

DAYA SAING EKSPOR BARANG-BARANG DARI KARET

Sony Hendra Permana *

Izzaty **

Abstract

Indonesia is the second largest rubber producer in the world in which along with Thailand and Malaysia, the market share is about 70%. With the increasing of world demand for rubber planting, Indonesia is the high potential to become the country's first largest rubber producer in the world. However, although Indonesia has the largest rubber plantation area, hers quality and productivity below those 2 countries. This analysis using the Method Revealed Comparative Advantage (RCA), Acceleration Ratio (AR), and Trade Specialization Index (TSI) which hd found that rubber from Indonesia, mostly a raw natural rubber (HS 4001 and 4003), while the other products do not have a competitive advantage. Therefore, it is necessary to increase the productivity and efficiency through the expansion of planting areas, new planting trees, and the using clones superior rubber. In addition, it is necessary to develop the rubber processing industry, to gain added value both for industry in order to reach the welfare of the society.

Kata Kunci: Karet, Daya Saing, Komoditas, Ekspor.

I. Pendahuluan**A. Latar Belakang**

Karet merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memegang peranan penting sebagai penghasil devisa negara karena merupakan salah satu komoditas ekspor non migas yang memberikan kontribusi yang signifikan. Peranan komoditas karet terhadap ekspor Indonesia tidak bisa dikatakan kecil, mengingat ekspor komoditas karet merupakan salah satu komoditas ekspor utama setelah sawit. Selain sebagai sumber pendapatan

* Kandidat Peneliti Setjen DPR RI Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, email: sony_hendra@yahoo.com

** Kandidat Peneliti Setjen DPR RI Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, email: izzatym@yahoo.com

negara, membuka lapangan kerja, karet juga diyakini sebagai komoditas pendorong pertumbuhan ekonomi sentra-sentra baru di wilayah perkebunan. Selain itu juga komoditas karet juga dapat membantu untuk pelestarian lingkungan dan sebagai sumber daya hayati.

Tanaman karet tergolong mudah untuk diusahakan. Dengan iklim tropis yang dimiliki oleh Indonesia, tanaman karet ini dapat tumbuh dengan subur seperti di negara asalnya yakni Brasil. Hampir di seluruh wilayah Indonesia karet dapat tumbuh dengan baik dan menghasilkan lateks. Hal inilah yang menyebabkan pada saat ini Indonesia menjadi salah satu negara produsen terbesar di dunia. Thailand, Indonesia, dan Malaysia adalah tiga negara sebagai produsen utama produk barang dari karet dunia. Indonesia merupakan negara dengan areal tanaman karet terluas di dunia. Pada tahun 2005, luas perkebunan karet Indonesia mencapai 3,2 juta ha, disusul Thailand (2,1 juta ha), Malaysia (1,3 juta ha), Cina (0,6 juta ha), India (0,6 juta ha), dan Vietnam (0,3 juta ha). Dari areal tersebut diperoleh produksi karet Indonesia sebesar 2,3 juta ton yang menempati peringkat kedua di dunia, setelah Thailand dengan produksi sekitar 2,9 juta ton. Posisi selanjutnya ditempati Malaysia (1,1 juta ton), India (0,8 juta ton), Cina (0,5 juta ton), dan Vietnam (0,4 juta ton).¹

Konsumsi karet dunia pada dua dekade ini mengalami peningkatan yang drastis. Walaupun permintaan akan karet dunia dari negara-negara maju seperti Amerika dan negara-negara di Eropa cenderung stagnan, namun pertumbuhan permintaan dunia akan karet terus meningkat. Hal ini terjadi seiring dengan pertumbuhan perekonomian kekuatan ekonomi dunia baru yakni Cina. Selain itu juga pertumbuhan beberapa negara di Asia Pasifik dan Amerika Selatan seperti India, Korea Selatan dan Brazil juga memberikan pengaruh bagi peningkatan pertumbuhan permintaan karet dunia. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan permintaan karet dunia dan luas areal tanam yang dimiliki, Indonesia berpotensi untuk menjadi negara penghasil karet terbesar di dunia.

Menurut *International Rubber Study Group (IRSG)*, diperkirakan akan terjadi kekurangan pasokan karet alam pada periode dua dekade kedepan. Hal ini menjadi kekhawatiran pihak konsumen, terutama pabrik-

¹ Departemen Pertanian, *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Karet*, Jakarta : Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2007 hal 1.

pabrik ban seperti Brigstone, Goodyear dan Michelin. Sehingga pada tahun 2004, IRSG membentuk *Task Force Rubber Eco Project* (REP) untuk melakukan studi tentang permintaan dan penawaran karet sampai dengan tahun 2035. Hasil Studi REP menyatakan bahwa permintaan karet alam dan sintesis dunia pada tahun 2035 adalah sebesar 31,3 juta ton untuk industri ban dan non ban, dan 15 juta ton diantaranya adalah karet alam. Produksi karet alam pada tahun 2005 diperkirakan 8,5 juta ton. Dari studi ini diproyeksi pertumbuhan produksi Indonesia akan mencapai 3 persen per tahun, sedangkan Thailand hanya 1 persen dan Malaysia minus 2 persen. Pertumbuhan produksi Indonesia ini dapat dicapai melalui peremajaan dan penanaman baru karet yang cukup luas, dengan perkiraan produksi pada tahun 2020 sebesar 3,5 juta ton dan tahun 2035 sebesar 5,1 juta ton.²

B. Permasalahan

Pada saat ini Indonesia belum mampu menjadi produsen utama karet dunia dikarenakan areal tanaman karet didominasi oleh kebun karet rakyat yang memiliki produktivitas rendah. Rendahnya produktivitas ini dikarenakan banyaknya areal yang tua, rusak dan tidak produktif, penggunaan bibit yang bukan klon unggul, serta kondisi perkebunan yang masih menyerupai hutan. Sebagai negara yang memiliki areal tanaman karet terluas di dunia, Indonesia memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi produsen utama karet pada masa mendatang. Hal ini dimungkinkan terjadi karena Indonesia memiliki potensi sumber daya yang sangat memadai untuk meningkatkan produksi dan produktivitasnya dengan melalui pengembangan area baru maupun dengan peremajaan areal tanaman karet tua dengan menggunakan klon unggul terbaru.

Untuk meningkatkan volume dan nilai ekspor produk agribisnis komoditas karet diperlukan informasi mengenai daya saing dan permintaan ekspor di pasar tujuan. Diharapkan dengan informasi tersebut permasalahan-permasalahan dalam ekspor produk agribisnis komoditas karet dapat terpecahan serta mengetahui seberapa besar peran serta peluang Indonesia untuk meningkatkan ekspor produk tersebut.

² Chairil Anwar, 2006, *Perkembangan Pasar dan Prospek Agribisnis Karet di Indonesia*, (http://www.ipard.com/art_perkebun/Nov07-06_ch.asp), diakses pada tanggal 28 Juni 2010

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian di atas maka tujuan penulisan ini adalah untuk mengidentifikasi daya saing ekspor produk agrobisnis komoditas karet di pasar dunia sehingga dapat memberikan informasi yang berharga bagi pengambil kebijakan dalam menentukan langkah yang tepat untuk pengembangan produk agrobisnis ini.

II. Landasan Teori

A. Pengertian karet dan barang-barang karet

Karet telah menjadi salah satu komoditas yang vital bagi pemenuhan kebutuhan sehari-hari manusia. Hal ini ditandai dengan peranan karet yang menjadi salah satu komponen bagi barang-barang kebutuhan manusia terutama yang terkait dengan mobilitas manusia seperti ban kendaraan, *conveyor belt*, sabuk transmisi, *dock fender*, sepatu dan sandal karet. Dengan semakin meningkatnya standar hidup manusia, kebutuhan akan barang-barang yang memiliki komponen dari karet, baik yang terbuat dari karet alam maupun sintetik, juga semakin meningkat.

Karet berasal dari getah pohon karet (latek) yang mengandung polimer dari isoprena. Polimer tersebut mempunyai ikatan ganda. Melalui proses vulkanisasi yaitu dengan cara menambahkan belerang pada lateks dan memanaskannya, akan terbentuk suatu jaringan makromolekul. Variasi karet dari yang elastis sampai yang keras akan terbentuk tergantung pada banyaknya belerang yang dicampurkan. Sifat-sifatnya akan lebih bervariasi lagi jika ke dalam karet mentah dicampurkan bahan-bahan lain seperti karbon hitam, oksida seng, antioksidan, atau bahan pelunak.³

Sejak pertama kali ditemukan sebagai tanaman yang tumbuh secara liar sampai dijadikan tanaman perkebunan secara besar-besaran, karet memiliki sejarah yang amat panjang. Apalagi setelah ditemukan beberapa cara pengolahan dan pembuatan barang dari bahan baku karet, maka ikut berkembang pula industri yang mengolah getah karet menjadi bahan yang berguna untuk kehidupan manusia. Oleh sebab itu, karet alam banyak

³ Suparni Setyowati Rahayu, 2009, *Keramik dan Karet*, (http://www.chem-is-try.org/materi_kimia/kimia-industri/utilitas-pabrik/keramik-dan-karet/) diakses pada tanggal 1 Agustus 2010

digunakan sebagai bahan baku barang atau peralatan, diantaranya ban mobil, peralatan kendaraan, pembungkus kawat listrik dan telepon, sepatu, alat kedokteran, beberapa peralatan rumah tangga dan kantor, alat-alat olahraga, ebonite dan aspal. Dengan demikian, berarti karet memiliki pengaruh besar terhadap bidang transportasi, komunikasi, industri, pendidikan, kesehatan, hiburan, dan banyak bidang lain yang vital bagi kebutuhan hidup.

Dengan semakin pentingnya karet bagi pemenuhan hidup menjadikan kebutuhan akan karet meningkat drastis, sedangkan kemampuan karet alam untuk memenuhi permintaan juga terbatas. Maka sejak perang dunia kedua, penelitian mengenai karet sintesis dilakukan secara intensif oleh beberapa negara maju. Selanjutnya, karet buatan yang bahan bakunya berasal dari lapisan minyak bumi ini diproduksi secara besar-besaran untuk memenuhi permintaan akan karet dunia yang tidak mampu dipenuhi oleh karet alam. Lambat laun permintaan akan karet sintesis meningkat pesat sehingga mengurangi permintaan karet alam.

Dewasa ini, karet yang digunakan di industri terdiri dari karet alam dan karet sintesis. Seiring dengan semakin tingginya permintaan karet dunia maka penggunaan karet sintesis jumlahnya lebih tinggi dibandingkan dengan karet alam. Hal ini terjadi karena karet sintesis yang bahan bakunya berasal dari minyak bumi dapat diproduksi secara besar-besaran untuk memenuhi kebutuhan manusia akan karet. Selain itu pula dalam pengadaan, karet sintesis jarang mengalami kesulitan untuk pengiriman atau suplai barang. Karet sintesis memiliki kelebihan seperti tahan terhadap berbagai zat kimia dan harganya cenderung tetap stabil.

Walaupun karet alam sekarang ini jumlah produksi dan konsumsinya jauh dibawah karet sintesis, akan tetapi sesungguhnya karet alam belum dapat digantikan oleh karet sintesis. Bagaimanapun keunggulan yang dimiliki karet alam sulit ditandingi oleh karet sintesis. Adapun kelebihan-kelebihan dari karet alam adalah memiliki daya elastis atau daya lenting yang sempurna, memiliki plastisitas yang baik sehingga pengolahannya mudah, mempunyai daya aus yang tinggi, tidak mudah panas dan memiliki daya tahan tinggi terhadap keretakan.

Namun demikian, karet sintesis memiliki kelebihan seperti tahan terhadap terhadap berbagai zat kimia dan harganya yang cenderung bisa dipertahankan supaya tetap stabil. Bila ada pihak yang menginginkan karet

sintetis dalam jumlah tertentu maka biasanya pengiriman atau suplai barang tersebut jarang mengalami kesulitan. Hal seperti ini sulit diharapkan dari karet alam.

B. Konsep Daya Saing

Daya saing memiliki pengertian yang beragam, belum ada satupun definisi baku yang bisa diterima oleh semua pihak. Seperti yang disampaikan oleh Michael Porter yang dikutip oleh Muchdie: *"There is no accepted definition of competitiveness. Whichever definition of competitiveness is adopted, an even more serious problem has been there is no generally accepted theory to explain it"* (Porter, 1990). *"Competitiveness remains a concept that is not well understood, despite widespread acceptance of its importance"* (Porter, 2003, 2002b).⁴

Selanjutnya Michael Porter mendefinisikan daya saing (*competitiveness*), seperti yang dikutip oleh Dr. Ir. Arief Daryanto, sebagai suatu kemampuan negara untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan melalui kegiatan perusahaan-perusahaan dan untuk mempertahankan tingkat kualitas kehidupan yang tinggi bagi warga negaranya. Daya saing terutama dipengaruhi oleh produktivitas. Produktivitas adalah tingkat *output* per unit yang digunakan dalam proses produksi. Sejalan dengan porter, *World Economic Forum* (WEF), sebuah lembaga pemeringkatan daya saing, mendefinisikan daya saing sebagai himpunan kelembagaan, kebijakan dan factor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara.

Perbincangan tentang konsep daya saing ini akhirnya meluas dan memperkaya perspektif tentang apa dan bagaimana meningkatkan daya saing. Dalam literatur bahasan konsep daya saing dapat ditinjau pada tingkat:

- Perusahaan
- Industri atau sehimpunan/sekelompok industri, dan
- Negara atau daerah (sebagai suatu entitas ekonomi)

⁴ Muchdie, 2008, *Konsep dan Pemahaman Tentang Daya Saing*, (<http://pkpds.wordpress.com/2008/12/17/konsep-dan-pemahaman-tentang-daya-saing/>) diakses pada tanggal 28 Juni 2010

⁵ Dr.Ir.Arief Daryanto, M.Ec, *Dinamika Daya Saing Industri Peternakan*, Bogor : IPB Press, 2009 hal 35

Pemaknaan daya saing pada konteks tersebut “berbeda.” Akan tetapi, daya saing pada masing-masing tingkatan tersebut terkait secara erat. Daya saing perusahaan merupakan elemen pembentuk daya saing pada tingkat industri, daerah atau negara. Sementara di pihak lain, berbagai kondisi dan faktor yang ada dalam suatu industri dan di suatu daerah atau negara membentuk konteks bagi perkembangan daya saing perusahaan dalam industri dan di wilayah yang bersangkutan. Isu ini juga merupakan salah satu topik yang terus diperdebatkan dalam diskusi tentang daya saing.⁶

Dalam mengukur daya saing suatu negara berdasarkan atas keunggulan komparatif, terdapat dua teori terutama yang menonjol yaitu teori Ricardian dan teori Heckscher-Ohlin (H-O). Teori Ricardian mengasumsikan bahwa keunggulan komparatif timbul dari perbedaan teknologi di negara sedangkan teori HO menunjukkan bahwa teknologi sama di seluruh negara. Selanjutnya, teori HO menyatakan keunggulan komparatif berasal dari perbedaan biaya akibat perbedaan harga faktor di seluruh negara. Singkatnya, prediksi ortodoks (klasik) teori perdagangan didasarkan pada prinsip keunggulan komparatif yang berasal dari penentuan harga relatif, yaitu perbedaan harga pra-perdagangan relatif berbagai negara, didasari oleh pasokan dan faktor permintaan.

Menurut teori HO, keunggulan komparatif suatu negara ditentukan oleh faktor kelangkaan (yaitu rasio faktor endowment tersebut, relatif ke seluruh dunia atau satu set negara). Namun kemudian diketahui bahwa mengukur keunggulan komparatif dan menguji teori Hecksher-Ohlin (HO) memiliki beberapa kesulitan karena harga relatif di bawah negara autarki tidak dapat diamati. Berdasarkan fakta ini, Balassa (1965) yang dikutip oleh Utku Utkulu dan Dilek Seymen menyatakan mungkin tidak diperlukan untuk memasukkan semua unsur yang mempengaruhi keunggulan komparatif suatu negara. Sebaliknya, ia menunjukkan bahwa keunggulan komparatif akan “terungkap” dengan mengamati pola perdagangan yang kemudian dikenal dengan keuntungan komparatif terungkap (RCA). Dengan demikian, disimpulkan bahwa keunggulan komparatif dapat diamati dari data ekspor

⁶ Muchdie, *op.cit*

komoditi (atau industri) suatu negara relatif terhadap total ekspor dari perdagangan ke seluruh dunia atau sekumpulan negara.⁷

Sejalan dengan itu, maka untuk identifikasi awal terhadap daya saing produk Agrobisnis komoditas barang dari Karet pada penelitian ini menggunakan metode perhitungan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Acceleration Ratio* (AR), dan *Trade Specialization Index* (TSI).

Formula *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{iw} / X_w}$$

di mana :

- X_{ij} = Nilai ekspor komoditi (i) dari negara (j);
- X_j = Total nilai ekspor negara (j);
- X_{iw} = Nilai ekspor komoditi (i) dari Negara produsen;
- X_w = Total nilai ekspor Negara produsen.

RCA > 1 : negara tersebut terspesialisasi pada pada produk agrobisnis tersebut, sementara sebaliknya tidak terspesialisasi

Formula *Acceleration Ratio* (AR) adalah :

$$AR = \frac{TX_{ij}+100}{TX_{iw}+100}$$

di mana :

- TX_{ij} = Trend ekspor produk agrobisnis (i) oleh negara produsen j (%);
- TX_{iw} = Trend ekspor produk agrobisnis (i) dari total ekspor negara produsen (%).

AR > 1 negara tersebut memiliki daya saing.

Formula *Trade Specialization Index* (TSI) adalah:

$$ISP = \frac{(X_{ia} - M_{ia})}{(X_{ia} + M_{ia})}$$

di mana .

- X_{ia} = nilai ekspor agrobisnis produk (i) dan negara (a);
- M_{ia} = nilai impor agrobisnis produk (i) dan negara (a).

⁷ Utku Utkulu and Dilek Seymen, *Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15*, (<http://www.etsg.org/ETSG2004/Papers/seymen.pdf>), diakses tanggal 18 Oktober 2010

Secara implisit, indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran, dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik, atau sesuai dengan teori perdagangan internasional, yaitu teori *net of surplus*, dimana ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik. Nilai indeks ini mempunyai kisaran antara -1 sampai dengan +1. Jika nilainya positif diatas 0 sampai 1, maka komoditi bersangkutan dikatakan mempunyai daya saing yang kuat atau negara yang bersangkutan cenderung sebagai pengekspor dari komoditi tersebut (suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik). Sebaliknya, daya saingnya rendah atau cenderung sebagai pengimpor (suplai domestik lebih kecil dari permintaan domestik), jika nilainya negatif dibawah 0 hingga -1. Kalau indeksnya naik berarti daya saingnya meningkat, dan begitu juga sebaliknya.

Indeks ISP tersebut juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu komoditi dalam perdagangan yang terbagi ke dalam 5 tahap sebagai berikut:

1. Tahap Pengenalan. Ketika suatu industri (*forerunner*) disuatu negara (sebut A) mengekspor produk-produk baru dan industri pendatang belakangan (*latercomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks ISP dari industri *latercomer* ini adalah -1,00 sampai -0,50.
2. Tahap Substitusi Impor. Nilai indeks ISP naik antara - 0,51 sampai 0,00. Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing yang sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditi tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor daripada mengekspor.
3. Tahap Pertumbuhan. Nilai indeks ISP naik antara 0,01 sampai 0,80, dan industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditi tersebut lebih besar daripada permintaan.
4. Tahap Kematangan. Nilai indeks berada pada kisaran 0,81 sampai 1,00. Pada tahap ini produk yang bersangkutan sudah pada tahap

standardisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*.

5. Tahap kembali mengimpor. Nilai indeks ISP kembali menurun antara 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A, dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri.⁸

III. Metodologi Kajian

Untuk mengetahui daya saing produk ekspor komoditas barang dari karet, diperlukan identifikasi awal yang mampu mengukur tingkat keunggulan komparatif dari produk-produk itu di pasar dunia. Untuk itu penggunaan metode perhitungan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Specialization Indeks* (SI) dipandang cukup memadai. Hasil perhitungan ini selanjutnya dapat mengklasifikasikan produk Agrobisnis terpilih dalam produk unggulan ekspor, produk potensial ekspor, produk potensial substitusi impor, serta produk kurang potensial untuk diekspor dan kurang potensial untuk disubstitusi impor. Hasil klasifikasi ini dapat dijadikan dasar dalam menentukan pilihan produk Agrobisnis yang akan dikembangkan di Indonesia.

Kajian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Chairul Muslim (2006) yang berjudul "Analisis Daya Saing Produk Ekspor Komoditas Berbasis Kelapa di Indonesia". Dengan menggunakan metode yang sama diharapkan dapat mengukur tingkat keunggulan komparatif produk-produk karet di pasar dunia.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan studi pustaka (*library research*), maka data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah menggunakan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian yang berupa dokumen atau arsip yang didapat dari lembaga terkait, dan situs internet. Sumber data utama untuk penelitian ini adalah data yang disediakan oleh *United Nation Trade Commodity*, data Neraca Perdagangan Indonesia 2009 yang diterbitkan oleh Departemen Perdagangan, Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (Gapkindo), dan *International Ruber Study Group* (IRSG).

⁸ Departemen Perdagangan, (http://www.depdag.go.id/addon/depdag_isp/) diakses pada tanggal 10 Agustus 2010

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder mulai tahun 2006 sampai dengan tahun 2009.

IV. Hasil dan Pembahasan

A. Produksi Karet di Indonesia

Karet alam merupakan salah satu komoditas pertanian yang penting untuk Indonesia dan lingkup internasional. Di Indonesia, karet merupakan salah satu hasil pertanian yang banyak menunjang perekonomian negara. Hasil devisa yang diperoleh dari karet cukup besar, bahkan Indonesia pernah menguasai produk karet dunia dengan mengungguli hasil dari negara-negara lain dan negara asal tanaman karet sendiri yaitu di daratan Amerika Selatan, Brasil.

Perkebunan-perkebunan karet banyak tersebar di berbagai propinsi di Indonesia. Perkebunan karet yang besar banyak diusahakan oleh pemerintah serta swasta, sedangkan perkebunan-perkebunan karet dalam skala kecil pada umumnya dimiliki oleh rakyat. Namun, jumlah perkebunan karet rakyat ini bila dihimpun akan menghasilkan jumlah yang besar. Dengan demikian, jumlah perkebunan rakyat mempunyai peranan yang cukup menentukan bagi dunia perkeretaan Indonesia. Berikut hasil produksi karet alam Indonesia selama kurun waktu dari tahun 2004 – 2009:

Tabel 1. Produksi Karet Alam Indonesia 2004 - 2009 ('000 TON)

PRODUKSI	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Karet Rakyat	1.662	1.839	2.115	2.190	2.174	1.942
B U M N	196	210	250	277	277	239
Swasta	208	222	272	288	301	259
Total	2.066	2.271	2.637	2.755	2.752	2.440

Sumber: Gapkindo

Dari seluruh jumlah total produksi karet di Indonesia, produksi karet dari perkebunan rakyat memberikan kontribusi lebih dari 80 persen dibandingkan yang dikelola oleh negara dan swasta. Jumlah produksi karet dari perkebunan rakyat yang demikian besar ini tidak terlepas dari luas

lahan perkebunan karet yang dimiliki oleh rakyat yang jauh lebih besar dibandingkan luas lahan perkebunan yang dimiliki oleh negara maupun swasta.

Luas lahan perkebunan karet yang dimiliki Indonesia mencapai 3-3,5 juta hektar, merupakan lahan terluas di dunia. Sementara luas lahan karet Thailand sekitar 2 juta hektar, dan Malaysia sekitar 1,3 juta hektar. Sayangnya perkebunan karet yang luas ini tidak diimbangi dengan produktivitas yang baik. Produktivitas lahan karet di Indonesia rata-rata rendah dan mutu karet yang dihasilkan juga kurang memuaskan. Bahkan, di pasaran internasional karet Indonesia terkenal sebagai karet bermutu rendah. Sebaliknya, Malaysia dan Thailand memiliki produktivitas yang baik dengan mutu yang terjaga. Hal ini dikarenakan sebagian besar perkebunan karet rakyat, yang memiliki kontribusi terbesar dalam produktivitas karet Indonesia, tidak dikelola dengan baik dan pengelolaan kebun hanya dilakukan seadanya. Setelah ditanam karet dibiarkan begitu saja tanpa memperhatikan perawatannya. Selain itu, peralatan yang dimiliki serta teknologi yang diketahui masih sangat sederhana. Sementara mutu karet yang memenuhi standar dan harga jual yang tinggi serta mampu memenuhi keinginan pasar, hanya dihasilkan oleh perkebunan-perkebunan besar milik pemerintah dan swasta. Dengan mayoritas mutu karet yang demikian mengakibatkan Malaysia dan Thailand menguasai pasaran karet internasional, sementara Indonesia hanya menjadi bayang-bayang keduanya.⁹ Berikut jumlah luas lahan areal tanam tanaman karet di Indonesia yang dikutip dari Adhy Basar Pahusip, sebagai berikut :

Tabel 2. Luas Lahan Areal Tanam 2005 – 2009 (ribu Ha)

Luas Lahan	2005	2006	2007	2008	2009
Perkebunan Rakyat (PR)	3851,1	3880,4	2841,0	2886,4	2932,6
Perkebunan Besar Negara (PBN)	237,6	237,9	241,7	245,5	249,5
Perkebunan Besar Swasta (PBS)	274,8	275,4	279,8	284,2	288,8
Total	4363,5	4393,7	3362,5	3416,1	3470,9

Sumber : Publishindo Marinitama Gemilang (PMG)

Dari tahun 2005 sampai tahun 2007 luas lahan perkebunan rakyat telah menunjukkan penurunan sebesar 25,45 persen dari sebelumnya

⁹ Tim Penulis PS, *Panduan Lengkap Karet*, Jakarta : Penebar Swadaya, 2008, hal 6-7

seluas 3,85 juta hektar di tahun 2005 menjadi 2,84 juta hektar di tahun 2007. Penurunan ini salah satunya disebabkan oleh peralihan lahan perkebunan karet menjadi perkebunan kelapa sawit. Peralihan tersebut dipicu dengan meningkatnya harga CPO di pasar dunia yang sejak tahun 2003 berada di kisaran US\$ 500 per ton meningkat mencapai US\$ 800 per ton di tahun 2007. Kenaikan harga CPO internasional relatif lebih baik dari pergerakan harga karet. Pada 2001, harga karet baru mencapai sekitar US\$ 0.50 cent per kg yang terus merangkak naik menjadi sekitar US\$ 0.90 cent per kg di tahun 2003. Kemudian pada 2007, harga karet mencapai kisaran US\$ 2 per kg, yang berarti mengalami kenaikan yang cukup tinggi sehingga luas areal perkebunan rakyatpun menjadi meningkat selama 2 tahun terakhir. Pergerakan kenaikan harga relatif CPO dan karet tersebut sedikit banyak mempengaruhi kecenderungan petani dalam melakukan peralihan lahan mereka. Sementara luas areal perkebunan besar negara dan swasta, yang hanya memiliki sekitar 15 persen dari total luas areal karet Indonesia, relatif stabil dan hanya mengalami sedikit peningkatan.

B. Peningkatan Daya Saing Karet Indonesia

Pada umumnya produsen atau eksportir karet alam adalah negara-negara yang sedang berkembang seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, Birma dan lain-lain. Maka persaingan pun terjadi antara sesama negara yang sedang berkembang tersebut. Selain itu pula persaingan baru muncul dari negara-negara penghasil karet sintetis. Beratnya persaingan ini ditandai dengan produksi karet, baik karet alam maupun sintetis, yang cenderung lebih besar dari permintaan serta *market share* karet alam yang relatif lebih kecil dalam suplai karet di dunia. Untuk memperkuat daya saing karet alam Indonesia di pasaran internasional, diperlukan peningkatan efektivitas dan efisiensi perusahaan karet yang meliputi berbagai bidang yaitu, bidang kultur teknis dan teknologi, bidang pembiayaan dan keuangan, dan bidang pemasaran.¹⁰

C. Bidang Kultur Teknis dan Teknologi

Peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam bidang ini meliputi peningkatan produktivitas tanaman dan peningkatan mutu. Produktivitas

¹⁰ Tim Penulis PS, *op.cit* hal 63

tanaman karet di Indonesia masih relatif rendah. Hal ini merupakan salah satu sebab tingginya biaya pokok per kilogram karet yang dihasilkan. Dengan manajemen tanaman yang baik, lebih efektif dan efisien, kemungkinan untuk meningkatkan produktivitas masih cukup besar. Untuk memperbaiki teknologi dan manajemen perusahaan tanaman karet, fungsi dan partisipasi Balai Penelitian Karet hendaknya semakin ditingkatkan.

Pada saat ini citra mutu karet Indonesia di pasaran internasional dinilai sangat rendah. Penyebab utamanya adalah produksi banyak dihasilkan dari tanaman tua, sedangkan tanaman baru hasil peremajaan belum berproduksi. Untuk peningkatan mutu ini, selain penyediaan lahan yang luas dengan alih teknologi, diperlukan juga peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Hal ini bisa dilakkan dengan meninjau dan memperbaiki materi penyuluhan, menerapkan teknologi yang cocok dengan petani, menggunakan metode penyuluhan dengan cara komunikasi yang efektif, membuat kelompok tani bagi petani rakyat, dan memperbaiki struktur organisasi hingga pada KUD.

1. Bidang Pembiayaan dan Keuangan

Peningkatan efektivitas dan efisiensi di bidang pembiayaan dan keuangan merupakan upaya penggunaan dana yang seefektif dan seefisien mungkin agar harga pokok karet alam yang dihasilkan cukup rendah. Dengan demikian, produk karet itu mampu bersaing pada setiap tingkat harga jual yang terjadi di pasaran internasional.

Bentuk pasar karet adalah oligopoli. Bentuk pasar ini cenderung tidak bisa menentukan harga jual seperti yang terjadi pada pasar monopoli. Hal ini disebabkan oleh adanya pihak pembeli yang lebih dominan dan factor-faktor yang tidak terkontrol untuk menentukan harga jual. Dengan demikian, harga pokoklah yang harus mengikuti perkembangan dan gejolak harga jual bila ingin masih mendapatkan *market share*. Jika tidak demikian, maka produk itu akan tersisih dari pasaran dan akan direbut oleh produk lain yang harga pokoknya lebih rendah.

2. Bidang Pemasaran

Kegiatan pemasaran bukan hanya sekedar menjual barang, melainkan harus mencakup segala fungsi dan kegiatan yang sangat luas. Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang mencakup arus barang dan

jasa mulai dari produsen ke konsumen. Kegiatan ekonomi ini mencakup pengembangan penjualan, pembelian, penentuan mutu, penyimpanan, pengangkutan, pembelanjaan, periklanan, serta fungsi mencari keterangan pasar dan aktivitas-aktivitas lainnya yang tidak bersifat pembuatan barang. Untuk peningkatan efektivitas dan efisiensi bidang pemasaran, perlu diciptakan suasana segar untuk meningkatkan peranannya dalam menunjang aktivitas yang telah dilaksanakan oleh unit-unit usaha selaku produsen.¹¹

3. Identifikasi Daya Saing Ekspor Produk-produk Karet

Identifikasi daya saing produk agrobisnis karet didasarkan pada kelompok barang-barang terbuat dari karet (HS 4 digit). Negara-negara utama penghasil produk agrobisnis karet yang menjadi pesaing Indonesia adalah Thailand dan Malaysia. Pangsa pasar ketiga Negara penghasil utama itu lebih dari 70 persen dari total produksi karet alam dunia (lihat tabel 3.)

Tabel 3. Produksi Karet Alam Negara Produsen Utama

TAHUN	THAILAND	INDONESIA	MALAYSIA	LAINNYA
2002	2.615	1.630	805	2.290
2003	2.876	1.792	909	2.376
2004	2.984	2.066	1.098	2.453
2005	2.900	2.270	1.132	2.511
2006	3.130	2.415	1.280	2.695
2007	2.970	2.550	1.210	2.735

Sumber: IRSG (*International Rubber Study Group*)

Berdasarkan tabel di atas, pertumbuhan produksi karet dunia selama periode 2002 sampai 2006 hanya mencapai 7 persen, bahkan mengalami penurunan produksi ditahun 2007. Sementara berdasarkan studi yang dilakukan oleh Adhy Basar Parhusip, dikemukakan bahwa pertumbuhan konsumsi karet oleh negara-negara konsumen utama lebih besar dari 7 persen, sehingga tingginya permintaan akan karet dunia tidak diikuti dengan pertumbuhan produksi dari negara-negara produsen karet.

¹¹ *Ibid.*, hal 64-67

Hal inilah yang bisa dimanfaatkan sebagai peluang bagi Indonesia, sebagai negara yang memiliki luas lahan perkebunan karet di dunia, untuk lebih meningkatkan daya saing produk agrobisnis karet dipasaran dunia.

Dalam penelitian ini, negara-negara tujuan utama ekspor Indonesia yang dipilih adalah negara pengimpor terbesar dunia atau pengimpor utama produk barang dari karet dan juga beberapa negara yang memiliki nilai impor dominan. Kelompok produk yang digunakan adalah seluruh kelompok barang-barang yang terbuat dari karet, dengan urutan kelompok barang adalah 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc / Karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4002 (*Synthetic rubber / karet sintetis dan factice yang berasal dari minyak, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip; campuran produk dari pos No 40.01 dengan setiap produk dari pos ini, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip.*), 4004 (*Rubber waste, parings and scrap (except hard rubber) / Sisa, reja dan skrap karet (selain karet keras) dan bubuk serta butir yang diperoleh.*), 4005 (*Compounded unvulcanised rubber, in primary forms / Karet campuran, tidak divulkanisasi, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi*), 4007 (*Vulcanised rubber thread and cord / Vulkanisasi karet Benang dan tali*), 4008 (*Rubber plate, sheet, strip, rod etc, except hard / Pelat, lembaran, strip, batang dan bentuk profil, dari karet divulkanisasi selain karet keras*), 4009 (*Rubber tube, pipe, hose, except hard rubber / Tabung, pipa dan selang dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapannya (misalnya, sambungan, siku, flensa)*), 4010 (*Conveyor and similar belts or belting of rubber / Ban atau belting pengangkut atau penggerak dari karet divulkanisasi*), 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber / Ban bertekanan baru dari karet*), 4012 (*Tyres nes, retreaded, used pneumatic, solid, cushioned / Ditelapaki atau digunakan ban pneumatik dari karet; ban padat atau bantalan, telapak ban dipertukarkan dan penutup ban dari karet*), 4013 (*Inner tubes of rubber / Bagian dalam tabung dari karet*), 4014 (*Hygienic or pharmaceutical articles of rubber / Barang higienis atau farmasi (termasuk dot), dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapan dari*

karet keras), 4015 (*Rubber clothing and accessories, except hard rubber pakaian dan aksesoris pakaian (termasuk sarung tangan), untuk segala keperluan, dari karet divulkanisasi selain karet keras*), 4016 (*Articles of vulcanised rubber except hard rubber, nes / Barang lainnya dari karet divulkanisasi selain karet keras*), dan 4017 (*Hard rubber (eg ebonite) in all forms, articles, scrap / karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan skrap; barang dari karet keras*). Pilihan negara yang mewakili sebagai negara tujuan ekspor adalah Cina, AS, Jerman, Prancis, Inggris, Jepang, Singapura, dan Korea Selatan.

Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki nilai RCA yang hampir sama untuk setiap pasar tujuan ekspor (lihat Lampiran.1). Produk-produk yang memiliki nilai RCA lebih dari satu (yang berarti Indonesia terspesialisasi pada produk agrobisnis tersebut) adalah:

Cina	: 4001, 4003, 4010, 4013, 4016
AS	: 4001, 4003, 4010
Jerman	: 4001, 4003, 4010, 4013, 4016
Perancis	: 4001, 4013
Inggris	: 4001, 4011
Jepang	: 4001, 4010, 4011, 4013
Singapura	: 4001
Korsel	: 4001, 4003, 4013, 4016, 4017

Sedangkan nilai AR Indonesia yang memiliki daya saing ($AR > 1$) adalah 4001, 4003, dan 4006 Selain itu pula yang menjadi indikator ekspor adalah TSI (lampiran.2), dimana nilai positif menunjukkan terjadi spesialisasi ekspor dan nilai negatif menandakan spesialisasi impor. Dengan demikian Indonesia memiliki spesialisasi ekspor untuk produk 4001, 4003, 4005, 4007, 4008, 4011, 4013, dan 4015

Dari indikator-indikator di atas terlihat bahwa Indonesia memiliki profil ekspor produk agrobisnis karet sebagai berikut:

1. Indonesia memiliki spesialisasi produk tertentu ke negara-negara tujuan utama ekspor dan memiliki daya saing, seperti 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc / Karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*) dan 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*). Keseluruhan indikator tersebut masuk dalam

- kategori produk ekspor (TSI positif). Hal ini menandakan bahwa produk dengan kode HS 4001 dan 4003 merupakan produk unggulan ekspor barang dari karet Indonesia.
2. Indonesia memiliki spesialisasi produk tertentu ke negara tujuan utama ekspor, tetapi produk tersebut secara umum tidak memiliki daya saing, seperti 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber / Ban bertekanan baru dari karet*), dan 4013 (*Inner tubes of rubber / Bagian dalam tabung dari karet*). Sedangkan untuk produk 4010 (*Conveyor and similar belts or belting of rubber / Ban atau belting pengangkut atau penggerak dari karet divulkanisasi*), 4016 (*Articles of vulcanised rubber except hard rubber, nes / Barang lainnya dari karet divulkanisasi selain karet keras*), dan 4017 (*Hard rubber (eg ebonite) in all forms, articles, scrap / karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan skrap; barang dari karet keras*) tidak memiliki spesialisasi ekspor (TSI negatif). Indonesia juga memiliki produk yang memiliki spesialisasi ekspor namun spesialisasi produk tersebut bukan kepada negara-negara tujuan utama ekspor melainkan kepada negara-negara lain. Produk-produk tersebut adalah 4005 (*Compounded unvulcanised rubber, in primary forms / Karet campuran, tidak divulkanisasi, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4007 (*Vulcanised rubber thread and cord / Vulkanisasi karet Benang dan tali*), 4008 (*Rubber plate, sheet, strip, rod etc, except hard / Pelat, lembaran, strip, batang dan bentuk profil, dari karet divulkanisasi selain karet keras*) dan 4015 (*Rubber clothing and accessories, except hard rubber / Pakaian dan aksesori pakaian (termasuk sarung tangan), untuk segala keperluan, dari karet divulkanisasi selain karet keras*) (TSI positif).
 3. Indonesia memiliki daya saing produk, tetapi tidak terspesialisasi pada produk tersebut, yaitu 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi*), namun produk ini tidak termasuk dalam kategori memiliki spesialisasi ekspor (TSI negatif).

Bagi Thailand, hasil analisis RCA negara Thailand menunjukkan bahwa negara ini memiliki nilai RCA yang berbeda untuk masing-masing pasar tujuan ekspor. Bila dirinci produk-produk yang memiliki nilai RCA lebih dari 1 (yang berarti Thailand terspesialisasi pada produk agrobisnis karet) adalah:

Cina : 4001, 4002, 4004, 4006, 4007, 4009, 4010, 4011, 4012, 4016, 4017
AS : 4002, 4005, 4009, 4011, 4012, 4013, 4014, 4016, 4017
Jerman : 4002, 4006, 4009, 4011, 4012, 4014, 4015, 4016, 4017
Perancis : 4002, 4008, 4010, 4011, 4012, 4013, 4014, 4016, 4017
Inggris : 4001, 4002, 4009, 4012, 4013, 4014, 4016, 4017
Jepang : 4001, 4002, 4004, 4005, 4007, 4009, 4012, 4014, 4016, 4017
Singapura: 4002, 4006, 4009, 4010, 4011, 4013, 4017
Korea Selatan: 4001, 4002, 4004, 4010, 4011, 4012

Sementara produk-produk Thailand yang memiliki nilai AR > 1 (berarti memiliki daya saing) adalah 4001, 4007, dan 4010. Sedangkan untuk identitas TSI, Thailand memiliki spesialisasi ekspor untuk produk-produk: 4001, 4004, 4005, 4006, 4007, 4009, 4010, 4011, 4012, 4013, 4014, 4015, 4016, dan 4017.

Dari indikator di atas, terlihat bahwa Thailand memiliki profil ekspor produk agrobisnis karet sebagai berikut:

1. Thailand memiliki spesialisasi produk tertentu ke negara-negara tujuan utama ekspor dan memiliki daya saing yaitu produk 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc* / Karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), 4007 (*Vulcanised rubber thread and cord* / Vulkanisasi karet Benang dan tali), dan 4010 (*Conveyor and similar belts or belting of rubber* / Ban atau belting pengangkut atau penggerak dari karet divulkanisasi). Keseluruhan produk tersebut masuk ke dalam kategori produk spesialisasi ekspor (TSI positif). Artinya, ketiga produk tersebut sudah menjadi prioritas bagi Thailand untuk dijadikan spesialisasi ekspor untuk mengungguli kedua negara pesaing yakni Indonesia dan Malaysia.
2. Thailand juga memiliki spesialisasi produk ke negara-negara tujuan utama ekspor, akan tetapi produk-produk tersebut tidak memiliki daya saing. Produk yang termasuk kategori demikian adalah 4004 (*Rubber waste, parings and scrap (except hard rubber)* / Karet sisa, reja dan skrap karet (selain karet keras) dan bubuk serta butir yang diperoleh), 4005 (*Compounded unvulcanised rubber, in primary forms* / Karet campuran, tidak divulkanisasi, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc* / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi), 4009

(*Rubber tube, pipe, hose, except hard rubber* / Tabung, pipa dan selang dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapannya (misalnya, sambungan, siku, flensa)), 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber* / Ban bertekanan baru dari karet), 4012 (*Tyres nes, retreaded, used pneumatic, solid, cushioned* / Ditelapaki atau digunakan ban pneumatik dari karet; ban padat atau bantalan, telapak ban dipertukarkan dan penutup ban dari karet), 4013 (*Inner tubes of rubber* / Bagian dalam tabung dari karet), 4014 (*Hygienic or pharmaceutical articles of rubber* / Barang higienis atau farmasi (termasuk dot), dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapan dari karet keras), 4015 (*Rubber clothing and accessories, except hard rubber*/pakaian dan aksesoris pakaian (termasuk sarung tangan), untuk segala keperluan, dari karet divulkanisasi selain karet keras), 4016 (*Articles of vulcanised rubber except hard rubber, nes* / Barang lainnya dari karet divulkanisasi selain karet keras), 4017 (*Hard rubber (eg ebonite) in all forms, articles, scrap* / karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan skrap; barang dari karet keras). Sementara untuk produk 4002 (*Synthetic rubber* / karet sintesis dan factice yang berasal dari minyak, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip; campuran produk dari pos No 40.01 dengan setiap produk dari pos ini, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip) dan 4008 (*Rubber plate, sheet, strip, rod etc, except hard* / Pelat, lembaran, strip, batang dan bentuk profil, dari karet divulkanisasi selain karet keras) meskipun memiliki spesialisasi ke negara-negara tujuan utama ekspor namun kedua produk tersebut selain tidak memiliki daya saing juga tidak terspesialisasi ekspor (TSI negatif).

Hasil Analisis RCA Malaysia menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki nilai RCA yang berbeda untuk masing-masing pasar tujuan ekspor (Lampiran.1). Produk-produk yang memiliki nilai RCA > 1 (yang berarti Malaysia terspesialisasi pada produk agrobisnis karet) adalah:

Cina : 4003, 4005, 4006, 4007, 4008, 4009, 4014, 4015

AS : 4006, 4007, 4008, 4009, 4010, 4015, 4016

Jerman : 4001, 4003, 4005, 4006, 4007, 4008, 4015

Perancis : 4005, 4007, 4009, 4015

Inggris : 4006, 4007, 4008, 4015, 4017

Jepang : 4002, 4003, 4004, 4005, 4006, 4007, 4009, 4014, 4015, 4016

Singapura: 4002, 4004, 4005, 4006, 4007, 4008, 4009, 4010, 4011, 4012, 4013, 4014, 4015, 4016, 4017

Korea Selatan: 4004, 4005, 4006, 4007, 4008, 4009, 4010, 4012, 4014, 4015, 4016

Produk-produk dari Malaysia yang memiliki nilai $AR > 1$ (yang berarti memiliki daya saing) adalah 4001, 4002, 4003, dan 4006. Sedangkan untuk identitas TSI, Malaysia memiliki spesialisasi ekspor untuk produk 4001, 4003, 4004, 4005, 4006, 4007, 4008, 4009, 4012, 4013, 4014, dan 4015.

Dari berbagai indikator di atas, Malaysia memiliki profil ekspor produk agrobisnis karet sebagai berikut:

1. Malaysia memiliki spesialisasi dan daya saing produk tertentu ke negara-negara tujuan ekspor, yaitu untuk produk 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc*/karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), 4002 (*Synthetic rubber* / karet sintetis dan factice yang berasal dari minyak, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip; campuran produk dari pos No 40.01 dengan setiap produk dari pos ini, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets* / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), dan 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc* / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi). Dari keempat produk tersebut terdapat tiga produk yang masuk dalam kategori produk spesialisasi ekspor (4001, 4003, dan 4006), yang menandakan ke tiga produk tersebut menjadi prioritas unggulan ekspor. Sementara untuk produk 4002 meskipun memiliki daya saing dan spesialisasi ke negara-negara tujuan ekspor, namun tidak menjadi prioritas unggulan untuk produk ekspor.
2. Selain itu, Malaysia memiliki produk-produk yang memiliki spesialisasi ke negara-negara tujuan ekspor tertentu dan masuk dalam kategori produk spesialisasi ekspor (TSI positif) tetapi tidak memiliki daya saing. Produk-produk tersebut adalah 4004 (*Rubber waste, parings and scrap (except hard rubber)* / Karet sisa, reja dan skrap karet (selain karet keras) dan bubuk serta butir yang diperoleh), 4005 (*Compounded*

unvulcanised rubber, in primary forms/karet campuran, tidak divulkanisasi, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), 4007 (*Vulcanised rubber thread and cord / Vulkanisasi karet Benang dan tali*), 4008 (*Rubber plate, sheet, strip, rod etc, except hard / Pelat, lembaran, strip, batang dan bentuk profil, dari karet divulkanisasi selain karet keras*), 4009 (*Rubber tube, pipe, hose, except hard rubber/Tabung, pipa dan selang dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapannya (misalnya, sambungan, siku, flensa)*), 4012 (*Tyres nes, retreaded, used pneumatic, solid, cushioned/ditelapaki atau digunakan ban pneumatik dari karet; ban padat atau bantalan, telapak ban dipertukarkan dan penutup ban dari karet*), 4013 (*Inner tubes of rubber/bagian dalam tabung dari karet*), 4014 (*Hygienic or pharmaceutical articles of rubber/barang higienis atau farmasi (termasuk dot), dari karet divulkanisasi selain karet keras, dengan atau tanpa alat kelengkapan dari karet keras*), dan 4015 (*Rubber clothing and accessories, except hard rubber/pakaian dan aksesoris pakaian (termasuk sarung tangan), untuk segala keperluan, dari karet divulkanisasi selain karet keras*). Hal ini menunjukkan bahwa Malaysia memiliki keunggulan pemasaran produk-produk agrobisnis karet.

V. Penutup

A. Kesimpulan

Produk agrobisnis karet masih merupakan produk yang potensial untuk dikembangkan menjadi produk unggulan ekspor. Selain itu juga Indonesia masih memiliki potensi untuk bisa menjadi produsen utama penghasil karet menggeser Thailand yang saat ini merupakan negara penghasil karet terbesar di dunia. Berdasarkan hasil pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Negara-negara utama penghasil produk agrobisnis karet yang menjadi pesaing Indonesia adalah Thailand dan Malaysia. Pangsa pasar dari ketiga negara penghasil utama karet tersebut adalah lebih dari 70 persen dari total produksi karet alam dunia. Indonesia sebagai negara penghasil karet terbesar nomor 2 (dua) di dunia.
2. Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki nilai RCA yang hampir sama pada masing-masing pasar tujuan utama ekspor. Indonesia memiliki spesialisasi untuk produk 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc / Karet alam, balata, getah perca, guayule,*

chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip), di seluruh negara tujuan utama ekspor. Selain itu pula Indonesia memiliki spesialisasi produk di beberapa negara tujuan utama ekspor untuk produk-produk 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4010 (*Conveyor and similar belts or belting of rubber / Ban atau belting pengangkut atau penggerak dari karet divulkanisasi*), 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber / Ban bertekanan baru dari karet*), 4013 (*Inner tubes of rubber / Bagian dalam tabung dari karet*), 4016 (*Articles of vulcanised rubber except hard rubber, nes / Barang lainnya dari karet divulkanisasi selain karet keras*), dan 4017 (*Hard rubber (eg ebonite) in all forms, articles, scrap / karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan skrap; barang dari karet keras*)

3. Nilai AR Indonesia yang memiliki daya saing ($AR > 1$) adalah produk dengan kode HS 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc/karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets/karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), dan 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi*). Sementara itu indikator TSI (yang berarti terjadi spesialisasi ekspor) adalah produk dengan kode HS 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc/karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4005 (*Compounded unvulcanised rubber, in primary forms/karet campuran, tidak divulkanisasi, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip*), 4007 (*Vulcanised rubber thread and cord/vulkanisasi karet Benang dan tali*), 4008 (*Rubber plate, sheet, strip, rod etc, except hard/pelat, lembaran, strip, batang dan bentuk profil, dari karet divulkanisasi selain karet keras*), 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber/ban bertekanan baru dari karet*), 4013 (*Inner tubes of rubber/bagian dalam tabung dari karet*), dan 4015 (*Rubber clothing and accessories, except hard rubber/pakaian dan aksesoris pakaian (termasuk*

sarung tangan), untuk segala keperluan, dari karet divulkanisasi selain karet keras).

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk menjadikan Indonesia sebagai negara produsen utama produk agrobisnis karet maka perlu dilakukan peningkatan produktivitas dan efektifitas produk agrobisnis karet dengan melalui perluasan areal tanaman karet, melakukan peremajaan terhadap pohon-pohon karet yang usia produktifnya telah habis, dan juga dengan menggunakan produk klon-klon yang unggul yang memiliki produktivitas dan mutu lebih baik.
2. Produk yang menjadi unggulan ekspor dan berdaya saing selama ini hanya merupakan produk karet primer, kode HS 4001 (*Natural rubber and gums, in primary form, plates, etc* / Karet alam, balata, getah perca, guayule, chicle dan getah alam semacam itu, dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip) dan 4003 (*Reclaimed rubber in primary forms or in sheets* / Karet reklamasi dalam bentuk asal atau pelat, lembaran atau strip). Untuk itu perlu dilakukan pengembangan industri pengolahan barang dari karet yang memiliki nilai tambah lebih baik agar agrobisnis karet menjadi salah satu komoditas ekspor terbaik yang memberikan kontribusi besar bagi pendapatan negara.
3. Produk dengan kode HS 4006 (*Unvulcanised rubber as rods, tubes, discs, rings, etc* / Bentuk-bentuk lain (misalnya, batang, tabung dan profil) dan barang (misalnya, cakram dan cincin), dari karet tidak divulkanisasi) sebenarnya memiliki daya saing namun bukan merupakan produk spesialisasi ekspor. Untuk itu perlu dilakukan pengembangan pemasaran terhadap produk tersebut agar menjadi salah satu produk unggulan ekspor.

Lampiran 1. Nilai RCA Negara Produsen terhadap Pasar Tujuan Ekspor

No.	Negara Tujuan	Kode HS	Nilai RCA Negara Produsen		
			Indonesia	Thailand	Malaysia
1	Cina	4001	1,279	1,052	0,745
		4002	0,952	1,447	0,308
		4003	3,284	0,008	1,215
		4004	0,000	1,891	0,189
		4005	0,165	0,767	1,867
		4006	0,102	1,116	1,432
		4007	0,263	1,199	1,175
		4008	0,340	0,369	2,437
		4009	0,023	1,166	1,322
		4010	1,733	1,255	0,126
		4011	0,217	1,530	0,543
		4012	0,316	1,719	0,257
		4013	2,793	0,725	0,352
		4014	0,018	0,770	1,967
		4015	0,450	0,288	2,472
		4016	1,286	1,105	0,660
		4017	0,044	1,736	0,362
2	AS	4001	1,726	0,713	0,265
		4002	0,162	2,243	0,685
		4003	2,103	0,017	0,542
		4004	0,000	0,000	0,000
		4005	0,058	2,429	0,451
		4006	0,043	0,538	3,355
		4007	0,054	0,490	3,370
		4008	0,034	0,205	3,838
		4009	0,052	2,005	1,191
		4010	1,161	0,606	1,366
		4011	0,727	1,798	0,087
		4012	0,002	2,598	0,252
		4013	0,520	1,909	0,385
		4014	0,000	2,676	0,150
		4015	0,218	0,786	2,613
		4016	0,417	1,553	1,190
		4017	0,000	2,487	0,645

3	Jerman	4001	1,211	0,662	1,075
		4002	0,266	3,447	0,093
		4003	1,921	0,001	1,185
		4004	0,000	0,000	0,000
		4005	0,530	0,239	1,740
		4006	0,009	1,734	1,106
		4007	0,000	0,021	1,917
		4008	0,000	0,836	1,634
		4009	0,241	2,873	0,573
		4010	3,828	0,497	0,002
		4011	0,803	1,588	0,410
		4012	0,512	2,513	0,394
		4013	3,298	0,862	0,057
		4014	0,006	3,393	0,238
		4015	0,236	1,046	1,368
		4016	1,213	1,607	0,623
		4017	0,900	3,009	0,077
4	Perancis	4001	1,548	0,877	0,839
		4002	0,000	2,451	0,096
		4003	0,000	0,000	0,000
		4004	0,000	0,000	0,000
		4005	0,006	0,097	2,434
		4006	0,000	0,000	0,000
		4007	0,018	0,909	1,793
		4008	0,002	1,122	0,687
		4009	0,063	0,756	1,268
		4010	0,118	2,150	0,244
		4011	0,303	2,125	0,140
		4012	0,004	2,483	0,087
		4013	1,221	1,777	0,016
		4014	0,000	2,168	0,508
		4015	0,228	0,367	1,848
		4016	0,086	1,653	0,658
		4017	0,096	2,384	0,085

5	Inggris	4001	1,315	1,117	0,312
		4002	0,002	3,005	0,217
		4003	0,000	0,000	0,000
		4004	0,000	0,000	0,000
		4005	0,005	0,120	0,977
		4006	0,005	0,153	4,714
		4007	0,000	0,055	1,825
		4008	0,000	0,069	5,009
		4009	0,014	2,040	0,952
		4010	0,316	0,761	0,976
		4011	1,522	0,921	0,270
		4012	0,062	2,814	0,118
		4013	0,864	2,355	0,388
		4014	0,007	2,597	0,848
		4015	0,151	0,635	6,055
		4016	0,363	2,082	0,583
		4017	0,000	1,169	1,492
6	Jepang	4001	1,089	1,032	0,188
		4002	0,368	1,438	2,437
		4003	0,700	0,074	6,546
		4004	0,001	1,667	3,774
		4005	0,058	1,888	2,905
		4006	0,392	0,200	4,876
		4007	0,015	1,727	6,605
		4008	0,105	0,848	7,359
		4009	0,030	1,781	2,459
		4010	1,404	0,776	0,075
		4011	1,293	0,794	0,130
		4012	0,436	1,549	0,451
		4013	1,404	0,771	0,143
		4014	0,000	1,501	6,152
		4015	0,086	0,482	8,256
		4016	0,464	1,254	2,744
		4017	0,022	1,883	0,451

7	Singapura	4001	1,355	0,716	0,057
		4002	0,330	1,677	3,084
		4003	0,615	0,107	0,000
		4004	0,010	0,000	6,729
		4005	0,111	0,446	7,118
		4006	0,034	1,938	6,824
		4007	0,276	0,677	2,685
		4008	0,066	0,284	5,677
		4009	0,089	1,349	5,451
		4010	0,331	2,449	3,327
		4011	0,273	2,290	2,667
		4012	0,204	0,901	6,531
		4013	0,195	1,960	4,783
		4014	0,707	0,702	3,025
		4015	0,071	0,358	6,342
		4016	0,791	0,893	2,927
		4017	0,046	2,057	6,395
8	Korea Selatan	4001	1,081	1,005	0,878
		4002	0,342	1,666	0,530
		4003	2,881	0,000	0,695
		4004	0,302	1,143	1,683
		4005	0,589	0,055	2,507
		4006	0,973	0,472	1,094
		4007	0,100	0,890	2,215
		4008	0,169	0,542	2,523
		4009	0,012	0,862	2,420
		4010	0,627	1,244	1,432
		4011	0,432	1,576	0,394
		4012	0,935	1,085	1,521
		4013	3,282	0,041	0,122
		4014	0,018	0,981	2,535
		4015	0,060	0,277	2,699
		4016	1,109	0,880	1,074
		4017	2,691	0,212	0,470

Data diolah

Lampiran 2. Nilai AR dan TSI terhadap Produk Negara Produsen

No	Kode HS	Indonesia		Thailand		Malaysia	
		Nilai AR	Nilai TSI	Nilai AR	Nilai TSI	Nilai AR	Nilai TSI
1	4001	1,217	0,992	1,203	0,998	1,093	0,371
2	4002	0,794	-0,767	0,939	-0,296	1,112	-0,641
3	4003	1,169	0,015	0,830	-0,714	1,038	0,432
4	4004	0,987	-0,804	0,192	0,840	0,705	0,571
5	4005	0,898	0,255	0,215	0,887	0,198	0,979
6	4006	1,210	-0,869	0,850	0,220	1,467	0,288
7	4007	0,931	0,611	1,047	0,990	0,970	0,944
8	4008	0,926	0,096	0,863	-0,168	0,935	0,708
9	4009	0,875	-0,850	0,731	0,198	0,790	0,424
10	4010	0,876	-0,056	1,084	0,150	0,890	-0,367
11	4011	0,799	0,532	0,841	0,816	0,781	-0,108
12	4012	0,962	-0,117	0,645	0,371	0,614	0,143
13	4013	0,790	0,567	0,763	0,501	0,798	0,015
14	4014	0,863	-0,534	0,637	0,960	0,683	0,816
15	4015	0,870	0,914	0,855	0,937	0,910	0,953
16	4016	0,931	-0,116	0,948	0,173	0,955	-0,082
17	4017	0,922	-0,515	0,594	0,004	0,530	-0,577

Data diolah

BHAKTI - DHARMA - WASPADA

POLISIAAN

Daftar Pustaka

Buku

- Departemen Pertanian, *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Karet*, Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2007.
- Departemen Perdagangan Indonesia, *Neraca Perdagangan Indonesia*, Jakarta: PAST Pelayanan Informasi Ekspor Badan Pengembangan Ekspor Nasional, 2009.
- Arief Daryanto, Dr, Ir, M.Ec, *Dinamika Daya Saing Industri Peternakan*, Bogor: IPB Press, 2009.
- Muslim, Chairul, *Analisis Daya Saing Produk Ekspor Agroindustri Komoditas Berbasis Kelapa di Indonesia*, PAST Analisis Pertanian dan Kebijakan Pertanian, Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian, 2006.
- Tim Penulis PS, *Panduan Lengkap Karet*, Jakarta: Penebar Swadaya, 2008.

Internet

- Andhy Basar Parhusip, 2008, *Potret Karet Alam Indonesia*, [http://www.bni.co.id/Portals/0/Document/Ulasan%20Ekonomi/ Artikel%20Ekonomi%20dan%20Bisnis/Karet-sep08.pdf](http://www.bni.co.id/Portals/0/Document/Ulasan%20Ekonomi/Artikel%20Ekonomi%20dan%20Bisnis/Karet-sep08.pdf), diakses tanggal 18 Agustus 2010
- Chairil Anwar, 2006, *Perkembangan Pasar dan Prospek Agribisnis Karet di Indonesia*, (http://www.ipard.com/art_perkebun/Nov07-06_ch.asp diakses tanggal 28 Juni 2010)
- <http://comtrade.un.org/db/mr/rtfCommoditiesList.aspx?px=H1&cc=40> diakses tanggal 22 Juni 2010
- http://www.depdag.go.id/addon/depdag_isp/ diakses pada 10 Agustus 2010
- <http://www.gapkindo.org/index.php/en/component/content/article/1-artikel/152-perkebunan-karet-alam-eng.html> diakses tanggal 18 Agustus 2010
- Muchdie, 2008, *Konsep dan Pemahaman Tentang Daya Saing*, <http://pkpds.wordpress.com/2008/12/17/konsep-dan-pemahaman-tentang-daya-saing/> diakses pada tanggal 28 Juni 2010
- Suparni Setyowati Rahayu, 2009, *Keramik dan Karet*, (http://www.chem-is-try.org/materi_kimia/kimia-industri/utilitas-pabrik/keramik-dan-karet/ diakses pada tanggal 1 Agustus 2010)
- Utku Utkulu and Dilek Seymen, *Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15*, (<http://www.etsg.org/ETSG2004/Papers/seymen.pdf>), diakses tanggal 18 Oktober 2010.

PEDOMAN PENULISAN

1. Redaksi Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik menerima sumbangan artikel atau tulisan hasil kajian, ulasan terhadap sebuah kebijakan publik dan penelitian mengenai masalah-masalah ekonomi dan kebijakan publik secara umum;
2. Naskah dapat berupa hasil-hasil penelitian, pengembangan dan/atau pemikiran yang belum dipublikasikan;
3. Naskah harus dilengkapi dengan abstrak, kata kunci, sumber rujukan atau kutipan, dan daftar pustaka;
4. Naskah dapat ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris sesuai dengan kaedah bahasa yang baik dan benar; untuk naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam bahasa Inggris, dan untuk naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia: Panjang abstrak tidak lebih dari 250 kata, ditulis dengan huruf Arial berukuran 10;
5. Penulisan judul naskah dengan huruf kapital yang dicetak tebal (*bold*). Tubuh naskah dengan bentuk huruf (*font*) Arial berukuran 11, spasi tunggal, diatas kertas kuarto dengan panjang halaman 15-20 halaman;
6. Format penulisan diupayakan mengikuti aturan teknis tulisan ilmiah dengan menyebutkan secara jelas sumber acuan atau rujukannya dengan menggunakan sistem catatan kaki (*footnote*), dengan urutan: Nama pengarang/editor; judul karangan (ditulis dengan huruf miring); kota penerbit; nama penerbit; tahun penerbitan; dan nomor halaman yang dirujuk atau dikutip. Contoh:

Amin Wijaya Tungga, *Teori Akutansi Managemen*, Jakarta: Harvarindo, 1994, hal.21.

7. Daftar pustaka disusun berdasarkan abjad.

Buku

Amin Wijaya Tungga, *Teori Akutansi Managemen*, Jakarta: Harvarindo, 1994.

Buku kumpulan artikel

A.Saukah&M.G. Waseso (Eds), *Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah*, (Edisi ke-4, cetakan ke-1), Malang: UM Press, 2002.

Artikel dalam jurnal atau majalah

Ramlan Surbakti, *Identifikasi Partai Politik bagi Kaum Perempuan: Kajian tentang Perempuan dalam Ilmu Politik*, Jurnal Sosial dan Ilmu Politik, No.6/Tahun III, April 2002.

Tulisan dalam koran

Wanita Kelas Bawah Lebih Mandiri, Jawa Pos, 22 April 1995.

Internet

Kumaidi, 1998, *Pengukuran Bekal Awal Belajar*, Jurnal Ilmu Pendidikan, (online), (<http://www.malang.ac.id>, diakses 22 November 2000)

8. Naskah tulisan yang dikirim harus dalam bentuk cetakan (*hardcopy*) dan non cetakan (*softcopy*) dalam format word, dan dikirimkan ke email jurnalekonomi@gmail.com, selambat-lambatnya 1 bulan sebelum penerbitan;
9. Dewan redaksi dapat menolak naskah yang dinilai tidak layak diterbitkan.

