

**ANALISIS DAYA SAING LEMAK KAKAO INDONESIA
DI NEGARA TUJUAN UTAMA**

SKRIPSI

OLEH :

MUHAMMAD FAZA AL RAFI

208220074



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/25

**ANALISIS DAYA SAING LEMAK KAKAO INDONESIA
DI NEGARA TUJUAN UTAMA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

OLEH :

MUHAMMAD FAZA AL RAFI

208220074

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/25

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Daya Saing Lemak Kakao Indonesia Di
Negara Tujuan Utama
Nama : Muhammad Faza Al Rafi
NPM : 208220074
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



Faiz Ahmad Sibuea.SP, M.Si
Pembimbing

Diketahui Oleh:




Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP,M.Si
Dekan Fakultas Pertanian




Marizha Nurcahyani, S.ST,M.Sc
Ketua Program Studi Agribisnis

Tanggal Lulus: 13 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 29 April 2025



Muhammad Faza Al Rafi
NIM: 208220074

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Faza Al Rafi

NIM : 208220074

Program Studi : Agribisnis

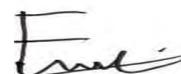
Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Analisis Daya Saing Lemak Kakao Indonesia Di Negara Tujuan Utama. Dengan bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*) merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan
Pada tanggal : 29 April 2025
Yang menyatakan



Muhammad Faza Al Rafi

NIM. 208220074

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing lemak kakao Indonesia di pasar internasional, khususnya di negara-negara tujuan ekspor utama. Sebagai negara penghasil kakao terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam perdagangan lemak kakao, yang merupakan komoditas strategis dengan peranan penting dalam industri makanan, farmasi, dan kosmetik. Meskipun Indonesia berada di posisi ketiga sebagai produsen kakao olahan global, persaingan yang ketat di pasar internasional memerlukan pemahaman lebih lanjut mengenai posisi perdagangan dan daya saing komparatif lemak kakao Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing lemak kakao Indonesia bervariasi di setiap negara tujuan ekspor. Negara seperti Estonia mencatatkan daya saing yang tinggi, sementara di pasar Eropa seperti Jerman dan Belanda, daya saing relatif stabil meskipun ada fluktuasi. Namun, di kawasan Asia, terutama India, dan Amerika Serikat, daya saing Indonesia cenderung lebih rendah dan menghadapi tantangan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, Indonesia memiliki posisi yang kuat sebagai eksportir lemak kakao, namun tantangan global menuntut strategi untuk memperkuat kualitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan kerja sama dagang. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut sektor perdagangan lemak kakao Indonesia guna meningkatkan daya saing di pasar global.

Kata Kunci: Daya saing, lemak kakao, Indonesia, Perdagangan internasional,

Ekspor.

ABSTRACT

This research aims to analyze the competitiveness of Indonesian cocoa fat in the international market, particularly in major export destination countries. As the largest cocoa producer in the world, Indonesia has significant potential in the cocoa fat trade, a strategic commodity with important roles in the food, pharmaceutical, and cosmetic industries. Despite Indonesia being the third-largest producer of processed cocoa globally, intense competition in the international market requires a deeper understanding of Indonesia's cocoa fat trade position and comparative competitiveness. The research results showed that the competitiveness of Indonesian cocoa fat varies in each export destination country. Countries like Estonia showed high competitiveness, while in European markets such as Germany and the Netherlands, competitiveness remains relatively stable despite fluctuations. However, in Asia, particularly India, and the United States, Indonesia's competitiveness tends to be lower, facing challenges that need to be addressed. Overall, Indonesia has a strong position as a cocoa fat exporter, but global challenges call for strategies to enhance product quality, expand markets, and improve trade cooperation. This research provides recommendations for further development of Indonesia's cocoa fat trade sector to enhance its competitiveness in the global market.

Keywords: *Competitiveness, Cocoa Fat, Indonesia, International Trade, Export.*



RIWAYAT HIDUP

Muhammad Faza Al Rafi dilahirkan pada tanggal 21 Mei 1999 Di Medan Kabupaten Kota Medan Sumatra Utara Anak Keempat Dari lima Saudara dari pasangan Irawan dan Yenni Lestari.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Mis Al Wasliyah Medan Krio Sekolah Menengah Pertama SMP Swasta Brigjend Katamso I, selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas SMA Swasta Brigjend Katamso Medan.

Pada bulan september 2020, menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada program Studi Agribisnis. Selama menjadi mahasiswa pada tahun 2023 penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara III Kebun Bangun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun.

KATA PENGANTAR

Segala Puji serta syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan hidayah berupa kesehatan serta kekuatan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul: **“Analisis Daya Saing Lemak kakao Indonesia Di Negara Tujuan Utama”**. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya untuk menuju kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Berkat kemudahan dan izin dari Allah, dan bantuan semua pihak akhirnya penulisan skripsi ini bisa diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dukungan dari banyak pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Marizha Nurcahyani, S. ST, M. Sc, Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Faiz Ahmad Sibuea, SP, M.Si selaku Komisi Pembimbing yang telah Membimbing dan untuk memperhatikan selama masa penyusun skripsi ini.
4. Bapak, Ibu selaku Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pedidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Teruntuk orang tua dan keluarga yang telah memberi arahan kepada saya

nesehat dengan lancar menyusun skripsi. dan spesial kepada kedua orang tua saya doa serta dukungan baik itu materi dan saran motivasi memberi semangat menyelesaikan skripsi ini sekaligus menyelesaikan masa pendidikan di Universitas Medan Area.

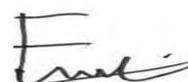
6. Abang saya paling pertama terima kasih memberikan moral – moril kepada saya sehingga sampai selesai kuliah saya dan motivasi semangat untuk mengerjakan skripsi saya. dan kakak saya yang kedua memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi saya dengan sampai selesai.
7. Teruntuk abang saya bayu aji dan istrinya terima kasih sudah memberikan support motivasi sehingga mendapatkan kepercayaan kepada saya dan terimakasih Juga sudah membiayai kuliah saya sampai akhir semester untuk menyelesaikan skripsi saya. semoga lancarkan karir Abang.
8. Kepada teman – teman “pejuang SP” yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulisan berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan dimasa yang mendatang sesuai dengan fungsinya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak ditemui kekurangan bahkan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Aamiin Yaa Robbil'Alamin.

Medan, 29 April 2025

Penulis,



Muhammad Faza Al Rafi

NIM. 208220074



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kakao (<i>Theobrome cacao</i> L.).....	10
2.2 Lemak Kakao.....	12
2.3 Perdagangan Internasional.....	15
2.4 Daya Saing.....	19
2.5 Ekspor.....	21
2.6 Teori Keunggulan Absolut	22
2.7 Teori Keunggulan Komparatif.....	23
2.8 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Teknik Analisis Data	34
3.5 <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA).....	34
3.6 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)	35
3.7 Definisi Dan Batasan Operasional.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	38
4.1 Perkembangan Luas Areal Kakao Indonesia.....	38

4.2	Perkembangan Produksi dan Produktivitas Kakao Indonesia.....	38
4.3	Perkembangan Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia	42
4.3.1	Perkembangan Volume Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia 42	
4.3.2	Perkembangan Nilai Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia ..	43
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		46
5.1	Hasil Perhitungan RCA	46
5.2	Hasil Perhitungan ISP.....	59
5.3	Pembahasan	68
5.3.1	Daya Saing Ekspor Lemak Kakao Indonesia.....	68
5.3.2	Posisi Perdagangan Ekspor Lemak Kakao Indonesia	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Nilai Ekspor Lemak Kakao Indonesia Ke Lima Negara Tujuan Utama.....	5
2.	Volume Ekspor Ke Lima Negara Tujuan.....	5
3.	Perkembangan Luas Areal Kakao Indonesia 2019–2023	38
4.	Perkembangan Produktivitas Lemak Kakao Indonesia 2019–2023.....	40
5.	Perkembangan Volume Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia (2019– 2023)	42
6.	Perkembangan Nilai Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia (2019– 2023)	43
7.	Hasil Perhitungan RCA Lemak Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama (2019–2023)	46
8.	Hasil Perhitungan ISP Lemak Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama (2019–2023).....	60



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	9
2.	Keseimbangan dalam perdagangan internasional	18
3.	Diagram Nilai RCA Kakao Indonesia Berdasarkan Negara Tujuan (2019 - 2023)	59



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar internasional adalah arena perdagangan yang melibatkan pertukaran barang dan jasa antar negara. Di era globalisasi, pasar internasional menjadi semakin penting karena memungkinkan negara-negara untuk memanfaatkan keunggulan komparatif masing-masing meningkatkan skala ekonomi serta memperluas akses terhadap produk dan teknologi yang mungkin tidak tersedia di dalam negeri. Indonesia adalah salah satu negara penghasil komoditas pertanian terbesar di dunia dengan beragam produk yang memiliki permintaan tinggi di pasar internasional.

Indonesia sebagai negara berkembang dengan kekayaan sumber daya alam, memanfaatkan pasar internasional untuk mengeksport berbagai komoditas seperti minyak kelapa sawit, karet, kopi, kakao dan tekstil. Komoditas-komoditas ini menjadi tulang punggung ekspor non-migas dan memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa negara (BPS, 2022). Pasar internasional memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk mendapatkan devisa yang berkontribusi pada stabilitas ekonomi nasional (Bank Indonesia, 2021).

Selain itu, perdagangan internasional memungkinkan Indonesia untuk mendapatkan produk-produk yang tidak dapat diproduksi sendiri seperti barang-barang teknologi tinggi dan bahan baku industri tertentu (Kemdagri, 2020). Pertumbuhan sektor pertanian yang konsisten dalam menghadapi tantangan global menunjukkan ketangguhannya dalam menjaga stabilitas ekonomi. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, perdagangan internasional memberikan kesempatan untuk meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan

mempercepat pembangunan ekonomi (Bank Indonesia, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang berperan dalam aktif dalam kegiatan perdagangan internasional sebagai eksportir maupun importir. Sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengekspor berbagai komoditas utama seperti minyak kelapa sawit, batu bara, karet, serta produk-produk kelautan. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menunjukkan kinerja yang positif dalam neraca perdagangan dengan surplus yang berkelanjutan. Selain itu, Indonesia juga menjadi eksportir nonmigas mencakup berbagai komoditas seperti kelapa sawit, kopi, kakao, dan tekstil yang diekspor ke negara lain. Peran ini memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui peningkatan pendapatan negara dan penciptaan lapangan kerja (BPS, 2022).

Subsektor perkebunan telah menjadi sumber penghasil devisa bagi Indonesia dalam sektor pertanian yang dicerminkan dari neraca perdagangan yang surplus dari tahun ke tahun sementara subsektor lainnya mengalami defisit. Pada tahun 2022, sumbangan devisa dari neraca perdagangan sektor pertanian seluruhnya disumbang dari surplus neraca perdagangan subsektor perkebunan hingga mencapai USD 34,69 miliar atau senilai Rp 496,6 triliun. Penyumbang devisa neraca perdagangan subsektor perkebunan salah satunya berasal dari komoditas kakao.

Kakao (*Theobroma cacao L*) merupakan tanaman yang berasal dari hutan hujan tropis di Amerika Selatan dan dikenal sebagai bahan baku utama pembuatan coklat. Sejak diperkenalkan ke Indonesia pada abad ke-16 kakao telah berkembang

dalam sektor pertanian, proses pengolahan kakao dimulai dari biji kakao yang difermentasi, dikeringkan dan kemudian diproses menjadi berbagai produk termasuk lemak kakao.

Terdapat tujuh negara produsen kakao dunia tahun 2016-2020 dengan total *share* sebesar 88.03%. Indonesia berada diposisi ketiga sebagai produsen kakao olahan atau manufaktur di dunia dengan kontribusi sebesar 13,09% atau rata-rata produksi 678 ribu ton per tahun. Sementara itu posisi pertama adalah Pantai Gading dengan kontribusi sebesar 37,81% (1,96 juta ton). Ghana di posisi kedua dengan kontribusi 16,99% atau rata-rata per tahun sebesar 880,63 ribu ton. Tiga produsen kakao tertinggi tetap sama dengan periode sebelumnya pada tahun 2014-2018 hanya berbeda besaran kontribusinya yakni Pantai Gading 1,81 juta ton (36,46%), Ghana dengan 0,88 juta (17,81%) dan Indonesia 0,65 juta ton atau 13,03% (Rohmah, 2019).

Lemak kakao atau cocoa butter merupakan produk utama yang dihasilkan dari biji kakao (*Theobroma cacao L*) dan memiliki peranan penting dalam industri makanan, farmasi dan kosmetik. Di Indonesia, lemak kakao menjadi salah satu komoditas strategis karena kualitasnya yang tinggi dan potensi yang luas dengan melalui proses pengepresan biji kakao yang mengandung lemak tinggi berkisar 45-57% tergantung varietasnya. Karakteristik fisikokimia lemak kakao seperti titik leleh yang berada di antara 32-35°C menjadikannya ideal untuk digunakan dalam pembuatan cokelat terutama dark chocolate, di mana lemak kakao berfungsi sebagai matriks pendispersi untuk partikel padat kakao dan gula.

Dalam industri makanan, lemak kakao tidak hanya digunakan dalam pembuatan cokelat yang memberikan tekstur lembut dan aroma khas tetapi juga sebagai bahan baku untuk produk lain seperti margarin, permen dan lemak kakao juga digunakan dalam berbagai produk makanan olahan sebagai sumber lemak yang stabil dan tidak mudah tengik. Selain itu lemak kakao memiliki sifat antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan menjadikannya komponen yang menarik dalam produk kosmetik dan farmasi.

Dengan meningkatnya permintaan global terhadap produk berbasis kakao diharapkan dapat terus berkembang dengan memberikan nilai tambah bagi petani dan industri pengolahan di Indonesia, lemak kakao Indonesia mampu bersaing di pasar global. Kebijakan pemerintah yang mendukung hilirisasi dan pengolahan kakao juga berkontribusi pada peningkatan ekspor lemak kakao menjadikannya sebagai salah satu sumber pendapatan penting bagi petani industri lokal. Pengembangan pemanfaatan lemak kakao juga mencakup substitusi dengan bahan nabati lain yang memiliki sifat serupa seperti minyak kelapa murni dan lemak tengkawang.

Lemak kakao merupakan salah satu produk turunan kakao yang memiliki permintaan tinggi di pasar global terutama untuk kebutuhan industri pangan dan kosmetik. Selama beberapa tahun terakhir, Indonesia aktif mengeksport lemak kakao ke berbagai negara seperti Amerika Serikat, Netherland, India, Estonia dan Germany sebagai sumber utama. Negara-negara ini memiliki industri cokelat dan kosmetik yang sangat berkembang sehingga memerlukan pasokan lemak kakao berkualitas tinggi. Nilai ekspor lemak kakao Indonesia ke masing-masing negara

dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk permintaan konsumen di negara tujuan, harga komoditas internasional dan kebijakan perdagangan di setiap negara.

Tabel 1. Nilai Ekspor Lemak Kakao Indonesia Ke Lima Negara Tujuan Utama

Negara	Tahun					Jumlah
	2019	2020	2021	2022	2023	
Amerika Serikat	263,115,954	208,849,468	207,617,819	160,424,419	152,936,983	992,944,643
Netherland	104,565,809	112,784,468	30,249,364	62,243,636	36,827,709	346,670,985
India	49,917,036	65,079,348	79,349,682	86,771,373	100,962,109	382,079,547
Estonia	45,464,529	55,299,462	70,549,324	57,829,374	49,256,766	278,399,455
Germany	55,011,878	58,827,904	47,688,615	39,902,133	6,477,055	207,907,585

Sumber: UN Comtrade

Berdasarkan tabel 1 pada 5 tahun terakhir, Amerika Serikat adalah negara tujuan utama posisi pertama pada tahun 2019-2023 yaitu nilai ekspornya jika dijumlahkan dari tahun 2019-2023 yaitu mencapai 992.944.643 ton dan diposisi ke dua yaitu India nilai ekspornya mencapai 382,079,547 ton, posisi ketiga Netherland nilai ekspornya mencapai 346,670,985 ton, posisi ke empat Estonia nilai ekspor mencapai 278,399,455 ton, dan posisi terakhir yaitu Germany dimana nilai ekspornya mencapai 207,907,585 ton.

Tabel 2. Volume Ekspor Ke Lima Negara Tujuan

Negara	Tahun					Jumlah
	2019	2020	2021	2022	2023	
Amerika Serikat	48,010,166	37,579,502	42,570,600	37,423,980	35,557,700	201,141,948
Netherland	19,273,080	20,909,400	7,296,016	15,857,001	8,987,175	72,322,672
India	9,249,504	11,864,000	16,645,022	21,204,470	22,526,148	81,489,144
Estonia	8,340,000	10,185,000	14,486,000	13,947,000	16,160,000	63,118,000
Germany	10,300,000	11,375,400	11,600,000	11,480,000	1,740,000	46,495,400

Sumber: UN Comtrade

Berdasarkan data tabel 2 menunjukkan bagaimana perkembangan volume ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional ke lima negara tujuan utama, dapat dilihat dari periode tahun 2019-2023 menunjukkan adanya fluktuasi dalam ekspor lemak kakao Indonesia ke lima negara tujuan utama. Amerika Serikat menjadi negara pengekspor lemak kakao terbesar Indonesia dengan total volume ekspor lemak kakao sebesar 201,141,948 ton dan yang menjadi urutan terkecil ialah Germany dengan total volume ekspor 46,495,400 ton. Perbedaan volume ekspor ke lima negara tujuan Amerika Serikat, Netherland, India, Estonia an Germany yang di tampilkan dalam tabel dapat dijelaskan melalui berbagai faktor ekonomi, politik, dan sosial, setiap negara tujuan memiliki kondisi pasar yang berbeda dan dipengaruhi oleh kebijakan perdagangan, fluktuasi ekonomi, serta perubahan permintaan konsumen.

Indonesia sebagai produsen terbesar dalam menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing lemak kakao di pasar internasional khususnya di negara tujuan utama seperti Amerika Serikat, Netherland, India, Estonia dan Germany. Meskipun lemak kakao Inonesia memiliki keunggulan komparatif seperti melting point yang lebih tinggi dan kualitas yang baik dibandingkan dengan produk dari negara pesaing seperti Ghana dan Pantai Gading, masih terdapat berbagai masalah yang menghambat daya saingnya.

Salah satu masalah utama adalah rendahnya kualitas akibat proses pengolahan yang tidak optimal, banyak petani masih mengabaikan langkah penting dalam fermentasi biji kakao sebelum pengeringan yang berakibat pada mutu produk akhir yang rendah. Selain itu, kurangnya penyuluhan dan pelatihan bagi petani

mengenai teknik pengolahan yang tepat juga menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas lemak kakao. Kebijakan pemerintah terkait hilirisasi dan bea keluar biji kakao belum sepenuhnya efektif dalam mendorong peningkatan volume dan nilai ekspor lemak kakao.

Di sisi lain faktor internal seperti fluktuasi harga internasional dan persaingan dari negara lain juga mempengaruhi daya saing produk lemak kakao. Meskipun Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekspor lemak kakao, tantangan-tantangan ini perlu diatasi agar dapat bersaing secara efektif di pasar global. Berdasarkan data yang sudah dijelaskan diatas mengenai ekspor lemak kakao Indonesia ke lima negara tujuan utama yaitu Amerika Serikat, Netherland, India, Estonia dan Germany. Pada dasar itulah penulis ingin menganalisis daya saing lemak kakao Indonesia di negara tujuan utama dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi ekspor lemak kakao dalam hal ini penulis mengangkat judul penelitian **“Analisis Daya Saing Lemak Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dirumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian, yaitu:

1. Bagaimana posisi perdagangan ekspor lemak kakao Indonesia di negara tujuan ekspor utama?
2. Bagaimana daya saing komparatif ekspor lemak kakao Indonesia di negara tujuan utama?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan rumusan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini ialah:

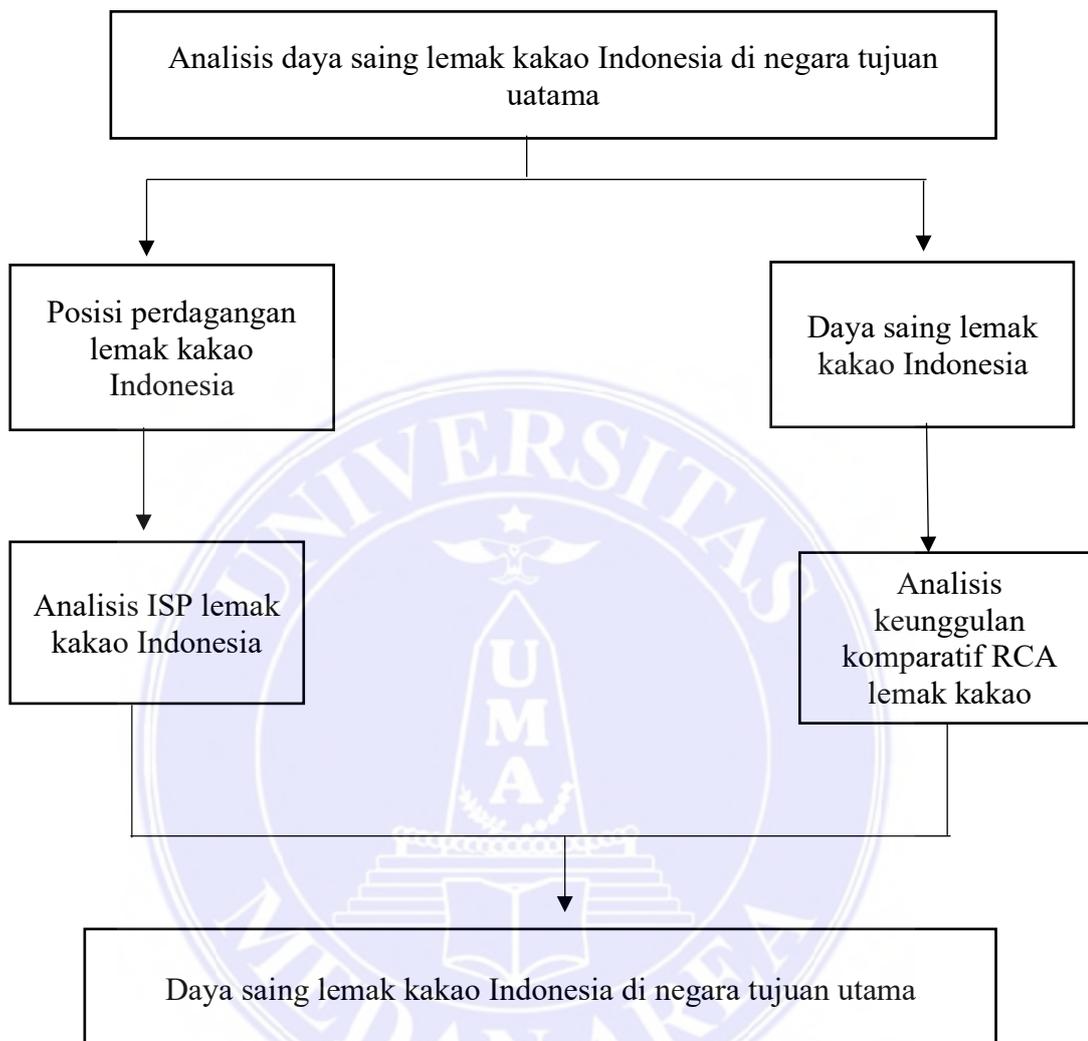
1. Mengidentifikasi posisi perdagangan ekspor lemak kakao Indonesia di negara tujuan ekspor utama
2. Menganalisis daya saing komparatif perdagangan lemak kakao di negara tujuan ekspor utama

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai media untuk memperkaya dan memperdalam wawasan serta ilmu mengenai daya saing lemak kakao Indonesia, serta untuk memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1
2. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, terkait daya saing dan perdagangan internasional pada komoditas lain

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kakao (*Theobroma cacao* L.)

Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan tanaman tahunan yang berasal dari Amerika Selatan. Kakao merupakan tanaman yang menumbuhkan bunga dari batangan dan cabang, sehingga tanaman ini digolongkan ke dalam kelompok tanaman Caulifloris atau bunga tumbuh langsung dari batang (Siregar et al., 2000). Adapun klasifikasi botani kakao adalah sebagai berikut:

Devisi	: <i>Spermatophyta</i>
Subdivisi	: <i>Angiospermae</i>
Kelas	: <i>Dicotyledone</i>
Ordo	: <i>Malvales</i>
Family	: <i>Sterculiaceae</i>
Genus	: <i>Theobroma</i>
Spesies	: <i>Theobroma cacao</i> L.

Tanaman kakao dapat tumbuh baik dan berbuah banyak di daerah yang mempunyai ketinggian 100-600 meter di atas permukaan laut (Sunanto, 1992). Tanah yang baik untuk pertumbuhan tanaman kakao yang memiliki kemasaman 6,0-7,5 serta tidak lebih rendah dari pH 4,0. Tekstur tanah yang baik adalah lempung liat berpasir dengan komposisi 30-40% fraksi liat, 50% pasir, dan 10-20% debu. Curah hujan tahunan yang ideal bagi tanaman kakao berkisar antara 1100- 3000 mm/tahun dengan suhu sekitar 180-320C (Siregar et al., 2000).

Akar kakao adalah akar tunggang. Pertumbuhan akar bisa sampai delapan meter ke arah samping dan lima belas meter ke arah bawah. Pada batang tanaman kakao seringkali tumbuh tunas-tunas air (*chupon*) yang akan membentuk *jourquette* (cabang-cabang primer). Cabang-cabang tersebut akan tumbuh ke atas (*orthotrop*) dan ada yang tumbuh ke arah samping (*plagiotrop*) (Siregar et al, 2000).

Buah kakao yang masih muda disebut *chrelle* dan sampai tiga bulan pertama sejak perkembangannya akan terjadi *chrelle wilt*, yaitu buah muda menjadi kering atau mengeras. Buah kakao disebut pod atau tongkol, warnanya bermacam-macam dan ukurannya 10-30 cm. Buah yang sudah masak pada umumnya berwarna kuning oranye. Buah kakao masak setelah 5-6 bulan dari proses penyerbukan (Sunanto, 1992).

Biji kakao mempunyai sifat yang khas sehingga banyak dibutuhkan oleh berbagai macam industri. Sifat kakao yang dibutuhkan yaitu : (1) biji kakao mengandung lemak yang cukup tinggi (sekitar 55%) dimana sifat lemaknya yaitu membeku pada suhu kamar dan mencair pada suhu tubuh, serta (2) bagian padatan biji kakao mengandung komponen flavor dan pewarna yang sangat dibutuhkan dalam industri makanan (Siregar et al., 2000).

Jenis kakao yang banyak diusahakan adalah Criolo yang mutu bijinya sangat baik dan dikenal sebagai kakao mulia, buahnya berwarna merah, kulit buahnya tipis berbintil-bintil kasar dan lunak, biji berbentuk bulat telur, serta berukuran besar dengan kotiledon berwarna putih pada waktu basah. Selain Criolo ada dua jenis kakao lain yaitu : (1) Forastero yang mutu bijinya sedang, buahnya berwarna hijau, kulitnya tebal, bijinya tipis, dan kotiledon berwarna ungu pada

waktu basah, serta (2)Trinitario yang merupakan hibrida dari jenis Criolo dan Forastero secara alami, sehingga jenis ini sangat heterogen, menghasilkan biji dengan mutu sedang hingga sangat baik, buah berwarna hijau atau merah, bentuk biji beraneka ragam dengan kotiledon berwarna ungu tua pada waktu basah (Sunanto, 1992).

2.2 Lemak Kakao

Lemak kakao (*cocoa fat* atau *cocoa butter*) merupakan lemak nabati alami yang mempunyai sifat unik, yaitu tetap cair pada suhu di bawah titik bekunya. Lemak kakaodikeluarkan dari pasta coklat dengan cara dipres dan mempunyai warnaputih kekuningan serta berbau khas coklat. Kekerasan lemak coklat mempunyai tingkat yang berbeda pada suhu kamar, tergantung asal dan tempat tumbuh tanamannya. Keunggulan lemak kakao Indonesia dibandingkan lemak kakao dari Afrika Barat adalah adanya karakteristik khusus “Light Breaking Effect” dan “Hard Butter” (tidak mudah meleleh) yang cocok apabila dipakai untuk blending (Mulato et al., 2005). Komponen terbesar dari biji kakao adalah lemak, dimana lemak menjadi tolak ukur untuk menentukan harga jual biji kakao dipasaran. Lemak pada biji kakao Forastero sekitar 56% sedang pada biji kakao Criollo lebih rendah dibanding Forasteroyakni < 56%. Kisaran kadar lemak biji kakao Indonesia adalah antara 49% -52% (Mulato et al., 2002).

Lemak kakao terdiri atas sejumlah gliserida dari asam-asam lemak stearat, palmitat dan oleat serta sedikit linoleat. Lemak kakao mempunyai sifat penting, yaitu volumenya berkurang pada saat pemadatan yang memungkinkan pencetakan blok-blokcoklat menjadi lebih mudah. Berkurangnya volume tergantung seeding

yang tepat pada lemak cair atau tempering cokelat (Haryadi dan Supriyanto, 2001).

Lemak kakao memiliki karakteristik fisikokimia yang unik di mana titik leleh yang berkisar antara 32-25°C yang memungkinkan lemak kakao meleleh dengan sempurna di mulut dan memberikan tekstur creamy serta sensasi yang menyegarkan, penggunaan lemak kakao sangat penting dalam pembuatan cokelat karena berkontribusi terhadap sifat-sifat tekstural dan sensorik produk akhir. Selain itu lemak kakao juga berperan dalam menentukan kualitas cokelat seperti kilat, derak dan pelelehan yang cepat di mulut, namun industri lemak kakao menghadapi beberapa tantangan termasuk ketidakstabilan pasokan biji kakao, variabilitas kualitas selama pengolahan dan fluktuasi harga yang tinggi dibandingkan dengan sumber lemak lainnya.

Secara keseluruhan, lemak kakao tidak hanya berfungsi sebagai bahan utama dalam industri makanan tetapi juga sebagai bahan utama dalam industri makanan tetapi juga memiliki potensi besar dalam sektor kosmetik dan farmasi. Dalam industri makanan dan minuman, lemak kakao menjadi bahan utama dalam pembuatan cokelat yang memberikan tekstur lembut dan aroma khas, stabilitasnya pada suhu ruang dan titik leleh yang rendah menjadikannya ideal untuk cokelat yang meleleh di mulut. Selain cokelat, lemak kakao juga digunakan dalam berbagai produk makanan olahan sebagai sumber lemak yang stabil dan tidak mudah tengik.

Pada industri komestik dan perawatan kulit, lemak kakao mengandung antioksidan alami seperti polifenol yang bermanfaat untuk menjaga kelembaban dan elastisitas kulit. Oleh karena itu, lemak kakao banyak digunakan dalam produk pelembab seperti lip balm, lotion dan sabun dengan sifatnya yang mudah meresap

dan memberikan kelembutan menjadikannya popoler dalam produk perawatan tubuh. Dalam industri farmasi, lemak kakao berfungsi sebagai bahan dasar dalam pembuatan suppositoria karena sifatnya yang mudah larut pada suhu tubuh yang memungkinkan obat cepat terdispersi. Selain itu, lemak kakao digunakan dalam berbagai formulasi obat-obatan tropikal. Sedangkan pada industri pangan terkadang lemak kakao digantikan oleh bahan lain seperti minyak nabati untuk menekan biaya, meski demikian lemak kakao tetap dianggap unggul dalam menghasilkan produk dengan kualitas premium terutama dalam industri cokelat dan permen.

Mengonsumsi lemak kakao memiliki berbagai manfaat kesehatan yang sangat signifikan, berkat kandungan nutrisi dan senyawa bioaktif yang terhadap nutrisi yang terdapat di dalamnya. Manfaat lemak kakao dalam kesehatan seperti tingginya antioksidan yang membantu melawan radikal bebas dalam tubuh yang dapat mengurangi risiko penyakit kronis dan penuaan dini, lemak kakao juga bermanfaat meningkatkan kesehatan jantung, meningkatkan suasana hati, mendukung kesehatan kulit, menjaga fungsi otak dan mengurangi gejala asma. Dengan banyaknya manfaat ini, lemak kakao dapat menjadi tambahan yang sehat dalam diet sehari-hari terutama jika dikonsumsi dalam bentuk murni atau sebagai bagian dari produk cokelat hitam yang berkualitas tinggi. Namun penting untuk mengonsumsinya dengan bijak untuk memaksimalkan manfaat kesehatan tanpa menambah kalori berlebih.

2.3 Perdagangan Internasional

Asmarantaka (2012), menyatakan bahwa perdagangan internasional merupakan pertukaran barang dan jasa yang dilakukan antar negara dan merupakan bagian dari kegiatan ekonomi internasional. Perdagangan internasional ini dicerminkan melalui aktivitas ekspor-impor suatu negara yang akan memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara (PDB).

Secara teoritis, perdagangan internasional terjadi karena dua alasan utama. Pertama, negara-negara berdagang karena pada dasarnya mereka berbeda satu sama lain. Setiap negara dapat memperoleh keuntungan dengan melakukan sesuatu yang relatif lebih baik. Kedua negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) dalam produksi. Maksudnya jika setiap negara hanya memproduksi sejumlah barang tertentu, mereka dapat menghasilkan barang-barang tersebut dengan skala yang lebih besar dan karenanya lebih efisien jika dibandingkan kalau negara tersebut memproduksi segala jenis barang. Pola-pola perdagangan dunia yang terjadi mencerminkan perpaduan dari kedua motif ini (Basri dan Munandar, 2010)

Hady (2004), menurut teori klasik Adam Smith, suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional (*gain from trade*) dan meningkatkan kemakmuran bila terdapat free trade (perdagangan bebas) dan melakukan spesialisasi berdasarkan keunggulan absolut (*absolute advantage*) yang dimiliki. Gonarsyah (1987) faktor-faktor yang mendorong terjadinya perdagangan internasional suatu negara dengan negara lain adalah untuk memperluas pemasaran komoditas ekspor, memperbesar penerimaan bagi kegiatan pembangunan, adanya

perbedaan antara permintaan dan penawaran suatu negara, dan adanya perbedaan biaya relatif.

Ekspor (*export*) adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu dijual di luar negeri (Mankiw 2003). Ekspor memiliki dua tujuan utama, yaitu meningkatkan keuntungan dan penjualan dan melindungi keuntungan dari penjualan dan keuntungan. Harga barang yang diekspor ke luar negeri lebih mahal jikadibandingkan dengan di dalam negeri. Selisih nilai ini yang kemudian diincar oleh ekportir untuk mendapatkan keuntungan. Dari kegiatan ekspor negara akan memperolehdevisa (alat pembayaran luar negeri) yang akan digunakan untuk kegiatan pembangunan bangsa. Secara garis besar, barang-barang yang diekspor oleh Indonesiaterdiri atas dua macam, yaitu minyak bumi dan gas alam (migas) dan non-migas. Barang-barang yang termasuk komoditas migas antara lain minyak tanah, bensin, solar dan elpiji. Adapun komoditas non-migas dikelompokkan menjadi hasil pertanian dan perkebunan, hasil laut, hasil industri dan hasil tambang non-migas. Kegiatan ekspor suatu negara telah menjadi aktivitas perdagangan yang paling cepat pertumbuhannya dan secara terus menerus tumbuh lebih cepat daripada tingkat pertumbuhan output perekonomian dunia selama dua dekade terakhir.

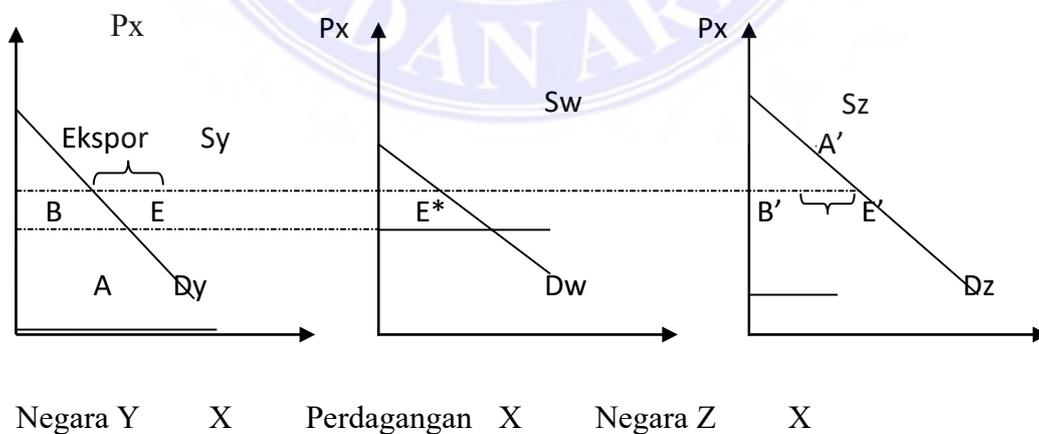
Secara teoritis ekspor suatu barang dipengaruhi oleh suatu penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Dalam teori perdagangan internasional disebutkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi ekspor dapat dilihat dari sisi permintaan dan sisi penawaran (Salvatore 1996). Dari sisi permintaan, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, nilai tukar riil, pendapatan dunia dan kebijakan

devaluasi. Sedangkan dari sisipenawaran, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, harga domestik, nilai tukar riil, kapasitas produksi yang bisa diproduksi melalui investasi, impor bahan baku dan kebijakan deregulasi.

Impor adalah kegiatan perserorangan atau badan hukum yang membeli barang dari luar negeri untuk kemudian di jual lagi di dalam negeri. Bagi importir perseorangan/swasta, impor dilakukan untuk memperoleh laba. Sedangkan bagi pemerintah, impor dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan impor dilakukan saat harga barang produk yang ingin diimpor lebih murah jika dibandingkan dengan harga dalam negeri. Ada beberapa hal yang menyebabkan harga luar negeri lebih murah, antara lain negara penghasil memiliki sumber daya alam yang lebih banyak, negara penghasil mampu memproduksi barang dengan biaya lebih rendah atau negara penghasil mampu memproduksi barang dengan jumlah yang lebih banyak.

Impor dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang mungkin ditimbulkan dari impor antara lain pemerolehan barang yang tidak mampu atau kurang produksinya di dalam negeri dan memberikan produsen dalam negeri kompetitor atau pesaing yang setara, sehingga membuat produsen dalam negeri terus meningkatkan mutu produksi. Sedangkan dampak negatifnya antara lain menyebabkan terganggunya pertumbuhan perekonomian dan membuat produsen dalam negeri tidak memiliki pesaing.

Gambar 2. memperlihatkan proses terjadinya harga relatif komoditas yang ekuilibrium dengan adanya perdagangan, ditinjau dari analisis keseimbangan secara parsial. Sebelum terjadinya perdagangan internasional negara Y melakukan produksi dan konsumsi di titik A dengan tingkat harga relatif P_1 . Jika negara Y menetapkan harga relatif P_2 maka akan terjadi kelebihan penawaran (excess supply) untuk komoditas X sebesar BE. Kelebihan penawaran ini akan diekspor negara Y pada harga relatif P_2 . Di sisi lain negara berlaku hal yang sama, jika negara Z menetapkan harga relatif komoditas di P_2 maka akan terjadi kelebihan permintaan (excess demand) sebesar $B'E'$. Kelebihan permintaan ini merupakan jumlah komoditas yang akan diimpor oleh negara Z dengan harga relatif P_2 . Jumlah impor negara Z sebesar $B'E'$ akan dipenuhi oleh ekspor negara Y sebesar BE. Keseimbangan harga setelah adanya perdagangan internasional ditunjukkan oleh perpotongan kurva S_w dan D_w di titik E^* , harga keseimbangan untuk barang X setelah perdagangan internasional adalah P_2 .



Sumber : (Salvatore 1997)

Gambar 2. Keseimbangan dalam perdagangan internasional

2.4 Daya Saing

Daya saing yang dimiliki oleh suatu komoditas atau kemampuan suatu negara merupakan hal yang sangat penting dalam perdagangan internasional. Daya saing terkait dengan keunggulan dalam menghasilkan produk yang lebih efisien dibandingkan dengan negara lain sehingga produk tersebut dapat memasuki pasar internasional dan dapat bertahan di pasar internasional. Daya saing suatu komoditas sering diukur dengan menggunakan pendekatan keunggulan absolut, keunggulan komparatif dan, keunggulan kompetitif.

Keunggulan absolut menunjukkan bahwa suatu daerah memiliki spesialisasi produk tertentu, apabila produk tersebut secara absolut memberikan keuntungan atau produktivitas tertinggi. Menurut Adam Smith, perdagangan akan meningkatkan kemakmuran bila dilaksanakan melalui mekanisme perdagangan bebas. Melalui perdagangan bebas, pelaku ekonomi diarahkan untuk melakukan spesialisasi dalam upaya peningkatan efisiensi. Manfaat dari perdagangan internasional akan dirasakan jika suatu negara melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika memiliki keunggulan mutlak terhadap barang tersebut, dan mengimpor barang yang dimana negara tersebut tidak memiliki keunggulan mutlak terhadap barang tersebut.

Menurut Oktaviani, D. R., & Novianti (2009), perdagangan dapat dilakukan antar negara yang tidak memiliki keunggulan absolut pada kedua komoditas yang diperdagangkan dengan melakukan spesialisasi produk yang kerugiannya absolutnya lebih kecil atau memiliki keunggulan komparatif. Hal ini disebut Hukum Keunggulan Komparatif (*Law of Comparative Advantage*). Keunggulan

komparatif dibedakan atas *cost comparative advantage* (labor efficiency) dan *production comparative advantage* (labor productivity). *Cost Comparative* menekankan bahwa keunggulan komparatif jika suatu negara memproduksi suatu barang yang membutuhkan sedikit jumlah jam tenaga dibandingkan negara lain sehingga terjadi efisiensi produksi. Sedangkan *Production Comparative* menekankan bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika seseorang tenaga kerja di suatu negara dapat memproduksi lebih banyak suatu barang/jasa dibandingkan negara lain sehingga tidak memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak.

Keunggulan kompetitif secara umum merupakan keunggulan yang lebih luas mencakup keunggulan harga, kualitas, strategi dan *policy*. Keunggulan komparatif merupakan kunci dari efisiensi produksi, pemasaran, dan bagaimana memprediksi apayang diinginkan konsumen atau meingkatkan kepuasan konsumen. Menurut Porter, dalam persaingan global suatu negara atau bangsa disebut memiliki *competitive advantage of nation* dapat bersaing di pasar internasional jika memiliki empat faktor utama, yaitu kondisi faktor (*factor contion*), kondisi permintaan (*demand condition*), industri terkait dan industri pendukung (*related and supporting industry*) dan persaingan dan strategi industri (*firm strategy, structure and rivalry*). Di samping empat faktor utama tersebut, terdapat dua faktor pendukung yang memengaruhi interaksi keempat faktor tersebut, yaitu faktor kesempatan (*chance event*) dan faktor pemerintah(*government*). Secara bersama-sama faktor-faktor tersebut membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan daya saing yang dikenal sebagai Porter's Diamo.

2.5 Ekspor

Ekspor adalah penjualan barang ke luar negeri dengan menggunakan sistem pembayaran, kualitas, kuantitas, dan syarat penjualan lainnya yang telah disetujui oleh pihak eksportir dan importir. Permintaan ekspor adalah jumlah barang atau jasa yang diminta untuk diekspor dari suatu negara ke negara lain. Proses ekspor pada umumnya adalah tindakan untuk mengeluarkan barang atau komoditas dari dalam negeri untuk memasukkannya ke negara lain (Sukirno, 2010). Menurut Mankiw (2006) ekspor adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu di jual di luar negeri.

Menurut Mankiw (2006), berbagai faktor yang dapat mempengaruhi ekspor, impor, dan ekspor neto suatu negara, meliputi : (1) selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam dan luar negeri, (2) harga barang-barang di dalam dan luar negeri, (3) kurs yang menentukan jumlah mata uang domestik yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing, (4) pendapatan konsumen di dalam dan luar negeri, (5) ongkos angkutan barang antarnegara, dan (6) kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional. Adanya kegiatan ekspor memberikan keuntungan bagi negara-negara yang melakukan ekspor, manfaat dari kegiatan ekspor (Sukirno, 2010) yaitu : (1) memperluas pasar bagi produk Indonesia, (2) menambah devisa negara, dan (3) memperluas lapangan pekerjaan.

Mankiw (2006) menjelaskan kegiatan ekspor terbagi menjadi dua yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Ekspor langsung yaitu menjual barang atau jasa melalui eksportir yang bertempat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Penjualan dilakukan melalui distributor dan perwakilan penjualan perusahaan.

Keuntungannya, produksi terpusat di negara asal dan kontrol terhadap distribusi lebih baik. Kelemahannya, biaya transportasi lebih tinggi untuk produk dalam skala besar dan adanya hambatan perdagangan serta proteksionisme. Ekspor tidak langsung yaitu teknik dimana barang dijual melalui perantara/eksportir negara asal kemudian dijual oleh perantara tersebut (melalui perusahaan manajemen ekspor). Kelebihannya, sumber daya produksi terkonsentrasi dan tidak perlu menangani ekspor secara langsung. Kelemahannya, kontrol terhadap distribusi dan pengetahuan terhadap operasi di negara lain kurang.

2.6 Teori Keunggulan Absolut

Teori keunggulan absolut pertama kali dikemukakan oleh Adam Smith pada tahun 1776. Adam Smith mengatakan bahwa dalam perdagangan bebas, setiap negara dapat menspesialisasikan diri dalam memproduksi komoditas yang memiliki keunggulan mutlak (absolut) dan mengimpor komoditi yang memperoleh kerugian mutlak. Teori ini juga mengungkapkan suatu negara akan menghendaki adanya perdagangan antarbangsa jika kedua negara yang melakukan pertukaran atau perdagangan saling memperoleh keuntungan. Jika suatu negara lebih efisien dan memiliki keunggulan absolut daripada negara lain dalam memproduksi komoditi lainnya, maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan cara melakukan spesialisasi dalam memproduksi suatu komoditi. Melalui kegiatan ini, sumber daya di kedua negara ini dapat digunakan dalam cara yang paling efisien (Salvatore, 1997).

Adam Smith percaya bahwa seluruh negara dapat menikmati keuntungan dengan adanya perdagangan antarnegara. Smith menganjurkan, kebijakan *laissez faire* (yaitu suatu kebijakan yang menyarankan sesedikit mungkin intervensi pemerintah terhadap perekonomian). Melalui perdagangan internasional, sumber daya yang dimiliki dunia dapat digunakan secara efisien dan dapat memaksimalkan kesejahteraan seluruh dunia. Teori keunggulan absolut sendiri lebih mendasar pada besaran atau variabel riil, bukan moneter. Teori ini lebih dikenal dengan nama teori murni (*pure theory*) perdagangan internasional. Terdapat beberapa asumsi dalam teori keunggulan absolut (Ekananda, 2014), yaitu:

1. Hanya terdapat dua negara (*bilateral*)
2. Terdapat perdagangan bebas (*free trade*)
3. Adanya mobilitas tenaga kerja yang sempurna (*perfect mobility*), biaya produksi konstan, tidak ada biaya transportasi
4. Teknologi tetap
5. Menggunakan terapan teori nilai tenaga kerja

2.7 Teori Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo merupakan penyempurnaan dari teori keunggulan absolut Adam Smith. David berpendapat bahwa perdagangan internasional dapat terjadi meskipun salah satu negara tidak mempunyai keuntungan absolut, selama rasio harga di kedua negara masih berbeda jika dibandingkan dengan tidak ada perdagangan. Teori ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional dapat saling menguntungkan jika salah satu negara tidak memiliki keunggulan absolut (atas suatu komoditi seperti

yang diungkapkan oleh Adam Smith), namun cukup memiliki keunggulan komparatif (yaitu harga untuk suatu komoditi di negara yang satu dengan yang lainnya relatif berbeda). Perdagangan dalam konteks dua negara dan dua komoditas terjadi jika salah satu negara telah ditetapkan memiliki keunggulan komparatif dalam suatu komoditas, maka negara lainnya harus dianggap memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas yang berbeda (Salvatore, 1997).

Teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian hari mengekspor suatu barang yang memiliki keuntungan komparatif (*comparative advantage*) terbesar dan mengimpor barang yang merupakan kerugian komparatif (*comparative disadvantage*). Negara akan memproduksi suatu barang yang dapat diproduksi dengan lebih murah atau efisien dan negara akan mengimpor barang yang jika diproduksi sendiri memakan ongkos yang besar (Salvatore, 1997).

Asumsi yang mendasari hukum keunggulan komparatif oleh David Ricardo (Oktaviani dan Novianti, 2014) yaitu:

1. Hanya terdapat dua negara dan dua komoditas atau barang
2. Kondisi perdagangan bersifat *free trade* (tanpa intervensi pemerintah)
3. Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara
4. Biaya produksi konstan dan biaya transportasi diabaikan
5. Tidak ada perubahan teknologi
6. Menggunakan teori nilai tenaga kerja

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dijelaskan seperti Ridwan (2015) judul Daya Saing Komoditas Kakao Indonesia dalam Perdagangan Internasional melakukan penelitian ini Indonesia perlu fokus pada produk kakao yang memiliki daya saing tertinggi agar mampu terus bersaing dengan negara-negara kompetitor utama dalam perdagangan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing biji kakao Indonesia dengan beberapa produk turunannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian dimulai dengan menganalisis struktur pasar kakao dalam perdagangan internasional, hasilnya menunjukkan bahwa struktur pasar biji kakao, lemak kakao, pasta kakao dan bubuk kakao tergolong ke dalam oligopoli. Metode RCA (Revealed Comparative Advantage) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk biji kakao, pasta kakao dan lemak kakao ($RCA > 1$). Metode ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kecenderungan sebagai negara net exporter untuk biji kakao, pasta kakao dan lemak kakao. Metode EPD (Export Products Dynamic) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi untuk biji kakao, pasta kakao, lemak kakao dan bubuk kakao. Menurut analisis EPD, Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi untuk keseluruhan produk kakao yang diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Fariyanti, A., Rifin, A. (2015) dengan judul Kakao merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan ekspor Indonesia. Pasar kakao memiliki potensi yang besar dilihat dari peningkatan konsumsi dunia, sehingga Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Tujuan

penelitian ini adalah menganalisis daya saing perdagangan biji kakao dan kakao olahan Indonesia di pasar internasional serta hubungan daya saing antar negara eksportir kakao. Dengan menggunakan *Reavealed Comparative Advantage* (RCA), dan Korelasi Rank Spearman, hasil analisis menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif sebagai eksportir biji kakao dan kakao olahan di pasar internasional, tertinggi untuk biji kakao dan terendah untuk kakao pasta; Indonesia juga memiliki korelasi yang signifikan di beberapa negara untuk pasar biji kakao (Ghana) dan kakao pasta (Belanda dan Malaysia), korelasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan daya saing yang cukup tinggi antara Indonesia dengan negara eksportir tersebut dalam perebutan pangsa pasar dunia.

Penelitian ini oleh Natanegara, R. P., (2016) Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Program Studi Agribisnis, FST yang berjudul Analisis Daya Saing Ubi Kayu Olahan Indonesia di Pasar Internasional *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Herfindahl Index* (HI), *Concentration Ratio* (CR), *X-Model Product Export Potential*, dan Analisis Berlian Porter Struktur pasar komoditas gapek dan pati ubi kayu dunia yaitu pasar oligopoli cenderung bersifat monopoli dengan konsentrasi pasartinggi. Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas gapek, pati ubikayu, dan tapioka, namun setiap tahun cenderung negatif. Indonesia memiliki keunggulan kompetitif untuk komoditas gapek dan tapioka, sementara pati ubi kayu memiliki daya saing yang rendah.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Sari, E. N., (2017) Skripsi Institut Pertanian Bogor, Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen judul yaitu Analisis Daya Saing Kakao dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*, *Gravity Model*, *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, dan *Export Product Dynamics (EPD)* Sebagian besar posisi perdagangan komoditas biji kakao, lemak kakao, dan pasta kakao Indonesia baik saat sebelum atau sesudah adanya kebijakan Bea Keluar (BK) berada pada tahap kematangan di negara tujuan ekspor, faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor yaitu GDP riil per kapita negara tujuan, nilai tukar riil negara tujuan, jarak ekonomi, harga ekspor, dan kebijakan BK. Sebagian besar posisi biji kakao turun dari Rising Star menjadi Retreat, pasta kakao hanya di Jerman yang tetap berada di posisi Rising Star, dan lemak kakao hanya di Estonia yang tetap berada di Rising Star.

Dalam penelitian Suharyono, T. A. U., & Edy. (2018) Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 62. No.2 judul Analisis Daya Saing Ekspor Biji dan Produk Olahan Kakao Indonesia (Periode Tahun 2012-2016) *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)* Hasil RCA kakao Indonesia yaitu kulit, pasta, lemak, dan bubuk kakao memiliki keunggulan komparatif yang kuat, sedangkan biji kakao dan coklat keunggulan komparatifnya lemah. Nilai ISP menunjukkan Indonesia lebih sebagai negara pengekspor untuk kulit, pasta, lemak, dan bubuk kakao. Untuk biji kakao dan coklat, Indonesia cenderung sebagai negara pengimpor.

Penelitian ini dilakukan oleh Hanafi, R. U., & Tinaprilla, N. (2017) Jurnal Forum Agribisnis Vol. 7 No.1 Hal. 1-20 yang berjudul Daya Saing Komoditas Kakao Indonesia di Perdagangan Internasional *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI), *Concentration Ratio* (CR), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP) dan *Export Product Dynamics* (EPD). Struktur pasar biji kakao adalah monopoli, sedangkan pasta, lemak, dan bubuk kakao adalah oligopoli. Indonesia terspesialisasi sebagai negara eksportir untuk biji dan olahan kakao. Indonesia memiliki pangsa pasar yang cukup tinggi pada biji dan lemak, lalu pasta, dan terakhir bubuk kakao. Seluruh komoditas kakao memiliki keunggulan komparatif kecuali bubuk kakao. Untuk keunggulan kompetitif, seluruh komoditas kakao Indonesia memiliki daya saing.

Penelitian terdahulu oleh Doni (2019) Berjudul Analisis daya saing ekspor biji kakao indonesia & malaysia. Indonesia merupakan penghasil kakao terbesar ketiga di dunia. Sebagian besar kakao dijual dengan ekspor. Maka pemerintah menerapkan peraturan yang membatasi ekspor kakao. Menurunnya ekspor kakao mengakibatkan turunnya produksi kakao. Maka diperlukan analisis tentang daya saing perdagangan kakao. Tujuan tulisan ini adalah menganalisis daya saing ekspor biji kakao (kode HS 18010) Indonesia ke pasar Malaysia serta menganalisis kebijakan perdagangan kakao Indonesia. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan data sekunder dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan diperoleh dari Direktorat Jenderal Perkebunan, Badan Pusat Statistik, *International Trade Statistics Database (UN Comtrade)* serta penelitian-penelitian terdahulu yang dianalisis dengan menggunakan *Revealed Comparative*

Advantage (RCA). Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata RCA biji kakao Indonesia ke Malaysia dari tahun 1991 – 2017 adalah sebesar 22, artinya Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang relatif tinggi. Namun, pada periode 2011 – 2017, nilai RCA cenderung menurun karena tidak banyaknya pengolahan kakao di Indonesia sehingga komoditas yang di ekspor hanya mengandalkan hasil primer berupa biji kakao. Nilai ekspor biji kakao sebagai bahan mentah menjadi faktor yang memengaruhi nilai ekspor yang rendah karena produk tidak diolah sehingga tidak memiliki nilai yang lebih tinggi. Daya saing ekspor biji kakao Indonesia di pasar internasional dengan negara tujuan Malaysia secara keseluruhan masih memiliki keunggulan komparatif karena biayanya yang rendah dibandingkan negara lain sehingga Indonesia mampu bersaing.

Penelitian oleh Naila & Masahid. (2023) Kakao berjudul Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Internasional memegang peranan penting sebagai komoditas perkebunan subsektor pertanian dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Selain minyak dan gas, kakao juga menjadi salah satu komoditas penting penghasil devisa negara ekspor Indonesia. Peningkatan daya saing ekspor kakao Indonesia akan membawa manfaat ekonomi yang signifikan, termasuk peningkatan pendapatan petani, pertumbuhan industri, dan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji tingkat daya saing kakao Indonesia dengan pasar internasional serta mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor kakao Indonesia di pasar internasional. Metode dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang memiliki cakupan dataglobal. Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS),

databoks, *UN Comtrade*, *DITJENBUN*, Trademap, dan *International Cocoa Organization (ICCO)*. Untuk menilai daya saing kakao Indonesia di pasar global, data diolah secara kuantitatif dengan menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. Kemudian dilanjutkan dengan analisis Regresi Linier Berganda yang mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi daya saing ekspor kakao Indonesia di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat daya saing ekspor kakao Ekuador dan Nigeria jauh di atas Indonesia. Namun, karena Indonesia memiliki nilai RCA rata-rata 1.960, maka Indonesia lebih berdaya saing dibandingkan negara lain yang mengekspor biji kakao, seperti Jerman dan Kolombia. Volume Ekspor Kakao Indonesia dunia adalah satu-satunya faktor yang secara signifikan mempengaruhi hasil dengan nilai Sig. 0,000 dan nilai t hitung 7,884. Harga ekspor kakao dan nilai tukar AS tidak memiliki dampak yang terlihat. Daya saing kakao Indonesia harus ditingkatkan, demikian pula bantuan dan keterlibatan pemerintah, termasuk diseminasi teknologi budidaya kepada petani kakao.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Dahlia & Iskandar. (2014) Berjudul Daya saing ekspor kakao olahan Indonesia Indonesia merupakan penghasil kakao terbesar ketiga di dunia. Sebagian besar kakao di ekspor keluar negeri. Maka pemerintah menerapkan peraturan yang membatasi ekspor kakao. Menurunnya ekspor kakao mengakibatkan turunnya produksi kakao. Maka diperlukan analisis tentang daya saing kakao olahan di pasar dunia. Penelitian bertujuan menalisis daya saing kakao olahan Indonesia di pasar dunia dan persaingan antar negara pengeksport kakao olahan di pasar dunia. Metode yang digunakan adalah *Revealed*

Comparative Advantage (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan dan Model Almost Ideal Demand System. Dari penelitian diketahui bahwa Indonesia memiliki daya saing tinggi untuk komoditas kakao pasta (Nilai Rata-Rata RCA 1,79), kakao butter (5,48) dan kakao bubuk (2,46), sedangkan cokelat Indonesia belum memiliki daya saing (0,23). Daya saing kakao pasta Indonesia dibawah Pantai Gading (Nilai Rata-Rata RCA 276,86), Belanda (4,94) dan Malaysia (2,46), lebih tinggi dari Jerman (1,09). Dalam kakao butter Indonesia diatas Perancis (2,02), namun dibawah Pantai Gading (91,67), Belanda (9,27) dan Malaysia (7,09). Sedangkan kakao bubuk dibawah Belanda (11,49) dan Malaysia (5,18), tapi diatas Spanyol (2,26) dan Jerman (0,74). Indeks Spesialisasi Perdagangan menjelaskan Indonesia di tahap matang. Pada kakao butter Indonesia dan Pantai Gading merupakan net eksportir. Sedangkan kakao bubuk Indonesia Belanda, Malaysia, Spanyol, dan Jerman berada pada tahap perluasan ekspor. Pasar dunia memandang bahwa kakao pasta Belanda dan Indonesia saling melengkapi sementara kakao pasta Jerman dan Indonesia saling bersubstitusi. Sedangkan kakao *butter* Indonesia dan Belanda saling berkomplementer. Oleh karena itu Indonesia perlu meningkatkan kualitas kakao pasta dan bubuk dan tetap memberlakukan bea agar sebagian besar kakao dapat diolah sendiri sehingga dapat menaikkan nilai tambah.

Penelitian selanjutnya Luthfi (2014). Berjudul Analisis daya saing ekspor kakao indonesia. Kakao merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia dengan adanya tenaga kerja dan luas lahan yang memadai, Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga didunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Ekspor kakao Indonesia masih didominasi oleh biji kakao mentah tanpa

adanya fermentasi, sedangkan untuk meningkatkan nilai jual biji kakao harus melewati tahap fermentasi. Pemerintah harus memberi perhatian lebih terhadap komoditi pertanian untuk terwujudnya peningkatan produktivitas hasil pertanian karena pertanian merupakan subsektor andalan yang menyumbang besar devisa negara. Dengan demikian diharapkan daya saing kakao Indonesia akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, Indonesia memiliki kekuatan daya saing dan keunggulan komparatif pada komoditas kakao, dibuktikan dengan perhitungan metode *Revealed Competitive Advantage* (RCA) yang memiliki nilai lebih besar dari 1 dan disempurnakan dengan metode *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) yang nilainya lebih besar dari 0. Untuk mendorong nilai tambah pada ekspor kakao, pemerintah perlu melakukan perbaikan infrastruktur serta riset.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Yakni dengan cara mengumpulkan data-data yang dibutuhkan guna menggambarkan situasi atau keadaan variabel. Kemudian dianalisis untuk hasilnya digunakan sebagai literatur yang dapat dijadikan perbandingan dengan literatur yang telah ada. Metode deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran daya saing lemak kakao Indonesia.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang di peroleh adalah dikumpulkan melalui hasil- hasil dokumentasi dari data data di website kementerian Pertanian, BPS dan lainnya. Digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder *time sires* (data tahunan) dengan rentang tahun, selama tahun terakhir 2019 – 2023. Data diambil berkaitan dengan komoditas lemak kakao seperti data jumlah ekspor dan impor data produksi lemak kakao

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Kementerian Perdagangan (Kemendag), *Food and Agriculture Organization* (FAO), *United Nation Commodity Comtrade* (UN Comtrade dan Knoema yang diakses melalui jaringan internet. Sumber informasi lainnya juga diperoleh dari literatur, baik laporan hasil penelitian atau jurnal, buku dan artikel. Data time series yang digunakan dalam penelitan ini adalah selama 5 tahun, yaitu dari tahun 2019– 2023.

3.4 Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan industri lemak kakao dan beberapa produk antara yang dihasilkannya, kendala-kendala yang dihadapi dan potensinya terhadap pasar internasional. Metode deskriptif berperan dalam mendorong pemahaman awal pembaca terkait kakao Indonesia dan juga berperan dalam menjelaskan hasil analisis data kuantitatif. Metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis daya saing kakao secara umum, biji kakao dan tiga produk antara yang dihasilkannya (lemak kakao, pasta kakao dan bubuk kakao) adalah *Revealed Comparative Advantage*(RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

3.5 Revealed Comparative Advantage (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk menentukan keunggulan komparatif atau daya saing komoditas suatu negara di pasar dunia. Dalam analisis ini akan dihitung RCA dari beberapa negara ekspor utama biji kakao dan produk antaranya sehingga keunggulan komparatifnya dapat diperbandingkan. Secara matematis RCA dirumuskan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Dimana :

X_{ij} : Nilai ekspor Indonesia terhadap komoditas j ke negara i

X_{it} : Total nilai ekspor Indonesia ke negara i

W_j : Nilai ekspor komoditas j di dunia

W_t : Total nilai ekspor dunia

Bila nilai RCA yang ditunjukkan hasilnya $RCA < 1$ atau sampai mendekati 0, maka keunggulan komparatif atau daya saing komoditas tersebut rendah. Sedangkan jika nilai $RCA > 1$ maka daya saingnya tinggi, semakin tinggi nilai RCA maka semakin tinggi pula keunggulan komparatif atau daya saingnya. Keunggulan metode RCA adalah mengurangi dampak campur tangan pemerintah sehingga dapat dilihat keunggulan komparatif yang jelas suatu komoditas. Sedangkan kelemahannya adalah RCA menganggap suatu negara mengeskpor semua komoditas, tidak mampu menjelaskan apak pola perdagangan yang terjadi sudah optimal dan tidak dapat memprediksi produk-produk yang berpotensi di masa yang akan datang.

3.6 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

ISP digunakan untuk menganalisis posisi atau tahap perkembangan suatu produk sehingga dapat dilihat kecenderungan suatu negara apakah sebagai eksportir atau importir. Secara matematis ISP dirumuskan sebagai berikut :

$$ISP = \frac{Xi - Mi}{Xi + Mi}$$

Dimana:

X_i : Nilai ekspor produk i

M_i : Nilai impor produk i

ISP akan mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu produk dalam perdagangan ke dalam 5 tahap, yaitu :

1. Pengenalan, nilai ISP antara -1 sampai -0.5.
2. Substitusi impor, nilai ISP antara -0.50 sampai 0.00.
3. Pertumbuhan, nilai ISP antara 0.01 sampai 0.80.
4. Kematangan, nilai ISP 0.81 sampai 1.00.
5. Kembali mengimpor, nilai ISP menurun 1.00 sampai 0



3.7 Definisi Dan Batasan Operasional

Definisi Operasional digunakan untuk menyamakan pemahaman konsep dan definisi variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Ekspor lemak kakao nasional adalah jumlah kuantitas lemak kakao yang ekspor tujuan utama pada periode tertentu dalam satuan ton.
2. Harga Ekspor lemak kakao adalah harga ekspor dalam \$/ton.
3. Tarif ekspor adalah pajak atau yang dikenakan untuk setiap komoditas impor negara lainnya.
4. Keunggulan Komparatif adalah keunggulan yang dimiliki negara ketika mampu memproduksi suatu barang secara lebih efisien lebih baik dibanding barang lainnya. Keunggulan kompetitif adalah fitur unik dari perusahaan negara dan produknya dianggap memiliki sesuatu yang signifikan.
5. Daya Saing adalah kemampuan keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Perkembangan Luas Areal Kakao Indonesia

Luas areal kakao di Indonesia terus mengalami penurunan selama periode 2019 hingga 2023. Berdasarkan data dari Outlook Kakao 2023, luas areal kakao pada tahun 2019 tercatat sebesar 1.560.944 hektar. Luas ini mengalami penurunan bertahap setiap tahun hingga mencapai 1.389.994 hektar pada tahun 2023 (angka estimasi). Penurunan ini mencerminkan laju penurunan rata-rata sebesar -2,86% per tahun selama periode tersebut. Faktor-faktor utama yang memengaruhi penurunan ini antara lain alih fungsi lahan, alih komoditas, dan penurunan minat petani akibat rendahnya produktivitas serta fluktuasi harga kakao.

Tabel 3. Perkembangan Luas Areal Kakao Indonesia 2019–2023

Tahun	Luas Areal (Ha)	Penurunan (%)
2019	1,560,944	-
2020	1,508,955	-3,33%
2021	1,460,396	-3,22%
2022	1,442,403	-1,23%
2023	1,389,994	-3,63%

Sumber: Data Outlook Kakao, 2023

4.2 Perkembangan Produksi dan Produktivitas Kakao Indonesia

Produksi kakao di Indonesia mengalami fluktuasi signifikan selama periode 2014–2023. Berdasarkan data dari *Outlook Kakao 2023*, produksi pada tahun 2014 tercatat sebesar 728.414 ton dan diperkirakan mencapai 692.168 ton pada tahun 2023. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2018, mencapai 767.280 ton, sementara

produksi terendah tercatat pada tahun 2017 dengan angka 590.683 ton. Tren fluktuatif ini disebabkan oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk tantangan agronomis, perubahan iklim, serta dinamika pasar.

Penurunan produksi terbesar terjadi pada Perkebunan Besar Negara (PBN) dengan rata-rata penurunan sebesar 25,50% per tahun, diikuti oleh Perkebunan Besar Swasta (PBS) dengan rata-rata 18,85% per tahun. Sebaliknya, Perkebunan Rakyat (PR), yang memberikan kontribusi dominan sebesar 97,68% terhadap total produksi nasional, mencatat sedikit peningkatan rata-rata sebesar 0,84% per tahun. Namun, dominasi PR juga membawa tantangan tersendiri, mengingat sebagian besar petani kecil menghadapi keterbatasan dalam akses teknologi, input agronomis, dan pembiayaan.

Penurunan produksi secara keseluruhan juga dipengaruhi oleh serangan hama dan penyakit yang belum terkelola dengan baik, seperti Penggerek Buah Kakao (PBK) dan Vascular-Streak Dieback (VSD). Selain itu, rendahnya penerapan teknologi modern, usia tanaman yang sudah tua, dan kualitas benih yang tidak optimal turut berkontribusi pada penurunan produksi di berbagai sentra kakao nasional.

Produktivitas kakao nasional juga menunjukkan tren menurun selama periode 2014–2023, dengan rata-rata penurunan sebesar 0,48% per tahun. Produktivitas pada tahun 2014 tercatat sebesar 803 kg/ha, namun menurun menjadi 764 kg/ha pada tahun 2023. Penurunan ini mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam semua jenis status perusahaan:

1. Perkebunan Rakyat (PR): Penurunan rata-rata sebesar 0,43% per tahun.
2. Perkebunan Besar Negara (PBN): Penurunan tajam sebesar 7,33% per tahun.
3. Perkebunan Besar Swasta (PBS): Penurunan rata-rata sebesar 8,52% per tahun.

Rendahnya produktivitas kakao nasional sebagian besar disebabkan oleh teknik budidaya yang belum optimal, kurangnya penyuluhan kepada petani terkait penerapan *Good Agricultural Practices* (GAP), serta keterbatasan akses terhadap sarana produksi seperti pupuk, pestisida, dan alat-alat *modern*. Selain itu, degradasi lahan akibat pengelolaan yang tidak berkelanjutan turut memperburuk produktivitas kakao di beberapa wilayah.

Tabel 4. Perkembangan Produktivitas Lemak Kakao Indonesia 2019–2023

Tahun	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha)
2019	734,797	721
2020	720,661	723
2021	688,210	723
2022	667,296	715
2023	692,168	764

Sumber: Data Outlook Kakao, 2023

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi sektor kakao nasional, pemerintah dan pemangku kepentingan telah mengimplementasikan berbagai strategi guna meningkatkan produksi dan produktivitas, antara lain:

1. Program peremajaan dilakukan dengan mengganti tanaman tua yang sudah tidak produktif dengan varietas unggul yang memiliki produktivitas tinggi dan tahan terhadap hama serta penyakit. Pada tahun 2023, telah dilakukan peremajaan pada lahan seluas 1.350 hektar, sementara intensifikasi dilakukan pada lahan seluas 4.800 hektar.
2. Penerapan sistem pengendalian hama terpadu (Integrated Pest Management/IPM) dilakukan untuk mengatasi serangan PBK dan VSD. Upaya ini melibatkan pelatihan petani dalam pengelolaan pestisida yang efektif dan ramah lingkungan.
3. Distribusi benih unggul seperti Sulawesi 1, Sulawesi 2, dan ICCRI 04 dilakukan secara masif untuk meningkatkan produktivitas serta kualitas kakao. Varietas ini terbukti memiliki daya tahan terhadap penyakit utama kakao.
4. Program pelatihan dan penyuluhan kepada petani mengenai teknik budidaya modern, pemangkasan, dan pemupukan yang efisien terus dilakukan. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan adopsi teknologi di tingkat petani kecil.
5. Upaya diversifikasi dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah kakao Indonesia melalui pengembangan produk turunan seperti lemak kakao, bubuk kakao, dan coklat olahan. Langkah ini juga diharapkan dapat memperluas pasar domestik dan internasional.

Meskipun produksi dan produktivitas kakao Indonesia mengalami fluktuasi selama beberapa tahun terakhir, strategi yang terfokus pada peremajaan tanaman, penggunaan varietas unggul, pengendalian hama, serta pelatihan petani memberikan harapan positif bagi sektor ini. Dengan sinergi antara pemerintah, swasta, dan petani, Indonesia berpotensi untuk meningkatkan daya saing kakao di pasar global dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional.

4.3 Perkembangan Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia

4.3.1 Perkembangan Volume Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia

Volume ekspor lemak kakao Indonesia cenderung stabil dengan fluktuasi kecil selama lima tahun terakhir. Sementara itu, volume impor meningkat secara signifikan, menandakan ketergantungan pada pasokan luar negeri untuk memenuhi kebutuhan industri lokal.

Tabel 5. Perkembangan Volume Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia (2019–2023)

Tahun	Volume Ekspor (Kg)	Volume Impor (Kg)
2019	144,985,417.4	2,098,142
2020	144,489,832.9	715,966
2021	142,247,103	1,507,082
2022	153,965,242.2	3,024,114
2023	136,804,104.9	1,133,168

Sumber: Data UN Comtrade 2019–2023

Ekspor tertinggi tercatat pada tahun 2019, dengan volume mencapai 144,985,417.4 kg. Pada tahun 2023, volume ekspor mengalami penurunan menjadi 136,804,104.9 kg, yang sebagian besar disebabkan oleh fluktuasi permintaan

global. Sementara itu, volume impor mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2022 mencapai 3,024,114 kg, mencerminkan tingginya kebutuhan bahan baku di dalam negeri.

4.3.2 Perkembangan Nilai Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia

Nilai ekspor lemak kakao mencerminkan stabilitas perdagangan internasional Indonesia, meskipun fluktuasi nilai terjadi akibat perubahan harga pasar global. Nilai impor menunjukkan tren peningkatan, sejalan dengan peningkatan volume impor.

Tabel 6. Perkembangan Nilai Ekspor dan Impor Lemak Kakao Indonesia (2019–2023)

Tahun	Nilai Ekspor (USD)	Nilai Impor (USD)
2019	785,448,235.8	11,852,944
2020	790,989,872.4	4,181,552
2021	668,824,502	6,947,586
2022	636,335,804	12,170,645
2023	626,855,535	4,811,294

Sumber: Data UN Comtrade 2019–2023

Nilai ekspor tertinggi tercatat pada tahun 2020, dengan total USD 790,989,872.4, didorong oleh permintaan internasional yang kuat, terutama dari pasar Eropa dan Amerika Serikat. Sementara itu, nilai impor tertinggi tercatat pada tahun 2022, sebesar USD 12,170,645, yang menunjukkan peningkatan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya.

4.4 Negara Pesaing Indonesia Dalam Ekspor Lemak Kakao

Indonesia merupakan salah satu eksportir utama lemak kakao di pasar internasional. Meskipun memiliki keunggulan dalam produksi dan ekspor, Indonesia menghadapi persaingan ketat dari berbagai Negara produsen kakao lainnya. Kompetitor utama ini memiliki keunggulan dalam berbagai aspek seperti harga, kualitas produk serta akses pasar.

Pantai Gading dan Ghana merupakan dua Negara penghasil kakao di dunia yang memiliki posisi kuat dalam pasar kakao global karena produksi kakao dalam jumlah besar dan berkelanjutan, kualitas biji kakao yang lebih baik karena system fermentasi yang lebih maju dan dukungan kebijakan pemerintah yang mendukung ekspor kakao olahan. Menurut penelitian oleh Wulandari dan Widjojoko (2021) Indonesia masih kalah dalam ekspor biji kakao dibandingkan Pantai Gading dan Ghana tetapi memiliki keunggulan dalam ekspor produk olahan seperti lemak kakao.

Malaysia adalah pesaing utama Indonesia dalam ekspor produk olahan kakao termasuk lemak kakao dimana letak keunggulan Malaysia terletak pada teknologi pengolahan kakao yang lebih maju, kebijakana ekspor yang mendukung industry hilir kakao dan akses yang lebih baik ke pasar intenasional terutama Uni Eropa dan Amerika Serikat. Penelitian oleh Yudyanto dan Hastiadi (2019) menunjukkan bahwa kebijakan ekspor Indonesia terhadap biji kakao memberikan keuntungan bagi Malaysia dalam meningkatkan ekspor produk olahan kakao.

Negara-negara Eropa, seperti Belanda, Jerman, dan Belgia, merupakan pusat utama pengolahan kakao di dunia. Mereka bukan hanya sebagai eksportir produk olahan kakao, tetapi juga sebagai pesaing Indonesia dalam ekspor lemak kakao ke berbagai negara lain. Faktor-faktor yang membuat mereka kompetitif antara lain, teknologi pengolahan yang sangat canggih, akses langsung ke pasar konsumen terbesar di dunia dan regulasi perdagangan yang mendukung ekspor produk bernilai tambah tinggi. Menurut penelitian oleh Ramadhani et al. (2021), meskipun Indonesia memiliki keunggulan dalam ekspor produk kakao ke Jerman, negara-negara Eropa masih memiliki daya saing lebih tinggi dalam produk bernilai tambah tinggi.

Nigeria dan Kamerun juga merupakan negara yang berkembang dalam ekspor kakao dan produknya. Keduanya memiliki keunggulan dalam produksi kakao dengan biaya lebih rendah, kedekatan geografis dengan pasar Eropa dan peningkatan investasi dalam industri pengolahan kakao. Menurut penelitian oleh Augustin et al. (2021), Nigeria dan Kamerun mulai meningkatkan daya saing mereka dalam ekspor lemak kakao dan produk turunannya ke Eropa dan Amerika

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan dapat diambil mengenai daya saing dan posisi perdagangan ekspor lemak kakao Indonesia di negara tujuan utama:

1. Daya saing lemak kakao Indonesia di pasar internasional menunjukkan pola yang bervariasi, tergantung pada negara tujuan. Beberapa negara, seperti Estonia mencatatkan kinerja daya saing yang sangat tinggi menunjukkan dominasi Indonesia di pasar tersebut, kemungkinan jumlah pesaing dari negara lain lebih sedikit sehingga Indonesia bisa lebih dominan.. Di kawasan lain, seperti Eropa (Jerman dan Belanda) daya saing relatif stabil meskipun menghadapi fluktuasi yang bisa disebabkan oleh faktor harga yang masih kompetitif dan rantai pasok yang sudah mapan.. Sebaliknya, di kawasan Asia (India) dan Amerika Serikat, daya saing cenderung lebih rendah dan menunjukkan tantangan yang perlu diatasi untuk mempertahankan pangsa pasar di negara dengan daya saing rendah seperti India dan Amerika Serikat, biaya produksi yang lebih tinggi, pajak impor, atau regulasi perdagangan yang lebih ketat bisa menjadi hambatan bagi ekspor Indonesia..
2. Indonesia secara umum memiliki posisi yang kuat sebagai eksportir lemak kakao di pasar internasional, terutama di negara-negara dengan daya saing tinggi. Namun, posisi ini juga menghadapi tekanan dari persaingan global, terutama di negara-negara dengan daya saing yang menurun. Strategi untuk

memperkuat posisi perdagangan, seperti peningkatan kualitas produk, diversifikasi pasar, dan penguatan kerja sama dagang, diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan ekspor lemak kakao Indonesia.



6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diberikan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing serta posisi perdagangan ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional:

1. Pasar seperti Estonia, Jerman, dan Belanda menunjukkan potensi daya saing yang tinggi berdasarkan hasil analisis RCA. Untuk mempertahankan dan memperkuat posisi di pasar ini, Indonesia perlu memastikan keberlanjutan pasokan produk lemak kakao dengan kualitas tinggi. Selain itu, pengamatan dan analisis berkelanjutan terhadap kebutuhan pasar Eropa diperlukan untuk mengantisipasi perubahan preferensi konsumen dan fluktuasi permintaan.
2. Pasar seperti India dan Amerika Serikat menghadirkan tantangan daya saing yang memerlukan perhatian lebih. Untuk meningkatkan daya saing di kedua pasar ini, strategi yang efektif perlu diimplementasikan guna meningkatkan kesadaran konsumen terhadap keunggulan lemak kakao Indonesia. Selain itu, perlu ditekankan pada pengembangan produk yang lebih kompetitif dalam aspek harga, kualitas, dan keberlanjutan untuk bersaing dengan produsen global lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2015). Strategi Ekspor Kakao Indonesia. *Jurnal Agribisnis dan Perdagangan*, 10(2), 110-125.
- Asmarantaka, RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor : Departemen Agribisnis FEM-IPB.
- Asosiasi Cokelat India. (2022). Laporan Tahunan Konsumsi Cokelat. New Delhi: Asosiasi Cokelat.
- Augustin, N. P., Prasetyo, E., & Santoso, S. I. (2021). *Analisis of Competitiveness and Exsport Trends of Indonesian Cocoa*. *Agricultural Social Economic Journal*.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Statistik Ekspor Komoditas Pertanian Indonesia*.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalization and “revealed” comparative advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123.
- Bank Indonesia. 2021. Laporan Tahunan Perdagangan Internasional Indonesia.
- Basri F, Haris M. 2010. *Dasar-Dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif*. Jakarta (ID): Kencana
- Basri, M. C. (2017). Perjanjian Dagang dan Daya Saing Ekspor. *Jurnal Ekonomi Internasional*, 13(2), 56-69.
- Cargill. (2018). *Chocolate Consumption Trends in the Baltic Region: A Focus on Premium Products*.
- Chacholiades, M. 1978. *International Trade Theory and Policy*. Tokyo (JP): McGraw-Hill Kogakusha, LTD
- Dand, R. (2011). *The International Cocoa Trade*. Woodhead Publishing.
- Direktorat Jenderal Industri Agro. 2010. Road Map Pengembangan Industri Kakao.
- Das, R., & Sharma, V. (2020). Indo-Indonesian trade relations: Opportunities and challenges. *Asian Economic Journal*, 25(4), 45-60.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian RI. 2014. “Market Intelligence” Kakao Andalan Ekspor Indonesia. [Jurnal]. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian
- Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian RI. 2023. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2015. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Primer Perkebunan Tahun 2009-2014. Jakarta (ID).
- Estherhuizen, D. 2006. *Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework*. University of Pretoria.
- European Commission. (2020). *EU food safety standards: Guidelines for exporters*.
- Fahmid, I. M., Wahyudi, D., Salman, I. K., Kariyasa, M., Fahmid, M., Agustian, A., Perdana, R. P., Rachman, B., Darwis, V., & Mardianto, S. (2022). “Downstreaming” Policy Supporting the Competitiveness of Indonesian Cocoa in the Global Market. *Frontiers in Sustainable Food Systems*. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.821330>
- Fauzan, R., & Kusmana, H. (2021). *Keunggulan komparatif produk agribisnis Indonesia di pasar internasional*. *Jurnal Agribisnis Internasional*,

- 5(2), 45–58.
- Firdaus, M., Maulana, A., & Azmi, F. (2019). Faktor Penentu Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 12(1), 45-60.
- Firsya, AF. 2014. Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Aliran Ekspor Komoditas Kakao Olahan Indonesia [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Food and Agriculture Organization. <http://knoema.com/FAOTS2013Sep/trade-statistics-crops-livestockproducts-liveanimal-2013> [Diakses 14 Januari 2015].
- Fountain, A. C., & Huetz-Adams, F. (2021). *Cocoa Barometer 2021: Towards a sustainable cocoa sector*.
- Fountain, A. C., & Huetz-Adams, F. (2021). *The German Market's Shift Towards Sustainability: Implications for Cocoa Exports*.
- Ganesan, V., Kumar, S., & Malhotra, R. (2020). Trade Barriers and Growth of Cocoa Derivatives in India. *Journal of Agricultural Trade Policy*, 14(3), 122-137.
- Gonarsyah, I. 1987. *Landasan Perdagangan Internasional*. Bogor (ID): IPB. Hady, H.
- Gräfen, C., Müller, J., & Friedrich, H. (2020). Trends in Sustainable Cocoa Consumption in Germany. *Sustainability Science*, 15(4), 678-692.
- Gupta, P., & Ghosh, S. (2021). Changing dietary patterns and the rise of chocolate consumption in India. *Journal of Consumer Research*, 34(3), 215-228.
- Hakim, A., & Nurhayati, D. (2020). Konsistensi Permintaan Produk Agribisnis di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Agribisnis Internasional*, 17(2), 45-60.
- Handoko, B. (2017). Standar Sertifikasi dan Daya Saing Kakao di Pasar Eropa. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 9(1), 75-89.
- Handoko, S., & Permata, D. (2019). Stabilitas Permintaan Produk Agribisnis di Pasar Internasional. *Jurnal Pemasaran Global*, 15(2), 34-45.
- Haryanto, T. (2020). Kebijakan Perdagangan dan Daya Saing Produk Kakao di Pasar Uni Eropa. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 8(2), 101-115.
- Hasibuan AM, Rita N, Agus W. 2012. Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Olahan Indonesia di Pasar Internasional. 3(1): 57-70.
- Hatzigeorgiou, A. (2019). The role of trade specialization in global commerce. *International Economics Journal*, 45(3), 223-240.
- Hayami, Y. et al. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Perspective from A Sunda Village*. CGPRT Bogor. Ch. 6. pp.40-46.
- Hendrawan, B. (2019). Stabilitas Permintaan Produk Kakao di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 10(3), 45-56.
- Hernandez, R., & Spencer, P. (2020). The effects of trade policies on cocoa exports. *Journal of Agricultural Economics*, 45(2), 123–135.
- ICCO. (2020). *Cocoa Supply Chain Analysis: Sustainability and Consumer Trends in the US Market*. International Cocoa Organization.
- ICCO. (2021). *Cocoa market trends in Europe*. International Cocoa Organization.
- Is, I. 2008. *Dayasaing Kakao Indonesia di Pasar Internasional*. [Skripsi]. Bogor

- (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Iskandar, R. (2016). Keunggulan Komparatif dan Stabilitas Perdagangan Internasional. *Jurnal Perdagangan Global*, 10(3), 34-48
Jakarta (ID): Kementerian Perindustrian Kementerian Pertanian Indonesia.
- Kartika, S. (2021). Fluktuasi Pasar Kakao Akibat Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Global*, 15(1), 32-47.
- Kementerian Perdagangan Indonesia. 2004. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*. Jakarta (ID): Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kementerian Perdagangan RI. 2020. Analisis Ekspor dan Impor Indonesia.
- Kementerian Perdagangan. 2015. Neraca Perdagangan Indonesia Total Periode 2010-2014. Jakarta (ID).
- Kusuma, A. (2019). Diversifikasi Produk dan Daya Saing di Pasar Internasional. *Jurnal Agribisnis Internasional*, 15(1), 67-81.
- Martinez, L., van Dijk, J., & de Boer, K. (2020). Demand and Consumer Preference for Sustainable Cocoa in the Netherlands. *Journal of Consumer Studies*, 15(4), 345-360.
- Mulyana, D., & Setiawan, B. (2018). Kualitas Produk dan Daya Saing Ekspor Kakao. *Jurnal Ekspor Indonesia*, 9(4), 45-59.
- Nasution, R., Setiawan, B., & Yulianti, R. (2020). Faktor-Faktor Daya Saing Ekspor Lemak Kakao Indonesia. *Jurnal Agribisnis*, 16(2), 98-113.
- Neliti. (2020). "DAYA SAING KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL". *Jurnal Ekonomi Pertanian*.
- Nelson. 2011. *Degradasi Bahan Kering dan Produksi Asam Lemak Terbang In Vitro Pada Kulit Buah Kakao Terfermentasi*. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan Mei 2011*, Vol. XIV, No. 1. Fakultas Peternakan, Universitas Jambi.
- Ng, C. H., Rusman, R., & Darsono, A. (2018). Trends in Cocoa Butter Substitutes: Implications for the US Market. *Food Technology Review*, 12(3), 89-102.
- Nugroho, R., Setiawan, A., & Wibowo, D. (2019). Sustainable trade practices in cocoa exports. *Journal of Agricultural Economics*, 12(4), 112-125.
- Nuraini dan M.E Mahata. 2009. *Pemanfaatan Kulit Buah Kakao Fermentasi Sebagai Pakan Alternatif Ternak di Daerah Sentra Kakao Padang Pariaman*. Laporan Penelitian. Fakultas Peternakan, Universitas Andalas Padang.
- Prabowo, A. (2020). *Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia: Tantangan dan Peluang*. *Jurnal Ekonomi Pertanian*.
- Pratama, Y. (2018). Hubungan Dagang Indonesia-India dalam Produk Agribisnis. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan*, 12(2), 78-92.
- Purnamasari, A., & Harahap, D. (2022). *Dampak pandemi COVID-19 terhadap kinerja ekspor produk agro*. *Jurnal Ekonomi Global*, 10(3), 102-119.
- Purwanto, T., & Harsono, D. (2018). Kebijakan Perdagangan dan Daya Saing Produk Kakao di Pasar Internasional. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 7(2), 102-120.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2023). *Outlook Kakao 2023*. Jakarta:

- Kementerian Pertanian.
- Putri, A., & Santoso, D. (2018). Kualitas Produk dan Standar Internasional: Tantangan dan Peluang Ekspor Indonesia. *Jurnal Ekspor dan Impor*, 15(2), 34-48.
- Ragimun. 2012. Analisis Daya Saing Komoditas Kakao Indonesia. Jakarta: Pusat Kebijakan Ekonomi Makro Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu.
- Rahardja, S., Sukmana, R., & Fauzi, A. (2018). Trade Agreements and Their Impact on Agricultural Exports. *Economic Journal of Trade Policy*, 5(3), 223-240.
- Raharti, DP. 2013. Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Aliran Ekspor Pala Indonesia [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Raharjo, T., & Dewi, M. (2020). Diversifikasi Produk dan Inovasi dalam Ekspor Kakao. *Jurnal Agribisnis Modern*, 12(1), 23-35.
- Rahmawati, S., Lestari, D., & Widodo, A. (2021). *Diversifikasi produk kakao Indonesia dan implikasinya terhadap daya saing*. *Jurnal Agronomi Indonesia*, 29(4), 230-242.
- Ramadhani, E. S., Hedrati, I. M., & Asmara, K. (2021). *Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Olahan Indonesia di Pasar Jerman*. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*.
- Rusman, R., Sutanto, J., & Agustin, W. (2019). Sustainability of Indonesian Cocoa Industry in Global Market. *Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 12(3), 45-58.
- Setiawan, A., Nugroho, R., & Wibowo, D. (2020). Factors influencing the competitiveness of Indonesian cocoa exports. *Indonesia Journal of International Trade*, 10(3), 78-91.
- Setiawan, B., & Rachmawati, A. (2019). Inovasi Produk Olahan Kakao dalam Memenuhi Standar Internasional. *Jurnal Inovasi Agribisnis*, 12(4), 110-125.
- Setiawan, B., & Rachmawati, A. (2021). Inovasi Produk Olahan Kakao dalam Meningkatkan Daya Saing Ekspor. *Jurnal Teknologi Pangan*.
- Singh, A., & Sharma, P. (2020). Kebutuhan Pasar India terhadap Produk Kakao. *Jurnal Pasar Asia*, 8(1), 102-116.
- Siregar, T. (2019). Kompetisi Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Internasional*, 11(1), 90-110.
- Simanjuntak, B., Widjaja, R., & Utomo, T. (2020). *Strategi pemasaran agribisnis berbasis nilai tambah di Eropa*. *Jurnal Bisnis Internasional*, 7(2), 55-70.
- Singh, A., Kumar, P., & Patel, S. (2020). Growth of local cocoa production in India: Trends and challenges. *Indian Journal of Agribusiness*, 15(2), 89-101.
- Srivastava, R., Mehta, K., & Sharma, A. (2021). Preferences for Cocoa Products in Emerging Economies: A Case Study of India. *Asia-Pacific Journal of Consumer Studies*, 15(2), 78-92.
- Sujanto, F. (2020). Kualitas Produk dan Daya Saing Ekspor. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 14(1), 23-37.

- Susanto, R. (2016). Penyesuaian Produk Agribisnis terhadap Standar Internasional. *Jurnal Agribisnis Global*, 8(4), 76-90.
- Susilowati, D., & Rahayu, M. (2021). Analisis Persentase Ekspor Kakao Indonesia ke Pasar Eropa. *Jurnal Agribisnis*, 15(3), 235-249.
- Swinnen, J., & Vandeplas, A. (2018). *European Small Economies and Semi-Finished Cocoa Imports: The Case of Estonia*.
- Tamm, K., Eslon, L., & Vainik, U. (2020). *Consumer demand for cocoa products in Northern Europe*. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(1), 103–117.
- The Cocoa Association of Asia. (2020). *The Rising Demand for Cocoa Butter in India: Growth of the Chocolate Industry and Premium Consumption Trends*.
- Tresliyana, A., Anna, F., dan Amzul, R. 2015. *Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional*. *Jurnal Manajemen & Agribisnis IPB*, 12(2):150-162. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- UNCTAD. (2020). *Indonesia's Competitive Edge in the Global Cocoa Market*.
- Vero, A. (2014). *Analisis Daya Saing Ekspor Komoditas Kakao Indonesia*. *Jurnal Ekonomi*.
- Voorra, V., Bermudez, S., & Larrea, C. (2019). *Global Market Report: Cocoa*. International Institute for Sustainable Development.
- Wahyudi, F. (2018). Strategi Diversifikasi Sumber dan Implikasinya dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Ekonomi Global*, 11(2), 79-93.
- Wibowo, D., Rusman, R., & Agustin, W. (2018). Post-harvest processing improvements in Indonesian cocoa industry. *Journal of Food Technology*, 15(2), 45-58.
- Wijaya, D., & Sutanto, H. (2021). Infrastructure and Its Impact on Export Competitiveness: A Case Study of Indonesia. *Journal of Development Logistics*, 8(2), 190-205.
- Wijaya, P., & Arifin, S. (2019). Kebijakan Ekspor dan Daya Saing Produk Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 14(1), 15-30.
- Winarno, A., & Handoko, T. (2020). *Kebijakan tarif dan non-tarif pada produk agribisnis Indonesia di Uni Eropa*. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 15(2), 120–136.
- Wulandari, W. A., & Widjojoko, T. (2021). *Analysis of Export Competitiveness of Indonesian Cocoa Beans in The International Market*. *Proceeding ICMA-SURE*.
- Yanti, L., & Haryanto, D. (2023). Penerapan Teknologi Modern dalam Pengolahan Kakao: Dampak terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Agribisnis*.
- Yudyanto, H. & Hastiadi, F. (2019). *Analysis Of The Imposition Of Export Tax On Indonesia Cocoa Beans: Impact On The Processed Cocoa Export In Indonesia And Malaysia*. *Globalization, Productivity And Production Networks in ASEAN*.
- Yulianto, B., & Prasetyo, D. (2017). Keunggulan Spesifik dan Stabilitas Perdagangan Internasional. *Jurnal Perdagangan Global*, 11(3), 89-101.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian dari Universitas Medan Area



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7388012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Sebatundi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8225331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor: 3049/FP.2/01.10/XI/2024

Medan, 13 November 2024

Lamp. : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.

Kepala Laboratorium Statistik dan Komputasi Data
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

di_

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Muhammad Faza Al Rafi
NIM : 208220074
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Daya Saing Lemak Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama**".

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.



Nawu Panjang Hernosa, SP, M.Si

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

Lampiran 2. Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kelam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402594, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAILAKSANAKAN PENELITIAN SKRIPSI
Nomor : 3154/FP.1/06.4/XII/2024

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Muhammad Faza Al Rafi
NPM : 208220074
Prodi : Agribisnis
Judul Skripsi : Analisis Daya Saing Lemak Kakao Indonesia di Negara Tujuan Utama

Waktu Pelaksanaan : 13 November s/d 30 November 2024
Tempat : Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

Dosen Pembimbing : Faiz Ahmad Sibuca, SP, M.Si

Adalah benar telah selesai melaksanakan penelitian dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari "Badan Pusat Statistik (BPS), Website SUSENAS (Survei Sosial Ekonomi Nasional) serta Jurnal-Jurnal Terkait" di Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Demikian Surat Keterangan ini diterbitkan untuk dapat dipergunakan sesuai dengan keperluannya.

Medan, 2 Desember 2024


Dekan
Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si



Lampiran 3. Tabel Perhitungan RCA Lemak Kakao Indonesia Terhadap Estonia, Jerman, Belanda, India Dan Amerika Serikat:

Year	Country	Xij	Xit	Wj	Wt	(Xij/Xit)/(Wj/Wt)
2019	Estonia	45464529,2	167498746,7	5689779	18761814917	895,0361689
2019	Germany	55011877,9	2405755143	5689779	18761814917	75,40228325
2019	Netherlands	104565809,5	3204950953	5689779	18761814917	107,5840194
2019	India	49917035,9	11823490562	5689779	18761814917	13,92138772
2019	USA	263115954,1	17873579569	5689779	18761814917	48,5417125
2020	Estonia	55299461,7	182155236,2	5667969	17514968797	938,1259417
2020	Germany	58827904,4	2456304737	5667969	17514968797	74,00874401
2020	Netherlands	112784467,7	3113698955	5667969	17514968797	111,9320802
2020	India	65079347,9	10394496579	5667969	17514968797	19,34735648
2020	USA	208849468,4	18668906209	5667969	17514968797	34,56976299
2021	Estonia	70549324,1	322021293	5584466	22154054456	869,1201835
2021	Germany	47688615	2909942082	5584466	22154054456	65,01325828
2021	Netherlands	30249363,6	4631552726	5584466	22154054456	25,90962918
2021	India	79349681,6	13289379461	5584466	22154054456	23,68710875
2021	USA	207617818,8	25820254775	5584466	22154054456	31,89889717
2022	Estonia	57829374	309873592	5056254	24719795601	912,3887414
2022	Germany	39902133	3216060214	5056254	24719795601	60,65797857
2022	Netherlands	62243636	5379176687	5056254	24719795601	56,57116697
2022	India	86771373	23378835994	5056254	24719795601	18,14552667
2022	USA	160424419	28240115695	5056254	24719795601	27,77282108
2023	Estonia	71375846,5	394683559,9	5831935	23291072313	722,2358535
2023	Germany	6477054,9	2523565230	5831935	23291072313	10,25037731
2023	Netherlands	36827708,6	3866795393	5831935	23291072313	38,03647958
2023	India	100962108,8	20289263825	5831935	23291072313	19,87325168
2023	USA	152936983	23284563053	5831935	23291072313	26,2313858

Sumber: *UN Comtrade*, 2024 (diolah)

Lampiran 4. Tabel Perhitungan ISP Lemak Kakao Indonesia Terhadap Estonia, Jerman, Belanda, India Dan Amerika Serikat:

Year	Country	Xi	Mi	$(Xi-Mi)/(Xi+Mi)$
2019	Estonia	45464529,2	0	1
2019	Germany	55011877,9	0	1
2019	Netherlands	104565809,5	236	0,999995486
2019	India	49917035,9	0	1
2019	USA	263115954,1	243	0,999998153
2020	Estonia	55299461,7	0	1
2020	Germany	58827904,4	5	0,99999983
2020	Netherlands	112784467,7	663141	0,9883093
2020	India	65079347,9	0	1
2020	USA	208849468,4	0	1
2021	Estonia	70549324,1	0	1
2021	Germany	47688615	0	1
2021	Netherlands	30249363,6	864	0,999942876
2021	India	79349681,6	1	0,999999975
2021	USA	207617818,8	50237	0,99951618
2022	Estonia	57829374	0	1
2022	Germany	39902133	0	1
2022	Netherlands	62243636	0	1
2022	India	86771373	0	1
2022	USA	160424419	749	0,999990662
2023	Estonia	71375846,5	0	1
2023	Germany	6477054,9	47	0,999985487
2023	Netherlands	36827708,6	287	0,999984414
2023	India	100962108,8	227629	0,995500947
2023	USA	152936983	1031	0,999986517

Sumber: *UN Comtrade*, 2024 (diolah)