

ANALISIS INDUSTRY'S COMPETITIVENESS PADA CRUDE PALM OIL INDONESIA

Oleh:
Dian Widyaningtyas¹
Tri Widodo²

*Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora
Universitas Aisyiyah Yogyakarta (UNISA) Yogyakarta¹*

*Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta²*

Email:
dianoer@gmail.com¹

ABSTRACT

Indonesia's palm oil industry has a comparative advantage in term of vast areas of land and the the cheapest palm oil production cost in the world. In this study we concern on the industry competitiveness of Indonesia's crude palm oil (CPO). This study also discusses the opportunities of CPO's industry in the future. Here, the industry competitiveness is analyzed using Porter's Five-Forces. Our result showed that there is strong pressure in almost all perspectives, except the input power of buyers and entry. This high pressure related to the amount of worldwide palm oil producers, the availability of soybean oil which indicated as the main competitor for the industry as alternative products, and the internal rivalry. Thus, we analyze the strength of the palm oil industry to find opportunities for further development. Some great opportunities might be applicable for developing the CPO industries are, e.g., optimizing the use of palm oil as biofuels, maximizing the competitiveness of palm oil among other vegetable oils in terms of production capacity, and boosting the demand from europe as new importers.

Keyword: Competitiveness, Porter's Five Forces, Crude Palm Oil

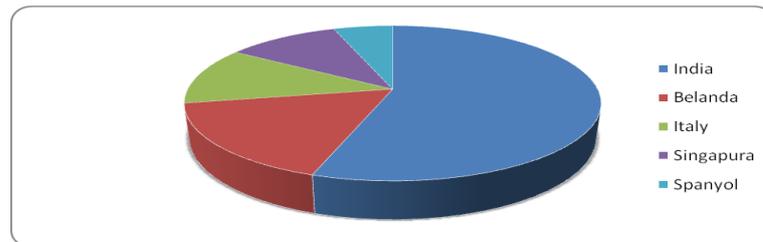
A. PENDAHULUAN

Industri kelapa sawit menjadi kunci bagi perekonomian Indonesia, karena ekspor minyak kelapa sawit merupakan penghasil devisa yang besar setelah migas. Kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan yang tumbuh pesat jika dibandingkan dengan tanaman perkebunan lain seperti kopi maupun kakao. Industri kelapa sawit Indonesia mempunyai keunggulan komparatif berupa areal lahan yang luas dan biaya produksi *Crude Palm Oil* (CPO) termurah di dunia.

Industri kelapa sawit dan olahan minyak sawit mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Produk turunan seperti CPO merupakan komoditas yang penting dan mempunyai prospek yang baik pada pasar dunia. Selain untuk bahan baku makanan seperti minyak goreng atau mentega,

pemanfaatan CPO banyak digunakan sebagai bahan kimia dasar, bahan baku industri kulit, minyak pelumas, hingga bahan kosmetik dan obat-obatan.

Tingkat produksi kelapa sawit Indonesia cukup tinggi sehingga Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Nilai ekspor yang tinggi tersebut mampu menggambarkan daya saing kelapa sawit ke pasar dunia. Dewasa ini, ekspor CPO Indonesia tidak hanya ke negara-negara Asia, namun ekspansi ekspor CPO meluas pada pasar Eropa, Amerika, dan Timur Tengah.



Sumber : Kemenperin, diolah

Gambar 1.

Ekspor CPO Indonesia Tahun 2014 Berdasar Negara Tujuan

Berdasar data di atas, pasar utama ekspor CPO Indonesia adalah India, Belanda dan Italy. Ekspor CPO Indonesia ke India pada tahun 2014 senilai 2,1 miliar US\$. Sementara total nilai ekspor CPO Indonesia ke Eropa (Belanda, Italy, dan Spanyol) senilai 1,3 miliar US\$ dan ekspor ke Singapura sebesar 397 juta US\$ (Kemenperin, 2015). Eropa mulai menjadi pasar ekspor CPO Indonesia sejak tahun 2008. Pada tahun 2009, ekspor CPO Indonesia ke negara-negara Uni Eropa sebesar 3,6 juta ton dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menjadikan Eropa sebagai salah satu pasar ekspor utama bagi CPO Indonesia.

Penelitian ini terkait daya saing industri CPO Indonesia menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA dapat menjelaskan kekuatan daya saing dari produk ekspor Indonesia terhadap produk sejenis dari negara lain. Hasil RCA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki nilai indeks rata-rata RCA tahun 2007-2014 dibawah 1 yaitu pada angka 0.87. Dengan indeks RCA dibawah 1 ($RCA < 1$) artinya keunggulan komparatif yang dimiliki CPO Indonesia tergolong rendah pada komoditas tersebut dibawah rata-rata dunia. Namun pada tahun 2014, nilai rata-rata indeks $RCA > 1$ yaitu 1.08, menunjukkan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Artinya, keunggulan komparatif tergolong tinggi untuk komoditas tersebut pada tahun 2014 yaitu di atas rata-rata dunia. Kinerja ekspor CPO Indonesia cukup bagus pada tahun 2014 karena kenaikan volume ekspor CPO dan turunannya ke negara-negara Eropa. Indonesia mempunyai daya saing ekspor CPO, namun harus ditingkatkan. (Widyaningtyas dan Widodo, 2016).



Sumber : Widyaningtyas dan Widodo.

Gambar 2.
Indeks Revealed Comparative Advantage CPO Indonesia

Dari grafik di atas, terlihat bahwa Industri CPO Indonesia mempunyai daya saing yaitu keunggulan komparatif berupa lahan perkebunan yang luas dan biaya produksi yang murah jika dibandingkan negara produsen CPO lain. Namun daya saing ini masih harus ditingkatkan karena persaingan dengan negara kompetitor, Malaysia dan Thailand. Selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap *industry's competitiveness* dengan mengkaji lima kekuatan (*Five Forces*) persaingan yang berpengaruh terhadap kompetisi industri CPO Indonesia.

Dasar pemikiran yang melandasi penelitian ini bahwa suatu industri dapat bertahan dalam kompetisi usaha jangka panjang dengan mengoptimalkan pilar kekuatan. Keunggulan yang dimiliki suatu industri, baik berupa keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif dapat menjadi daya saing yang kuat bagi perkembangan industri tersebut.

Industry's competitiveness merupakan kemampuan perusahaan atau suatu negara untuk menawarkan produk dan layanan yang memenuhi standar kualitas pada pasar lokal dan dunia. Produk tersebut memiliki harga yang kompetitif dan memberikan keuntungan yang memadai dari sumber daya yang digunakan dalam memproduksi produk tersebut. Keunggulan tersebut dapat dimanfaatkan untuk berkompetisi dengan industri atau perusahaan lain. Keunggulan kompetitif terjadi apabila konsumen merasa menerima nilai lebih dibandingkan apabila berinteraksi dengan perusahaan lain.

Konsep analisis *industry's competitiveness* dikembangkan oleh Michael E. Porter (1980) melalui "*Porter's Five Forces*". Menurut Porter terdapat lima kekuatan persaingan yang akan berpengaruh terhadap kompetisi industri. Pertama adalah persaingan antara pesaing dalam industri yang sama (*rivalry among competition*). Persaingan dalam bidang ini merupakan inti dari *forces* karena kompetisi intensif yang dilakukan antar perusahaan. Kedua, ancaman masuknya pendatang baru (*threat of new entrant*). Industri yang menawarkan keuntungan yang tinggi akan mendorong perusahaan lain untuk masuk ke dalam pasar persaingan. Ketiga, ancaman barang substitusi (*threat of substitute products*). Produk substitusi merupakan produk sejenis yang dapat menggantikan, harga merupakan faktor yang berperan dalam menentukan tingkat substitusi suatu produk. Keempat, daya tawar pembeli (*bargaining power of buyers*). Kelima, daya tawar penjual (*bargaining power of supplier*).

Ada beberapa kajian tentang *crude palm oil*, antara lain Rahmadi dan Aye (2003) dalam *Biodiesel from Palm Oil as a alternative fuel for Indonesia*:

Opportunities and Challenges. Hasil penelitian menunjukkan pengembangan biofuel dari kelapa sawit sangat tepat bagi bahan bakar alternatif.

Yacoob (2007) dalam *An Investigation of the Malaysian Palm Oil Industry's Environmental Strategies, Stakeholders' Pressure, Environmental Effectiveness and Competitive Advantage.* Hasil penelitian menyatakan bahwa perusahaan yang lebih proaktif terlihat mampu mendapatkan lebih dari efektivitas lingkungan yang setara dengan keunggulan kompetitif dibanding dengan kelompok yang reaktif dalam perusahaan tersebut.

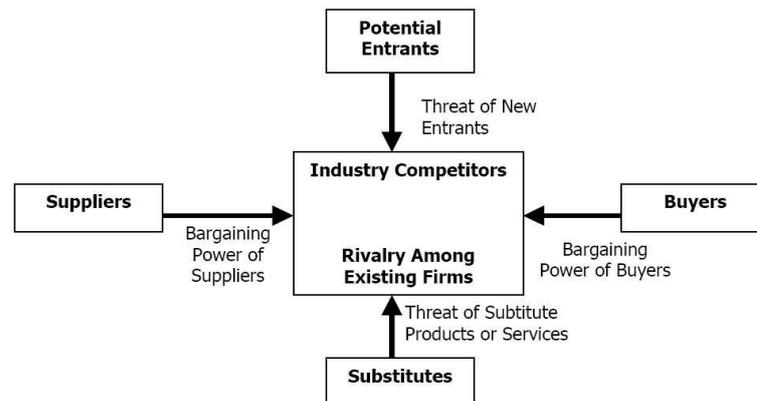
Gaskell (2015) dalam *The Role of Markets, Technology, and Policy in Generating Palm-Oil Demand in Indonesia.* Salah satu hasil penelitian bahwa tantangan industri CPO yang sedang berlangsung di Indonesia adalah untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan efisiensi dengan kebijakan pertanian bagi petani kecil.

Rifin, A.(2010) dalam *The Effect of Export Tax on Indonesia's Crude Palm Oil (CPO) Export Competitiveness.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebijakan pajak ekspor akan menyebabkan daya saing CPO Indonesia di pasar internasional berkurang.

B. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan untuk melihat kondisi CPO Indonesia adalah data statistik ekspor-impor *crude palm oil* dari Kemenperin dan BPS RI tahun 2007-2014 dan berbagai kajian ilmiah/literatur terkait industri CPO Indonesia. Analisis industri pada penelitian ini menggunakan Michael Porter's *Five-Forces*. Analisis *industry's competitiveness* membahas lima kekuatan.

Porter's *Five Forces* terdiri dari *supplier power, buyer power, entry, substitute and complementary products dan internal rivalry.* Analisis *Five-Forces Framework* sebagai berikut :



Sumber : Besanko, et al.

Gambar 3.
Porter's Five-Forces

Kapabilitas internal dalam industri CPO dilakukan dengan mengkaji kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang-peluang dalam pengembangan industri CPO Indonesia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Porter's Five Forces

Pertumbuhan industri CPO dan industri turunannya mendorong adanya persaingan antar negara-negara produsen CPO. Analisis industri Porter dengan *Five-Forces* digunakan untuk melihat tekanan persaingan dalam industri CPO.

Power of Supplier

Adanya tekanan daya saing pemasok sebagai *bargaining power of suppliers* dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku untuk produksi. Negara pemasok pada industri CPO adalah negara-negara pengekspor utama CPO dunia yaitu Indonesia dan Malaysia. Menurut Porter, *bargaining power of suppliers* tinggi apabila hanya ada sedikit pemain pada industri tersebut, tidak ada produk pengganti yang tersedia, produk dari pemasok merupakan input (bahan baku) yang penting bagi bisnis yang dilakukan oleh pembeli, produk dari kelompok pemasok dapat dibedakan dan menimbulkan ancaman yang kredibel untuk pengintegrasian ke depan (Porter, 1980).

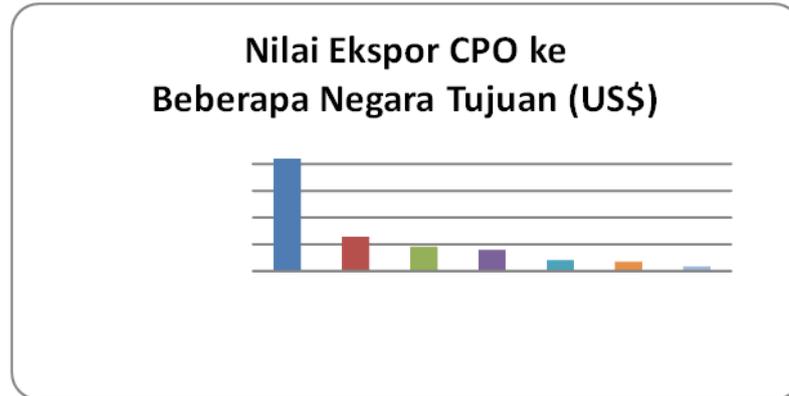
Dari sisi negara produsen, *power of input suppliers* dapat dikategorikan kuat karena hanya ada dua negara utama pengekspor. Kondisi ketersediaan bahan baku pada wilayah tersebut mendorong berkembangnya perusahaan industri kelapa sawit.

Pangsa ekspor Indonesia di pasar dunia pada tahun 2012 sebesar 53,1%. Sedangkan pangsa ekspor CPO Malaysia di dunia pada tahun 2012 sebesar 35,9%. Sementara itu impor CPO Malaysia pada tahun tersebut cukup tinggi yaitu US\$ 802 juta. Sebagian besar impor tersebut diperoleh dari Indonesia yaitu 87,8% dari total impor CPO Malaysia pada tahun 2012. Hal ini menunjukkan adanya ketergantungan industri hilir Malaysia dengan pasokan bahan baku CPO dari Indonesia. (Kemendag, 2013). Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memimpin persaingan pasar internasional dengan Malaysia. Sehingga dapat dikatakan bahwa *bargaining power of suppliers* industri CPO Indonesia tinggi.

Power of Buyer

Total ekspor komoditas CPO Indonesia pada tahun 2014 sebesar 5.726.820.329 kg yaitu senilai US\$ 4,206,741,340. Ekspor ini terdiri dari 30 negara importir dunia. (Kemenperin, 2014). Besarnya volume ekspor dan banyaknya negara yang membutuhkan pasokan CPO Indonesia menunjukkan bahwa CPO Indonesia mempunyai pasar konsumen yang besar.

Porter mengatakan bahwa *bargaining power of buyers* kuat apabila konsumen membeli produk dalam jumlah yang besar, hanya terdapat sedikit konsumen yang membeli barang tersebut, produk yang dibeli standar, konsumen menghadapi beberapa biaya *switching*, dan kualitas produk atau jasa tidak relevan dengan kualitas produk pembeli (Porter, 1980).



Sumber : Kemenperin, diolah

Gambar 4.
Daftar Tujuh Negara Terbesar
Importir CPO Indonesia Tahun 2014

Industri CPO Indonesia memiliki *power of buyer* lemah karena terdapat banyak konsumen yang memesan atau membeli produk hasil industri CPO. Selain itu, negara importir tidak terlalu banyak mempunyai pilihan dalam importir bahan baku atau CPO. Saat ini produsen CPO masih terpusat di Indonesia dan Malaysia.

Negara-negara pengimpor utama CPO antara lain India dan Belanda. Sebagai negara pengimpor CPO yang besar, India dan Belanda mempunyai daya saing dalam memilih CPO berkualitas dan harga murah diantara pemasok. Namun negara tersebut kurang bisa melakukan pemilihan baik dari segi harga maupun kualitas CPO karena terbatasnya produsen CPO atau negara penghasil kelapa sawit.

Entry

Industri CPO adalah industri yang memiliki ketergantungan pada sumber daya alam. Tanaman sawit hanya tumbuh di wilayah dengan iklim tropis. Tidak semua negara dapat menanam bibit kelapa sawit.

Kondisi geografi dapat menjadi penghalang pada industri yang spesifik tergantung pada kondisi alam seperti CPO. Kelapa sawit hanya tumbuh pada wilayah katulistiwa dan negara-negara tertentu di Amerika Latin, Afrika dan Asia Tenggara yang dapat terlibat pada industri CPO. (Yaacob, 2007). Hal ini memperlihatkan *entry* bagi negara atau perusahaan CPO baru lemah karena untuk bergerak di industri CPO diperlukan kondisi alam yang mendukung ketersediaan bahan baku.

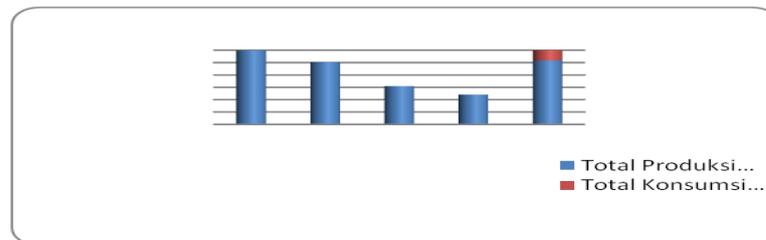
Menurut Porter, dalam kompetisi bisnis akan selalu muncul ancaman dari pemain baru. Selain Indonesia dan Malaysia sebagai produsen utama. Negara Thailand menjadi *threat of new entrants* bagi Indonesia sebagai pengeksportir utama, karena Thailand sebagai negara baru eksportir CPO mempunyai daya saing yang cukup bagus dan ketersediaan lahan yang masih luas untuk perkebunan kelapa sawit. Namun demikian secara kapasitas produksi dan jumlah pemain baru pada industri ini, *entry* pada industri CPO masih terbilang rendah.

Dukungan pemerintah Thailand ditunjukkan dengan sosialisasi program Sertifikasi 20 Tahun (*20-Year Land Titling Program/LTP*). Program ini mampu menyelesaikan isu-isu ketidakpastian hunian dan kepemilikan tanah (Dallinger). Performa ekspor kelapa sawit Thailand juga diperlihatkan dengan kemampuan Thailand memasok CPO bersertifikat yang sesuai dengan kriteria *Roundtable on Sustainable Palm Oil /RSPO*.

Substitute and Complementary Products

Pertumbuhan suatu industri akan mendorong pengembangan produk pesaing yang pada kondisi tertentu dapat menjadi produk pengganti. Pada industri CPO ketersediaan minyak nabati lain seperti minyak kedelai dan minyak bunga matahari merupakan *threat of substitute products*.

Minyak nabati lain berfungsi sebagai produk pelengkap maupun produk pengganti dari minyak sawit. Data *oil world* menunjukkan jumlah konsumsi minyak kedelai sekitar 25,1 juta mendekati jumlah konsumsi minyak sawit senilai 29,7 juta. Data tersebut menunjukkan minyak kedelai berpotensi menggantikan posisi minyak sawit baik sebagai *substitutes* maupun komplementer. Pada tahun 2008-2012 tercatat sebagai berikut :



Sumber : Oil world dan Kemenperin, diolah

Gambar 5.
Perbandingan Total Produksi dan Konsumsi Minyak Nabati Indonesia

Terlihat bahwa minyak sawit masih menduduki peringkat teratas dalam kapasitas produksi dan konsumsi di Indonesia, namun mempunyai persaingan yang kuat dengan minyak kedelai. Total produksi dan konsumsi pada masing-masing jenis minyak berimbang, sehingga dapat diasumsikan bahwa jumlah produksi setiap minyak nabati sesuai dengan kapasitas konsumsi dari konsumen.

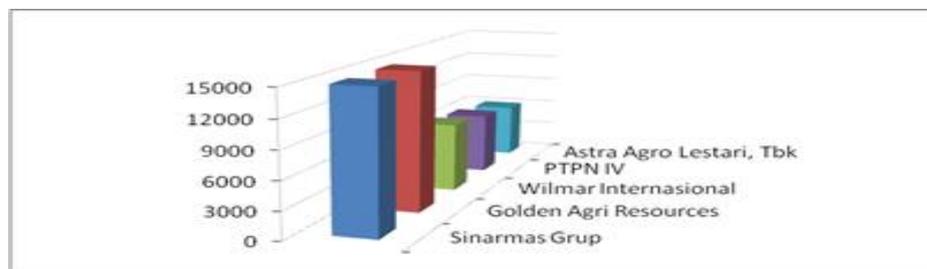
Amerika Serikat dan Brazil sebagai negara produsen kedelai terbesar dunia, berencana untuk mengembangkan produksi minyak kedelai. Perluasan ladang kedelai dilakukan untuk menyasar pasar biodiesel yang diperkirakan akan membengkak secara global. Diprediksi pasokan minyak kedelai akan melambung pada tahun 2016. *Supply* kedelai yang tinggi akan menekan harga minyak kedelai, sehingga secara kompetitif mempunyai harga bersaing dengan minyak sawit. Terlebih, kedelai bisa digunakan sebagai substitusi CPO di segala bidang termasuk biodiesel (Pro Kaltim, 2015).

Dari data diatas, terdapat beberapa jenis minyak nabati lain yang dapat berperan sebagai produk substitusi. Potensi substitusi yang utama berasal dari

minyak kedelai, sehingga dapat dikatakan tekanan dari produk substitusi adalah kuat.

Internal Rivalry

Internal rivalry kuat karena terdapat banyak perusahaan besar yang bergerak pada bidang *plantation*. Dalam analisis struktur pasar CPO, ditinjau dari sisi produsen atau penjual CPO terdapat beberapa produksi di negara-negara seperti Malaysia, Indonesia, Nigeria, Columbia dan Thailand. Didukung dengan kondisi lahan perkebunan yang sesuai untuk budidaya tanaman komoditi kelapa sawit. Struktur pasar CPO di Sumatera utama sebagai salah satu wilayah penghasil CPO berbentuk oligopsoni, yaitu pasar CPO di mana terdapat beberapa kelompok pedagang besar yang mendominasi perdagangan (Afifuddin dan Kusuma, 2007). Sementara beberapa perusahaan besar *plantation* mempunyai kapasitas produksi hingga 15.000 Ton per hari.



Sumber : Berbagai sumber

Gambar 6.

Daftar 5 Perusahaan Besar *Plantation* di Indonesia (Jumlah Produksi dalam Ton)

Kelapa sawit merupakan komoditas yang permintaan pasarnya sangat dipengaruhi oleh harga dan layanan (servis). Terdapat tekanan yang kuat bagi negara-negara produsen untuk meminimalkan biaya produksi dan servis kepada konsumen (Yaacob, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa intensitas persaingan pada industri ini tinggi. Di pasar dunia, Sime Darby Group memegang posisi sebagai perusahaan besar di dunia dengan total luas lahan 1 juta hektar dimana 605.046 hektar merupakan perkebunan kelapa sawit. Saat ini perusahaan Sime Darby memasok sekitar 5% dari CPO dunia dengan total produksi rata-rata sebesar 2,8 juta ton (SimeDarby Plantation, 2015). Selain Sime Darby, terdapat perusahaan-perusahaan besar lain di bidang *plantation* seperti Sinarmas, Golden Agri dan Wilmar Internasional.

Tingkat persaingan bisnis menjadi hal yang penting untuk diketahui guna melihat posisi produk di pasar persaingan internasional. Langkah kompetisi yang tepat akan mendorong pertumbuhan usaha tersebut dapat maksimal. Hasil analisis industri *Porter's Five Forces* memperlihatkan ada tekanan hampir disemua perspektif kecuali pada *power of input buyer* dan *entry*. Sedangkan di tiga perspektif lainnya terjadi tekanan yang tinggi.

Tabel 1.
Analisis Porter's Five-Forces terhadap Industri CPO

NO	FORCE	IMPACT
1	<i>Power of Supplier</i>	<i>High</i>
2	<i>Power of Buyer</i>	<i>Low</i>
3	<i>Substitutes and complementary product</i>	<i>High</i>
4	<i>Entry</i>	<i>Low</i>
5	<i>Internal Rivalry</i>	<i>High</i>

Sumber : Berbagai sumber, hasil analisis penulis

Dari analisis diatas dapat ditemukan *key success factor* dalam pengembangan industri CPO. Terdapat beberapa kriteria untuk dapat berhasil dalam kompetisi industri CPO, yaitu :

- a. Produk yang dihasilkan harus mempunyai kualitas yang lebih baik dari kompetitor dan memenuhi standar produk internasional. Kualitas yang baik ditunjukkan dalam parameter output produk yang menggunakan bahan dasar CPO berkualitas. Hal ini sejalan dengan hasil analisis *power of supplier* yang kuat.
- b. Mempunyai harga yang kompetitif dengan pesaing. Perusahaan harus mampu bersaing dari sisi harga karena faktor harga tersebut masih memegang pengaruh dalam keputusan pembelian CPO. Hal ini sejalan dengan analisis *rivalry* yang kuat.
- c. Mempunyai kemampuan bersaing dengan minyak nabati lain. Perkembangan dan keberhasilan suatu industri akan mendorong masuknya produk sejenis. Peluang konsumsi CPO yang tinggi mendorong industri minyak nabati lain untuk mengambil peluang sebagai produk pengganti atau komplemen. Hal ini sesuai dengan analisis bahwa tekanan dari *substitute product* adalah kuat.

Dalam upaya pengembangan industri CPO Indonesia, perlu memperhatikan daya saing yang dimiliki industri sebagai satu kekuatan. Data dari Dirjenbun menunjukkan hingga tahun 2015 terdapat sekitar 11,4 juta ha perkebunan sawit, yang terdiri dari 4,7 juta ha perkebunan rakyat, perkebunan negara seluas 0,77 juta ha dan 5,9 juta ha perkebunan swasta (Dirjenbun, 2015). *The Indonesian Palm Oil* menyatakan bahwa target jangka panjang Indonesia pada tahun 2020 adalah produksi 40 juta ton CPO per tahun. Hal ini karena pemerintah ingin meningkatkan peran CPO dalam perekonomian domestik seiring meningkatnya permintaan CPO global.

Beberapa hal dapat menjadi kekuatan daya saing bagi pengembangan industri ini. Ketersediaan lahan yang luas dan iklim mendukung perkembangan perkebunan kelapa sawit. Potensi tenaga kerja Indonesia sangat besar, dengan jumlah penduduk saat ini mencapai sekitar 253 juta jiwa. Sehingga proses produksi CPO Indonesia merupakan yang termurah dari sisi bibit sawit dan ongkos tenaga kerja dibandingkan dengan negara lain. Selain itu, produksi komoditas CPO Indonesia telah memenuhi standar nasional dan internasional. (Nayantakaningtyas dan Daryanto, 2012). Kualitas produksi CPO Indonesia harus

memenuhi standar nasional indonesia atau SNI 01-2901-2006 dan standar internasional RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*) yang secara otomatis meningkatkan daya saing CPO Indonesia di pasar internasional.

Peluang industri CPO di masa depan

Pengembangan industri CPO dilakukan dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Beberapa peluang tersebut dipetakan dari sisi konsumsi, sisi lahan tanam, sisi *environment*, dan potensi pasar sebagai berikut :

a. Sisi konsumsi

Peluang industri CPO terkait penggunaan produk berbahan baku CPO menunjukkan trend yang meningkat. Di rumah tangga maupun usaha bisnis berupa penggunaan minyak goreng sawit dan minyak sawit mentah. Selain itu, pemanfaatan bahan bakar nabati sebagai alternatif bahan bakar juga memperlihatkan adanya peluang bagi industri CPO.

Penggunaan bahan bakar nabati di Eropa berasal dari minyak *rapeseed*, sementara di Amerika menggunakan minyak kedelai. Maka di Indonesia, minyak sawit dan asam lemak limbah sawit dari pabrik kelapa sawit merupakan sumber yang paling tepat sebagai alternatif bahan bakar nabati (Rahmadi dan Aye, 2003).

b. Sisi *natural resources* (lahan)

Terkait ketersediaan area lahan merupakan peluang besar yang dapat dioptimalkan untuk perkebunan sawit.

Indonesia mempunyai keunggulan dalam hal ketersediaan lahan perkebunan dibanding dengan Malaysia yang area perkebunannya sudah habis untuk ekspansi (Yaacob, 2007).

c. Sisi *environment*

Sistem perkebunan kelapa yang berkelanjutan yang digalakkan pemerintah membuka peluang bagi industri CPO. Indonesia dapat melakukan ekspor produknya ke Eropa, Amerika atau negara-negara yang mensyaratkan RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*). Beberapa negara di dunia sangat memperhatikan kelestarian alam dan menolak mengimpor produk industri yang pembukaan lahan perkebunannya dianggap merusak ekosistem.

d. Sisi potensi pasar

Tidak hanya di dalam negeri dan Asia, peningkatan permintaan produk berbahan baku CPO maupun produk turunannya juga berasal dari luar negeri. Setelah India, Belanda dan Amerika. Permintaan juga datang dari Timur Tengah dan negara-negara Uni Eropa. Sehingga peluang pemasaran industri CPO Indonesia masih terbuka lebar.

D. SIMPULAN

Industri CPO Indonesia mempunyai daya saing ekspor ditunjukkan dengan indeks $RCA > 1$ pada tahun 2014. Analisis *industry competitiveness* dengan *Porter Five-Forces* memperlihatkan terdapat tekanan tinggi pada tiga perspektif yaitu *power of supplier*, *substitutes product* dan *internal rivalry*. Tekanan tersebut

terkait jumlah pemasok, ketersediaan produk pengganti dan persaingan internal industri.

Dari analisis *Porter's Five Forces*, dapat dikaji kekuatan daya saing bagi pengembangan industri CPO. Beberapa peluang pengembangan industri CPO Indonesia di masa depan dipetakan dari sisi konsumsi, sisi lahan, sisi *environment* dan *market*. Antara lain trend penggunaan produk turunan berbahan baku CPO yang meningkat dan pemanfaatan CPO sebagai *biofuel*. Selain itu peluang besar yang dapat dioptimalkan adalah ketersediaan area lahan untuk perkebunan sawit dan ekspansi pasar internasional diluar Asia. Selain India, pasar Timur Tengah dan Uni Eropa sebagai negara importir baru bagi pangsa pasar CPO Indonesia, menjadi peluang besar bagi ekspor CPO Indonesia.

Acknowledgement.

This work is partially supported by Indonesia Endowment Fund for Education (Lembaga Pengelola Dana Pendidikan Republik Indonesia).

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, S dan Kusuma, S.I. (2007). Analisis Struktur Pasar CPO: Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Ekonomi Wilayah Sumatera Utara. Wahana Hijau Jurnal Perencanaan dan Pengembangan Wilayah, Vol.2 No. 3.
- Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan. (2013). *Analisis Kebijakan Bea Keluar (BK) CPO Dan Produk Turunannya*. Kementerian Perdagangan RI.
- Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., dan Schaefer, S. (2013). *Economic of Strategy*. Sixth Edition. Wiley. USA.
- Dallinger, J. Perkembangan Kelapa Sawit di Thailand : pertimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan.____.
- Direktorat Jenderal Industri Argo dan Kimia. 2009. *Roadmap Industri Pengolahan CPO*. Departemen Perindustrian. Jakarta.
- Gaskella, J. (2015). *The Role of Markets, Technology, and Policy in Generating Palm-Oil Demand in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies, Vol. 51, No. 1, : 29–45
- Katalog BPS RI. (2015). *Foreign Trade Statistical Bulletin: Exports*. BPS. Jakarta.
- Nyantakaningtyas, J.S dan Daryanto, H.K. (2012). Daya saing dan strategi pengembangan minyaksawitdi Indonesia. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 9 No. 3.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.

- Pro Kaltim. Tertekan Isu Minyak Nabati Amerika Harga Minyak Sawit Makin Terpuruk. Diunduh tanggal 14 Januari 2016 dari <http://kaltim.prokal.co/read/news/245881>
- Rahmadi, A dan Aye, L. *Biodiesel from Palm Oil as an Alternative fuel for Indonesia: Opportunities and Challenges*. ANZSES 2003.
- Rifin, A. (2010). *The Effect of Export Tax on Indonesia's Crude Palm Oil (CPO) Export Competitiveness*. ASEAN Economic Bulletin Vol. 27, No. 2, pp. 173–84
- Sime Darby. *Overview Company*. Diunduh 7 Oktober 2015 dari <Http://sime-darbyplantation.com>
- Widyaningtyas dan Widodo. (2016). Analisis Pangsa Pasar dan Daya Saing Industri CPO Indonesia di Uni Eropa. Submitted.
- Yacoob, M,R. (2007). *An Investigation of the Malaysian Palm Oil Industry's Environmental Strategies, Stakeholders' Pressure, Environmental Effectiveness and Competitive Advantage*. Disertation. Univesity of Newcastel. 2007.