant)	<i>Retreat</i>
2.	Cina	0,43 (competitive)	0,72 (dynamic)	<i>Rising Star</i>
3.	Thailand	-0,03 (non-competitive)	0,03 (dynamic)	<i>Lost Opportunity</i>

Sumber : UN Comtrade (2020), diolah

Posisi komoditas HS 40 ketiga negara yang dianalisis dalam matriks EPD selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Matriks *Export Product Dynamic* untuk komoditas karet dan olahan karet (HS 40)



Sumber : UN Comtrade (2020), diolah

Komoditas HS 40 Indonesia berada pada posisi *retreat* berdasarkan Gambar 3. Hal ini berarti bahwa komoditas HS 40 Indonesia tumbuh dalam pasar yang tidak kompetitif dan juga tidak dinamis. Posisi ini mungkin saja tidak diinginkan karena mencerminkan suatu komoditas yang tidak lagi diinginkan dalam pasar, tetapi mungkin saja diinginkan apabila gerak pertumbuhan komoditas tersebut sedang mengarah pada pertumbuhan yang dinamis dan menjauh dari produk-produk yang stagnan (Estherhuizen, 2006).

Jika dicermati lebih lanjut, pertumbuhan pangsa pasar produk Indonesia mulai membaik sejak 3 tahun terakhir, terlebih lagi posisi Indonesia pada Gambar 4.5 telah nyaris mendekati posisi *lost opportunity* sehingga diperkirakan bahwa pergerakan pasar produk Indonesia saat ini sedang mendekati pertumbuhan produk-produk yang dinamis.

Thailand sendiri berada pada posisi *lost opportunity* di mana posisi ini sangat tidak menguntungkan karena komoditas HS 40 Thailand tumbuh dalam pasar ekspor yang tidak kompetitif meskipun sebetulnya pasar produk yang dimiliki dinamis. Hal ini sejalan dengan nilai pertumbuhan yang negatif dari pangsa ekspor komoditas tersebut dalam 10 tahun terakhir yakni rata-rata minus 0,09 % per tahun (UN Comtrade, 2020).

Sementara itu, Cina berada pada posisi yang ideal yaitu *rising star* di mana posisi ini

sangat menguntungkan karena komoditas HS 40 Cina tumbuh dalam pasar yang kompetitif dan juga dinamis. Sebagai eksportir primadona, keadaan ini tidaklah mengherankan untuk negara seperti Cina apalagi pangsa ekspor komoditas HS 40 Cina rata-rata mengalami pertumbuhan positif dalam 10 tahun terakhir (UN Comtrade, 2020). Hal ini mencerminkan bahwa pergerakan pasar produk Cina masih terus mengarah pada pertumbuhan produk-produk yang dinamis (kompetitif).

Selain itu, pertumbuhan pangsa pasar ekspor ketiga negara di atas juga sejalan dengan tren nilai ekspor komoditas HS 40 sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya pada Gambar 1.1 bahwa Indonesia mengalami penurunan ekspor rata-rata 8% dan Thailand juga demikian, mengalami penurunan rata-rata 3% setiap tahunnya, sementara hanya Cina yang mengalami peningkatan kecil rata-rata 1% per tahun.

Hasil analisis *Export Product Dynamic* (EPD) di atas sekaligus dapat digunakan untuk menjelaskan kondisi yang ditemukan pada Cina, yang mana sebelumnya tidak dapat ditemukan melalui analisis RCA. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa ekspor komoditas HS 40 Cina mempunyai keunggulan kompetitif di pasar internasional sedangkan hal ini tidak ditemukan pada komoditas HS 40 Indonesia maupun Thailand. Hal ini tercermin dari pangsa pasar ekspor komoditas HS 40 Cina yang mengalami pertumbuhan positif dalam 10 tahun terakhir, sementara pangsa ekspor komoditas HS 40 Indonesia dan Thailand justru tumbuh negatif pada kurun waktu yang sama.

Berdasarkan teori keunggulan kompetitif Michael Porter, keberhasilan/kemakmuran suatu negara dalam perdagangan tidak diwariskan atau tidak perlu bergantung pada sumberdaya ataupun nilai tukar. Sebaliknya, kemakmuran suatu negara dirancang oleh perusahaan nasional yang berhasil dalam pasar dunia. Daya saing suatu negara tergantung pada kapasitas industri dalam berinovasi. Kemampuan dalam

berinovasi ini selanjutnya bergantung pada empat hal : a) kondisi faktor (factor condition), b) kondisi permintaan; c) industri terkait dan industri pendukung; serta d) persaingan, struktur dan strategi perusahaan.

Besarnya nilai ekspor karet Cina sangat erat kaitannya dengan pertumbuhan industri ban yang kian cepat di negara ini. Ekspor ban mendominasi pasar ekspor komoditas HS 40 Cina (Tabel 4.1). Cina telah membentuk rantai industri ban yang terintegrasi. Bahan baku ban kini telah diproduksi di Cina kecuali untuk karet alam yang kebanyakan masih diimpor. Namun demikian, kelebihan impor bahan baku berupa karet alam di Cina kini telah mendesak produksi karet alam di Cina terus tumbuh. Perlahan hal ini akan mengurangi ketergantungan eksternal Cina. Akan tetapi, kemajuan ini menyiratkan bahwa Indonesia dan Thailand akan mulai kehilangan pasar tujuan utama dari ekspor karet alamnya.

KESIMPULAN

Berikut adalah beberapa kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada penelitian ini :

- a. **Keunggulan komparatif.** Indonesia dan Thailand masih memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor komoditas HS 40 sementara Cina tidak memiliki keunggulan komparatif pada komoditas tersebut. Nilai keunggulan komparatif komoditas HS 40 Indonesia senantiasa menurun dalam 10 tahun terakhir dengan pertumbuhan rata-rata negatif sebesar 6%. Sementara itu, nilai RCA yang menunjukkan ketidakunggulan komparatif Cina mengungkapkan kelemahan analisis ini dalam mengungkapkan nilai keunggulan komparatif suatu negara.
- b. **Keunggulan Kompetitif.** Cina memiliki keunggulan kompetitif dalam komoditas HS 40, namun tidak demikian halnya dengan Indonesia dan Thailand yang memperoleh ketidakunggulan kompetitif pada komoditas tersebut.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini :

Bagi Pembaca :

- 1) Meskipun suatu negara merupakan eksportir nomor 1 dunia untuk komoditas tertentu, namun jika pangsa ekspor komoditas tersebut sangat kecil dalam negara ini maka nilai RCA yang dihasilkan mungkin sangat rendah sehingga dapat mencerminkan daya saing yang lemah, sebagaimana yang ditemukan pada Cina. Dalam hal ini, nilai RCA lebih baik tidak diinterpretasikan secara independen sebagai nilai daya saing. Nilai ini perlu untuk disesuaikan dengan beberapa aspek lain seperti misalnya pertumbuhan pangsa ekspor dari komoditas tersebut di pasar internasional, sebelum akhirnya memutuskan bagaimana kekuatan daya saing yang dimiliki.

Bagi Pengembangan Ekspor Karet Indonesia :

- 1) Perluasan bidang keunggulan komparatif terhadap subkomoditas lainnya selain karet alam memerlukan rantai industri dalam negeri yang terintegrasi. Perolehan bahan baku berupa karet alam seharusnya memberikan keunggulan komparatif untuk subkomoditas karet seperti ban, pakaian hingga sarung tangan. Jika produktifitas karet alam ditingkatkan, maka faktor produksi ini dapat menunjang industri pengolahan karet alam dalam negeri, dan akhirnya memberikan sumbangan yang potensial agar ekspor komoditas HS 40 Indonesia dapat bersaing dengan pesaing utama seperti Cina dan Thailand.

Bagi Peneliti :

- 1) Penelitian selanjutnya dapat menganalisis daya saing terhadap ekspor subkomoditas dari HS 40 sebagaimana yang belum dilakukan dalam penelitian ini.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis daya saing dengan menggunakan sejumlah metode pengukuran daya saing yang terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, B., & Sohibien (2019). Analisis Daya Saing Karet Alam Indonesia dan Variabel-Variabel yang Mempengaruhinya. *Statistika*, 7(2), 147–156.
<https://doi.org/10.26714/jsunimus.7.2.2019.%25p>
- Esterhuizen, D. (2006). Chapter 3. In *Measuring and Analysing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework* (pp. 99–146). University of Pretoria. <https://repository.up.ac.za>
- Rahmawati, N. N. (2018). Pengaruh Produksi Karet, Harga Internasional Karet dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor Karet Indonesia. -. Published. <http://eprints.ums.ac.id>
- Suranovic, S. (2012). *Policy and Theory Of International Trade: Vol. 1.0* [E-book].
- Syahputra, Y. R., Tarumun, S., & Yusri, J. (2014). Analisis Daya Saing Ekspor Karet Alam (Natural Rubber) Indonesia di Pasar Internasional. *Jom Faperta*, 1(2). <https://jom.unri.ac.id>
- Sybromalesi, M. (2017). Analisis Pengaruh Produksi Karet Nasional, Harga Karet Dunia dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Ekspor Karet (Studi Kasus : Indonesia Periode 2009–2013). -. Published. <https://repository.uinjkt.ac.id>