



ABSTRACT

- This research aims to classify Indonesia's non-oil exports based on competitive advantage and market share in Norway and Denmark. This research utilizes secondary data from 1996-2000 acquired from Statistics Norway and Denmark. This research employs Ballasa's Revealed Comparative Advantage (RCA) model to analyze the competitiveness on Indonesia's non-oil exports in both countries. Then the RCA index is to be compared to Market Share Analysis. Main findings of the analysis show that manufactured goods and agricultural commodities dominate the list of leading commodities in both countries. This research also compares the RCA index to Export Growth Analysis and reveals that none of the commodities has sustainable competitiveness as it is reflected by its inconsistency as leading commodity during the period observed.

Keywords: revealed comparative advantage (RCA), market share analysis, export growth analysis, comparative advantage, competitive advantage, Norway, Denmark.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

The Competitiveness and market share of Indonesia's non-oil exports in Norway and Denmark
TANTYO, Himawan, Dr. Mudrajad Kuncoro, M.Soc.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengolongkan ekspor non migas Indonesia berdasarkan keunggulan kompetitif and pangsa pasarnya di Norwegia dan Denmark. Penelitian ini menggunakan data sekunder dalam periode 1996-2000 yang diperoleh dari Biro Statistik Norwegia dan Denmark. Penelitian ini memakai model yang dikenalkan oleh Ballasa (1965) yaitu Revealed Comparative Advantage untuk menganalisa daya saing produk-produk non migas Indonesia di kedua negara tersebut. Kemudian hasilnya dibandingkan dengan analisis pangsa pasar. Temuan utama dari perbandingan tersebut menunjukkan bahwa produk-produk manufaktur dan komoditas pertanian mendominasi daftar produk unggulan di kedua negara. Penelitian ini juga membandingkan indeks RCA dengan analisis pertumbuhan ekspor and terungkap bahwa tidak ada produk non migas Indonesia yang memiliki daya saing yang berkesinambungan seperti ditunjukkan oleh tidak konsistennya produk-produk tersebut masuk dalam daftar produk unggulan selama periode observasi.

Kata-kata kunci: revealed comparative advantage (RCA), analisis pangsa pasar, analisis pertumbuhan ekspor, keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, Norwegia, Denmark.

