



ANALISIS DAYA SAING PRODUK KAKAO OLAHAN INDONESIA

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan ekspor produk kakao olahan Indonesia, melihat keunggulan komparatif produk kakao olahan Indonesia, melihat keunggulan kompetitif produk kakao olahan Indonesia dan menentukan jenis produk kakao olahan andalan dari beberapa jenis produk kakao olahan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder runtun waktu (*time series*) selama 10 tahun dari tahun 1992 sampai dengan tahun 2001. Data diperoleh dari lembaga atau instansi yang relevan seperti : Biro Pusat Statistik Jakarta, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Direktorat Jendral Perdagangan Luar negeri, BPEN Jakarta, Laporan Bank Indonesia, penelusuran melalui fasilitas internet dan lain-lain. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Acceleration Ratio (AR)*, Indeks Spesialisasi Perdagangan (*ISP*) dan *Analytic Hierarchi Process (AHP)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk lemak kakao Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Sedangkan produk pasta kakao dan bubuk kakao Indonesia belum memiliki keunggulan komparatif. Produk lemak kakao Indonesia sekaligus juga memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini menguntungkan bagi Indonesia karena tidak banyak negara produsen lemak kakao di dunia. Dalam periode tahun 1992-2001 produk ini berada pada tahap pematangan (tahap IV). Pada tahap ini produk domestik dan ekspor perlahan-lahan menurun, pengusaha asing yang datang belakangan mulai bersaing dengan pengusaha domestik di bidang ekspor. Produk pasta kakao juga berada pada tahap pematangan (tahap IV). Kedua produk ini perlu diantisipasi agar pada tahun-tahun mendatang produk lemak kakao dan pasta kakao ini tidak mengalami penurunan. Sedangkan untuk produk bubuk kakao berada pada tahap perluasan ekspor (tahap III). Hal ini menjelaskan bahwa produk bubuk kakao ini sedang berkembang dan memiliki potensi daya saing (keunggulan kompetitif) di pasar internasional. Jenis produk kakao olahan andalan yang memenuhi kriteria penentuan dalam penelitian ini adalah produk lemak kakao, yang diikuti oleh produk bubuk kakao dan pasta kakao.

Kata kunci : keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif dan produk andalan



ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF INDONESIAN COCOA PREPARATION PRODUCTS

Abstract

The objective of the research is to reveal the development of Indonesian cocoa preparations exports increase, to analyse the comparative and competitive advantage and to determine the reliable category of the prepared cocoa product items.

The employed data in this research are time series secondary data sets from 1992 until 2001. The sources of such data are relevant institutions like the Jakarta Bureau of Central Statistics (BPS), Ministry of Industry and Trade, Foreign Trade General Directorate, Jakarta BPEN, Bank of Indonesia reports, and internet websites. The data analysis uses Revealed Comparative Advantage (RCA) Method, Acceleration Ratio (AR), Trade Spesialization Index and Analytic Hierarchy Process (AHP).

The research results show that the cocoa butter product of Indonesian cocoa has the comparative advantage, mean while the cocoa paste and cocoa powder has the comparative disadvantage yet. The cocoa butter of Indonesian cocoa, has the competitive advantage too. This will be benefitting for Indonesia since the world producers of such products are not many during the periode of 1992-2001. At this point, the domestic export products were gradually declined, foreign companies those were coming later started to compete with domestic companies in the export side. The cocoa paste products are also at the phase of maturity (phase IV). Both, cocoa butter and cocoa paste products are necessary to anticipate the possible declines in the future. The powdered cocoa products, on the other hand, are at the phase of enlargement exports (phase III). This condition explains that the cocoa powder products are increasing and get the competitive advantage potentials in the global market. The reliable items of the cocoa products that fulfil the determining criteria in this research are the cocoa butter, followed by the cocoa powder and the cocoa paste.

Key words: comparative advantage, competitive advantage and the reliable product of cocoa products