

ISBN 978-979-19423-8-6

PROSIDING SEMINAR

Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis

Bogor, 27 - 28 Desember 2012



Editor :

Rita Nurmalina
Netti Tinaprilla
Amzul Rifin
Tintin Sarianti
Yanti N. Muflikh



DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

PROSIDING SEMINAR PENELITIAN UNGGULAN DEPARTEMEN AGRIBISNIS

Bogor, 27 - 28 Desember 2012

EDITOR :

Rita Nurmalina
Netti Tinaprilla
Amzul Rifin
Tintin Sarianti
Yanti N. Muflikh

**PROSIDING SEMINAR
PENELITIAN UNGGULAN DEPARTEMEN AGRIBISNIS**
Bogor, 27 - 28 Desember 2012

TIM PENYUSUN

PENGARAH :

- Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS (Ketua Departemen Agribisnis)
- Dr. Ir. Dwi Rachmina, MS (Sekretaris Departemen Agribisnis)
- Dr. Ir. Anna Fariyanti, MS (Gugus Kendali Mutu FEM - IPB)

EDITOR :

- Ketua : Prof. Dr. Ir. Rita Nurmalina, MS
- Anggota : - Dr. Ir. Netti Tinaprilla, MM
- Dr. Amzul Rifin, SP., MA
- Tintin Sarianti, SP., MM
- Yanti N. Muflikh, SP., M.Agribuss

TIM TEKNIS :

- Nia Rosiana, SP., M.Si

DESAIN DAN TATA LETAK :

- Hamid Jamaludin M., AMd

Diterbitkan Oleh :

DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga Bogor 16680

Telp/Fax : 0251-8629654

e-mail : depagribisnis@yahoo.com, dep-agribisnis@ipb.ac.id

Website : <http://agribisnis.fem.ipb.ac.id>

ISBN : 978-979-19423-8-6

KATA PENGANTAR

Salah satu tugas dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah kegiatan penelitian. Dalam rangka mendukung kegiatan penelitian bagi para dosen, Departemen Agribisnis telah melakukan kegiatan Penelitian Unggulan Departemen (PUD) yang dimulai sejak tahun 2011. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memberikan motivasi bagi dosen Departemen Agribisnis untuk melakukan kegiatan penelitian sehingga dapat meningkatkan kompetensi di bidangnya masing-masing. Kegiatan PUD tersebut dimulai dari penilaian proposal yang akan didanai dan ditutup oleh kegiatan seminar. Selanjutnya untuk memaksimalkan manfaat dari kegiatan penelitian tersebut, hasil penelitian perlu didiseminasi dan digunakan oleh masyarakat luas. Salah satu cara untuk mendiseminasikan hasil-hasil penelitian tersebut adalah dengan menerbitkan prosiding ini.

Prosiding ini berhasil merangkum sebanyak 23 makalah PUD yang telah diseminarkan pada tanggal 27-28 Desember 2012. Secara umum makalah-makalah tersebut dapat dibagi menjadi tiga bidang kajian, yaitu kajian Bisnis (9 makalah), Kewirausahaan (3 makalah), dan Kebijakan (11 makalah). Bidang kajian tersebut sesuai dengan Bagian yang ada di Departemen Agribisnis, yaitu Bagian Bisnis dan Kewirausahaan serta Bagian Kebijakan Agribisnis. Dilihat dari metode analisis yang digunakan, makalah yang terangkum dalam prosiding ini sebagian besar menggunakan analisis kuantitatif. Pesatnya perkembangan teknologi komputasi dan ketersediaan software metode kuantitatif mendorong para peneliti untuk memilih metode analisis tersebut. Ke depan metode analisis kajian bidang Agribisnis perlu diimbangi dengan metode analisis kualitatif.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir Rita Nurmalina, MS sebagai ketua tim PUD dan sekaligus sebagai Editor Prosiding ini beserta tim lainnya. Besar harapan kami prosiding ini dapat digunakan dan bermanfaat bukan saja di lingkungan kampus tapi juga bagi masyarakat luas.

Bogor, 1 Februari 2013
Ketua Departemen Agribisnis FEM IPB

Dr.Ir. Nunung Kusnadi, MS

DAFTAR ISI

KAJIAN BISNIS

Analisis Sikap Petani Terhadap Atribut Benih Unggul Jagung Hibrida di Sulawesi Selatan	1
Rita Nurmalina, Harmini, Asrul Koes, dan Nia Rosiana	
Analisis Usaha Sayuran <i>Indigenous</i> Kemangi di Kabupaten Bogor.....	23
Anna Fariyanti	
Analisis Kelayakan Usahaternak Sapi Perah Rakyat dan Pemasaran Susu di Jawa Timur (Studi Kasus Peternakan Sapi Perah di Kecamatan Pujon, Malang - Jawa Timur).....	41
Harmini, Ratna Winandi Asmarantaka, Dwi Rachmina, dan Feryanto	
Kelayakan Usaha Peternakan Sapi Perah dalam Menunjang Swasembada Susu di Indonesia.....	61
Juniar Atmakusuma	
Kajian Sistem Pemasaran Produk Pertanian Organik dalam Rangka Menunjang Ketahanan Pangan dan Menuju Perdagangan Berkesetaraan (<i>Fair Trade</i>).....	75
Tintin Sarianti, Juniar Atmakusuma, Heny Kuswanti Daryanto, Siti Jahroh, dan Febriantina Dewi	
Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah (<i>Capsicum frutescens</i>) di Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut.....	97
Rita Nurmalina, Asmayanti, dan Tubagus Fazlurrahman	
Kelayakan Usaha Pembibitan Domba Melalui Program Kemitraan dan Inkubasi Bisnis dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Bogor	117
Popong Nurhayati	
Analisis Faktor dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Organik Serta Analisis Pendapatan dan Risiko Produksi Padi Organik	137
Tintin Sarianti	
<i>Supply Chain Management</i> Jambu Kristal pada Agribusiness Development Center-University Farm (ADC-UF) IPB	157
Yanti Nuraeni Muflikh	

KAJIAN KEWIRAUSAHAAN

Analisis Faktor-Faktor Determinan Kewirausahaan Pertanian Padi Organik	177
Rachmat Pambudy, Burhanuddin, Arif Karyadi Uswandi, Yeka Hendra Fatika, Nia Rosiana, dan Triana Gita Dewi	
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Hasil Negosiasi Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor	199
Yusalina	

Metode Belajar Kewirausahaan di Institut Pertanian Bogor	215
Burhanuddin, dan Nia Rosiana	
KAJIAN KEBIJAKAN	
Analisis Keberlanjutan Lembaga Keuangan Mikro	235
Dwi Rachmina	
Analisis Pengaruh Penerapan Bea Keluar pada Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia	257
Amzul Rifin	
Strategi Pengembangan Agribisnis Sapi Perah di Jawa Timur	273
Lukman Mohammad Baga	
Kajian Stok Pangan Beras di Provinsi Jawa Timur dan Sulawesi Selatan	295
Andriyono Kilat Adhi, Netti Tinaprilla, dan Maryono	
Advokasi Program Ketahanan Pangan di Kabupaten Bogor	313
Yusalina, Anna Fariyanti, Nunung Kusnadi, dan Yanti Nuraeni Muflikh	
Peranan dan Analisis Pendapatan Koperasi Susu di Jawa Timur (Kasus Koperasi Peternak Sapi Perah SAE Pujon)	331
Ratna Winandi Asmarantaka	
Analisis Pengaruh Pertumbuhan Pengguna Telepon Seluler Terhadap Pertumbuhan Sektor Pertanian	347
Rachmat Pambudy, dan Arif Karyadi Uswandi	
Prospek Ekspor Produk Perikanan dan Kelautan ke Uni Eropa	357
Andriyono Kilat Adhi	
Pengaruh Penerapan Teknologi Organik SRI (<i>System Rice Intensification</i>) Terhadap Penggunaan Sumber Modal Eksternal (Kasus Petani Padi di Kecamatan Kebon Pedes, Kabupaten Sukabumi)	377
Netti Tinaprilla	
Dayasaing Usahaternak Sapi Perah Rakyat di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang, Jawa Timur.....	403
Harmini dan Feryanto	
Pengaruh Realisasi APBD Bidang Pertanian Terhadap Pertumbuhan Sektor Pertanian di Kabupaten Bogor	425
Arif Karyadi Uswandi	

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN BEA KELUAR PADA DAYA SAING EKSPOR KAKAO INDONESIA

Oleh:

Amzul Rifin

Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB
amzul_rifin@yahoo.com

ABSTRACT

The government of Indonesia implemented an export tax policy on cocoa beans since April 2010 in order to develop cocoa processing industry. The objective of this article is to analyze the competitiveness of Indonesia's cocoa export using constant market share analysis. The results indicate that with the implementation of export tax cocoa export product composition shift from cocoa beans to processed cocoa products. On the other hand, Indonesia's cocoa export growth is lower than the growth of cocoa world demand. In addition, Indonesia has higher export competitiveness on cocoa paste and butter and lower competitiveness cocoa beans, powder and chocolate.

Keywords: *constant market share, cacao, competitiveness*

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan bea keluar pada biji kakao sejak April 2010 yang bertujuan untuk mengembangkan industri pengolahan kakao. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis daya saing ekspor kakao Indonesia dengan menggunakan analisis constant market share. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komposisi ekspor Indonesia beralih dari biji kakao ke produk olahan kakao. Pertumbuhan ekspor kakao Indonesia lebih rendah dibandingkan pertumbuhan dunia. Dalam hal daya saing, Indonesia mempunyai daya saing yang lebih tinggi pada produk *cocoa paste* dan *powder*.

Kata kunci : constant market share, kakao, daya saing

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kakao merupakan salah satu komoditas ekspor andalan Indonesia diantara kelapa sawit, karet, kopi, hasil hutan dan lada. Hal ini menunjukkan bahwa kakao adalah penyumbang devisa dan pendapatan bagi negara. Berdasarkan data dari *International Cocoa Organization (ICCO)*, pada tahun 2010 Indonesia menempati rangking ketiga produsen biji kakao dunia dengan pangsa pasar 13,6 %. Pemasok utama pertama dan kedua biji kakao dunia adalah Pantai Gading (38,3 %) dan Ghana (20,2 %).

Tahun 2012, ICCO memperkirakan produksi biji kakao dunia akan mencapai 3,99 juta ton, sementara konsumsi akan mencapai 3,993 juta ton, sehingga akan terjadi defisit sekitar 43 ribu ton. Hal ini diperkirakan akan terus berlangsung pada tahun-tahun selanjutnya. Pertumbuhan produksi kakao dunia cenderung menurun dengan rata-rata sebesar 8,1% per tahunnya, sementara konsumsi tumbuh 0,4% pertahun dengan kecenderungan terus meningkat (*Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, 2012*).

Kenaikan konsumsi ini dapat dilihat sebagai peluang yang seharusnya dapat diisi oleh produk Indonesia, walaupun tentu saja seluruh produsen kakao di seluruh dunia lain juga akan berusaha meningkatkan kapasitas produksinya. Indonesia ditargetkan mampu memproduksi dua juta ton kakao pada 2020 mendatang.

1.2. Perumusan Masalah

Sebagai salah satu negara produsen kakao terbesar dunia, sampai saat ini Indonesia masih terus mengandalkan biji kakao, padahal pasaran Eropa lebih banyak membutuhkan produk olahan setengah jadi seperti *cocoa paste*, *cocoa butter* dan *cocoa powder*. Pemerintah menyadari hal ini, maka untuk mengembangkan industri hilir produk kakao, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan No 67/PMK.011/2010 dan diperbaharui melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 128/PMK.011/2011 yang menetapkan bea keluar bagi biji kakao yang akan diekspor yang diberlakukan sejak April 2010. Menurut Peraturan tersebut, kebijakan ini bertujuan untuk menjamin ketersediaan bahan baku serta peningkatan daya saing industri pengolahan dalam negeri. Dengan kata lain peraturan ini juga ditujukan untuk mendorong pertumbuhan industri pengolahan biji kakao di dalam negeri dan meningkatkan ekspor produk olahan kakao yang bernilai tambah.

Berdasarkan uraian diatas, daya saing ekspor biji dan kakao olahan Indonesia di pasar dunia menjadi penting untuk diketahui. Pada penelitian ini, hal yang akan dianalisa adalah bagaimana daya saing ekspor biji dan produk kakao olahan Indonesia pada saat setelah diberlakukannya bea keluar oleh pemerintah Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing ekspor biji dan produk olahan kakao Indonesia setelah diberlakukannya bea keluar oleh pemerintah Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Berbagai penelitian telah menganalisis efek dari pajak ekspor pada komoditas tertentu, tulisan ini membaginya dalam dua bagian. Bagian pertama menghitung pajak ekspor optimal (Akiyama, 1982; Yilmaz, 1999; Burger, 2008; Permani, Vanzetti dan Setyoko, 2011). Yang kedua menganalisa efek dari pajak ekspor bagi kesejahteraan, ekonomi dan daya saing (Marks, Larson dan Pomeroy, 1998; Hasan, Reed dan Marchant, 2001; Warr, 2002; Susila, 2004; Rifin, 2010; Pradiptyo et.al, 2011). Semua penelitian ini menunjukkan bahwa pajak ekspor akan mempunyai efek negatif pada perekonomian dan juga menurunkan daya saing.

Penelitian tentang dampak penerapan bea keluar biji kakao dapat diklasifikasikan ke dalam dua bagian yaitu setelah kebijakan tersebut diterapkan dan sebelum kebijakan tersebut diterapkan. Pradiptyo et.al (2011) melakukan penelitian mengenai dampak bea

keluar kakao di level petani. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa para petanilah yang menanggung beban bea keluar biji kakao yang diterapkan pemerintah tersebut.

Rifin dan Nurdiyani (2007), Arsyad (2007) dan Arsyad, Sinaga dan Yusuf (2011) melakukan penelitian dampak rencana penerapan bea keluar kakao. Ketiga penelitian tersebut, dengan metode yang berbeda, berkesimpulan hal yang sama bahwa petanilah yang akan dirugikan dengan adanya kebijakan tersebut.

Penelitian mengenai daya kakao telah dilakukan beberapa peneliti antara lain Widodo (2000), Is (2008), Rahmanu (2009), Lubis dan Nuryanti (2011). Keempat penelitian tersebut menganalisis daya saing biji kakao dan produk olahan kakao Indonesia dengan berbagai alat analisis antara lain Revealed Comparative Advantage (RCA), Constant Market Share (CMS) dan analisis regresi. Keempat penelitian tersebut menunjukkan bahwa biji kakao dan produk olahan kakao Indonesia mempunyai keunggulan komparatif pada waktu-waktu tertentu.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah dengan menganalisis dampak sebuah kebijakan yaitu penerapan bea keluar biji kakao terhadap daya saing biji kakao dan produk olahan kakao. Alat analisis yang digunakan adalah analisis Constant Market Share (CMS).

III. KERANGKA PEMIKIRAN

Konsep keunggulan bersaing dalam perdagangan suatu komoditas atau produk antar negara telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satu konsep yang ada adalah konsep keunggulan kompetitif. Pada konsep keunggulan kompetitif, keunggulan suatu negara tidak hanya bersumber dari faktor alamiah saja. Konsep keunggulan kompetitif yang terkenal dikemukakan oleh Porter (1990) yang mengemukakan bahwa daya saing suatu industri dari suatu bangsa atau negara tergantung pada keunggulan empat atribut yang dimilikinya yang terkenal dengan istilah *The Diamond of Porter* yang terdiri dari : (1) kondisi faktor, (2) kondisi permintaan, (3) industri terkait dan penunjang dan (4) strategi, struktur dan persaingan perusahaan. Keempat atribut tersebut secara bersama-sama dan ditambah dengan kesempatan serta kebijakan pemerintah yang kondusif untuk mempercepat keunggulan dan koordinasi antar atribut tersebut. Seluruhnya akan mempengaruhi kemampuan bersaing suatu industri di suatu negara.

Untuk mengetahui keunggulan kompetitif atau daya saing ekspor di pasar dunia dari suatu negara relatif terhadap negara pesaingnya, telah dikembangkan berbagai model analisis daya saing. Salah satunya adalah Model Pangsa Pasar Konstan (*Constant Market Share/ CMS*). Pada analisis CMS, menurut Leamer dan Stern (1970) kegagalan ekspor suatu negara yang pertumbuhan ekspornya lebih rendah dari pertumbuhan ekspor dunia disebabkan oleh tiga alasan, yaitu: (1) ekspor terkonsentrasi pada komoditas-komoditas yang pertumbuhan permintaannya relatif rendah; (2) ekspor lebih ditujukan ke wilayah yang mengalami stagnansi dan (3) ketidakmampuannya bersaing dengan negara-negara pengeksport lainnya.

Asumsi dasar dari analisis CMS adalah bahwa pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar dunia tidak berubah antar waktu. Oleh karena itu perbedaan antara pertumbuhan ekspor aktual suatu negara dengan pertumbuhan yang mungkin terjadi apabila suatu negara dapat mempertahankan pangsa pasarnya, merupakan efek dari daya saing. Nilai daya saing yang negatif menggambarkan bahwa negara tersebut gagal dalam mempertahankan pangsa pasarnya, dan sebaliknya untuk nilai positif. Efek daya saing pada analisis CMS ini lebih bersumber dari daya saing harga.

IV. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan (Mei 2012– November 2012). Hal ini seiring dengan dilaksanakannya penelitian unggulan Departemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor.

Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari *International Trade Center*. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis pangsa pasar *Constant Market Share (CMS)*. Analisis pangsa pasar *Constant Market Share (CMS)*. Merupakan akumulasi dari pertumbuhan standar, pengaruh komposisi komoditas, pengaruh distribusi pasar dan pengaruh daya saing. Mengacu pada formulasi umum seperti yang digunakan Tyers et al, (1985), persamaan yang digunakan pada analisis CMS ini adalah sebagai berikut:

$$\frac{E_{(t)} - E_{(t-1)}}{E_{(t-1)}} = \frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)}} + \frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1)ij}}{E_{(t-1)}} + \frac{\sum_i \sum_j (E_{(t)ij} - E_{(t-1)ij} - g_{ij} E_{(t-1)ij})}{E_{(t-1)}}$$

dengan :

$$\frac{E_{(t)} - E_{(t-1)}}{E_{(t-1)}} = g$$

pertumbuhan standar

$$\frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)}}$$

pengaruh komposisi komoditas

$$\frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1)ij}}{E_{(t-1)}}$$

pengaruh distribusi pasar

$$\frac{\sum_i \square \sum_j (E_{(t)ij} - E_{(t-1)ij} - g_{ij} E_{(t-1)ij})}{E_{(t-1)}}$$

pengaruh persaingan (daya saing)

$$g = \frac{W_{(t)} - W_{(t-1)}}{W_{(t-1)}}$$

$$g_i = \frac{W_{(t)i} - W_{(t-1)i}}{W_{(t-1)i}}$$

$$g_{ij} = \frac{W_{(t)ij} - W_{(t-1)ij}}{W_{(t-1)ij}}$$

keterangan :

$E_{(t)}$ = nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh jenis komoditas untuk tahun t

$E_{(t-1)}$ = nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh jenis komoditas kakao tahun t-1

$E_{(t)i}$ = nilai total ekspor Indonesia tahun t untuk komoditas i (jenis kakao tertentu, misal cocoa paste)

$E_{(t)j}$ = nilai total ekspor seluruh jenis komoditas kakao Indonesia tahun ke t ke Negara tujuan j (misal AS)

$E_{(t)ij}$ = nilai ekspor Indonesia tahun t untuk komoditas i (cocoa paste) ke negara j

$W_{(t)}$ = nilai total seluruh ekspor standar (dunia atau negara pengekspor tertentu) untuk seluruh jenis produk kakao tahun t

$W_{(t)i}$ = nilai total ekspor standar (dunia atau negara pengekspor tertentu) tahun t untuk komoditas i

$W_{(t)j}$ = nilai total ekspor standar (dunia atau negara pengekspor tertentu) tahun t ke negara j

$W_{(t)ij}$ = nilai total ekspor standar (dunia atau negara pengekspor tertentu) pada tahun t untuk komoditas i ke negara j

- a. Pertumbuhan standar. Ini mengindikasikan standar umum pertumbuhan ekspor dunia ke negara tujuan yang menjadi fokus. Hal ini mencerminkan kinerja pertumbuhan ekspor dari negara pesaing yang menjadi perhatian.

- b. Pengaruh komposisi komoditas. Parameter pengaruh komposisi komoditas yang positif mengindikasikan bahwa negara pengekspor yang menjadi perhatian telah mengekspor komoditas ke negara yang pertumbuhan impor komoditasnya lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan kelompok komoditas negara tersebut.
- c. Pengaruh distribusi pasar. Pengaruh distribusi akan positif jika negara pengekspor telah mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan permintaan.
- d. Pengaruh persaingan. Pengaruh persaingan mengindikasikan adanya kenaikan atau penurunan bersih (*net gain or loss*) dalam pangsa pasar dari negara pengekspor yang dianalisis

Analisis posisi ekspor biji kakao dan kakao olahan Indonesia di pasar dunia dilakukan dengan cara membandingkan pertumbuhan ekspor Indonesia dengan negara lain, yaitu Pantai Gading dan Ghana. Pemilihan negara tersebut didasarkan bahwa Pantai Gading dan Ghana adalah negara produsen kakao terbesar pertama dan kedua di dunia. Pada penelitian ini akan dibandingkan daya saing ekspor kakao Indonesia dengan negara lain yaitu Pantai Gading dan Ghana pada saat setelah diberlakukannya bea keluar oleh pemerintah dengan periode waktu yang digunakan adalah pada tahun 2009 dengan tahun 2011. Cakupan komoditas kakao yang akan dianalisis menurut 4 digit kode HS sebanyak 6 jenis produk kakao seperti Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Produk Kakao Menurut 6 Digit Kode HS

No	Kode HS	Nama
1	1801	<i>Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted</i> (Biji kakao, utuh atau pecah, mentah atau digoreng)
2	1802	<i>Cocoa shells, husks, skins and waste</i> (Kulit, sekam, selaput dan sisa kakao lainnya)
3	1803	<i>Cocoa paste</i> Pasta Kakao, dihilangkan lemaknya ataupun tidak)
4	1804	<i>Cocoa butter, fat, oil</i> (Mentega, lemak dan minyak kakao)
5	1805	<i>Cocoa powder, unsweetened</i> (Bubuk kakao, tidak mengandung tambahan gula atau pemanis lainnya)
6	1806	<i>Chocolate and other foods containing cocoa</i> (Coklat dan olahan makanan lainnya yang mengandung kakao)

V. KONDISI EKSPOR KAKAO INDONESIA

Nilai Ekspor biji kakao dan kakao olahan Indonesia ke beberapa negara di dunia pada tahun 2009 sebesar US\$ 1.469.157.944 sedangkan pada tahun 2011 sebesar US\$1.364.170.460. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan nilai ekspor sebesar 7,15 %. Sementara itu nilai ekspor dunia pada tahun tersebut meningkat sebesar 5,33 % dari US\$ 32.914.293.184 menjadi US\$ 34.668.914.877.

Perkembangan pangsa nilai ekspor Indonesia disajikan pada Tabel 2. Indonesia mengekspor berbagai jenis produk kakao, yaitu: biji kakao (*Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted*), kulit kakao (*Cocoa shells, husks, skins and waste*), pasta kakao (*Cocoa paste*), kakaobutter (*Cocoa butter, fat, oil*), bubuk kakao (*Cocoa powder, unsweetened*) dan coklat dan olahan makanan lainnya yang mengandung kakao (*Chocolate and other foods containing cocoa*). Pangsa nilai ekspor kakao Indonesia dari seluruh jenis kakao yang diekspor Indonesia pada tahun 2011 mencapai 3,53 % dari total nilai ekspor seluruh jenis kakao yang diperdagangkan di pasar dunia (ITC, 2012). Pangsa nilai ekspor tersebut menurun drastis jika dibandingkan dengan pangsa yang dapat dicapai pada tahun 2009, yaitu mencapai 4,46 %. Selama periode 2009-2011, telah terjadi penurunan pangsa nilai ekspor hanya pada biji kakao. Produk kakao lainnya seperti kulit kakao, pasta kakao, kakao butter dan kakao bubuk mengalami peningkatan. Sedangkan produk kakao berupa coklat dan makanan yang mengandung coklat tidak mengalami perubahan pangsa ekspor.

Tabel 2 juga menunjukkan bahwa Indonesia ternyata bukanlah merupakan negara pengeksport "besar" untuk biji kakao dan kakao olahan. Pangsa nilai ekspor biji kakao Indonesia terhadap nilai ekspor dunia telah turun dari 13,21 % ditahun 2009 menjadi 7,36 % ditahun 2011.

Tabel 2. Pangsa Ekspor Produk Kakao Indonesia

Jenis Produk	Pangsa Ekspor (%)	
	2009	2011
<i>Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted</i>	13,21	7,36
<i>Cocoa shells, husks, skins and waste</i>	2,76	12,35
<i>Cocoa paste</i>	1,58	5,85
<i>Cocoa butter, fat, oil</i>	6,38	8,89
<i>Cocoa powder, unsweetened</i>	3,45	4,59
<i>Chocolate and other foods containing cocoa</i>	0,13	0,13
<i>Semua jenis produk kakao</i>	4,46	3,53

Sumber : *International Trade Center*, 2012 (diolah)

Tabel 3. Perbandingan Nilai Ekspor Kakao Indonesia

Jenis Produk Kakao	2009		2011	
	Nilai Ekspor (US\$)	%	Nilai Ekspor (US\$)	%
Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted	1.106.324.944	75,30	706.080.070	51,76
Cocoa shells, husks, skins and waste	1.186.552	0,08	8.776.003	0,64
Cocoa paste	32.729.759	2,23	189.178.155	13,87
Cocoa butter, fat, oil	259.753.395	17,68	294.750.219	21,61
Cocoa powder, unsweetened	47.503.941	3,23	139.602.770	10,23
Chocolate and other foods containing cocoa	21.659.353	1,47	25.783.243	1,89
Jumlah	1.469.157.944	100,00	1.364.170.460	100,00

Sumber : *International Trade Center*, 2012 (diolah)

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada tahun 2009, nilai ekspor kakao Indonesia masih didominasi oleh ekspor biji kakao (75 %), kemudian diikuti kakao butter, bubuk kakao, pasta kakao, coklat beserta makanan olahan lainnya yang mengandung kakao dan terakhir kulit kakao. Di tahun 2011, walaupun nilai ekspor kakao Indonesia masih didominasi biji kakao, namun persentasenya sudah berkurang yaitu menjadi 51,76 % dari total keseluruhan nilai ekspor kakao.

Apabila didasarkan pada negara tujuan ekspor, pada tahun 2009, nilai ekspor terbesar adalah ekspor biji kakao ke Malaysia dengan nilai US \$ 530.277.843. Nilai tersebut merupakan 47,93 % dari total nilai ekspor biji kakao Indonesia ke dunia. Pada tahun 2011, Malaysia masih menjadi tujuan ekspor biji kakao Indonesia yang utama. Namun nilai ekspornya berkurang menjadi US \$ 459.279.424, tetapi apabila dilihat dari nilai persentasenya, angkanya meningkat menjadi 65,05 % dari total ekspor biji kakao Indonesia ke dunia.

Pada tahun 2009, posisi kedua yang menjadi negara tujuan ekspor biji kakao ditempati oleh Amerika, yaitu sekitar 23,35 % dari total ekspor biji kakao Indonesia, namun pada tahun 2011 posisi ini digantikan oleh Singapura. Nilai ekspor biji kakao ke Singapura mengalami penurunan di tahun 2011, namun bila dilihat angka persentasenya dari total ekspor biji kakao Indonesia, terlihat meningkat.

Tingginya ekspor biji kakao ke Malaysia dan Singapura bertujuan untuk memenuhi pabrik butter yang beroperasi dengan kapasitas produksi besar. Malaysia dan Singapura memiliki pabrik pengolahan kakao dengan kapasitas 480 000 ton per tahun. Kedua negara itu menerapkan bea masuk biji kakao 0 %,

Di pasar Eropa, ekspor kakao Indonesia masih relatif kecil, karena kawasan itu masih mengutamakan impor kakao dari negara bekas jajahannya di Afrika yang sudah difermentasi. Meskipun demikian, ekspor kakao Indonesia ke daerah tersebut tidak pernah dikenai *automatic detention*. Di pasar ini, kakao Indonesia banyak digunakan sebagai campuran karena cita rasanya yang khas dan tidak didapat dari kakao dari negara lain,

Cocoa Shell adalah kulit dari biji kakao. Proses pengolahan kakao biasanya dilakukan dengan membuang kulitnya, kemudian bagian dalamnya berupa biji digunakan untuk membuat berbagai produk coklat dan kulitnya digunakan sebagai pupuk dan *conditioner* tanah. Nilai ekspor terbesar untuk jenis *cocoa shell* pada tahun 2009 terutama ditujukan ke Malaysia juga, yaitu sebesar 95,67 % dari total ekspor *cocoa shell* Indonesia. Di tahun 2011, ekspor utama jenis produk kakao tersebut ditujukan ke Singapura dengan persentase yang lebih kecil, yaitu 87,14 %. Pada tahun tersebut Malaysia hanya mengimpor 3,94 % saja.

Untuk produk *cocoa paste*, tahun 2009 ekspor utamanya ke Jerman, yaitu sebesar 27,2 %. Ekspor ke Jerman pada tahun 2011 masih dilakukan dalam persentase yang sedikit menurun dibandingkan tahun 2009, namun masih 24 % dari total ekspor produk *cocoa paste* Indonesia ke dunia. Negara lain yang juga menjadi tujuan ekspor *cocoa paste* Indonesia adalah Spanyol. Di tahun 2011 Spanyol mendominasi ekspor Indonesia. Bila dibandingkan tahun 2009, dapat terlihat bahwa telah terjadi peningkatan nilai ekspor *cocoa paste* ke Spanyol, yaitu dari 17,45 % ditahun 2009, menjadi 24,6 %.

Cocoa butter selain digunakan untuk pembuatan cokelat juga dapat digunakan pada pembuatan rokok, sabun dan kosmetika. Secara tradisional *cocoa butter* dapat menyembuhkan luka bakar, batuk, bibir kering, demam, malaria, rematik, digigit ular dan luka. Selain itu juga dapat digunakan sebagai antiseptik dan diuretic.

Pada produk *cocoa butter*, ekspor utama Indonesia ditujukan ke Amerika Serikat. Amerika Serikat merupakan negara tujuan ekspor *cocoa butter* Indonesia di tahun 2009 maupun ditahun 2011. Persentase ekspor *cocoa butter* ke Amerika Serikat juga mengalami peningkatan, yaitu dari 36,4 % menjadi 47,8 %. Namun, ekspor Indonesia ke negara Perancis mengalami penurunan dari 21,8 % menjadi 11,3 %. Di tahun 2011 Indonesia juga memperluas pasarnya ke negara Turki dan Republik Czech.

Ekspor *Cocoa powder* Indonesia terbesar ditujukan ke Filipina, kemudian diikuti negara China. Pada tahun 2011, ekspor produk *cocoa powder* Indonesia ke Malaysia telah mengalami peningkatan dari 3,4 % menjadi 11,5 %. Di tahun 2011 Indonesia juga memperluas pasarnya ke Inggris, Spanyol, Swiss, Slovakia dan Republik Czech, Bubuk kakao umumnya digunakan sebagai penambah cita rasa pada biskuit, ice cream, minuman susu dan kue. Sebagian lagi digunakan juga digunakan sebagai pelapis permen atau manisan yang dibekukan. Cocoa powder juga dikonsumsi oleh industri minuman seperti susu cokelat.

Ekspor terbesar Indonesia dalam bentuk cokelat dilakukan ke Malaysia. Pada tahun 2011, ekspor ke negara ini mengalami peningkatan, yaitu dari 15,9 % menjadi 21,2 %. Negara tujuan ekspor kedua untuk produk ini adalah ke Singapura. Namun persentasenya menurun dari 10,5 % ditahun 2009 menjadi 8,8 % ditahun 2011. Indonesia juga memperluas pasarnya untuk produk ini ke Itali dan Federasi Rusia.

VI. DAYA SAING EKSPOR KAKAO INDONESIA

6.1. Pertumbuhan Ekspor Biji Kakao dan Kakao Olahan Indonesia ke Dunia

Selama periode tahun 2009-2011, pertumbuhan ekspor biji kakao dan kakao olahan Indonesia ke dunia mengalami penurunan sebesar 7,15 %, padahal pertumbuhan impor dunia dari berbagai negara mengalami peningkatan sebesar 5,33 %. Adanya penurunan tersebut terkait dengan masalah komposisi produk kakao, distribusi dan daya saing ekspor kakao Indonesia.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *Constant Market Share* (CMSA) pada tahun 2009 dan 2011 (Tabel 4) ternyata pertumbuhan negatif dari ekspor kakao tersebut disebabkan karena (1) komposisi produk kakao Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar yang tercermin dari angka komposisi produk kakao Indonesia yang bertanda negatif (-0,043), (2) daya saing kakao Indonesia di pasar kakao dunia yang cukup lemah yang tercermin dari angka faktor persaingan yang bertanda negatif (-0,282). Hal yang cukup menggembirakan diperlihatkan pada nilai distribusi pasar yang positif (0,079). Ini menunjukkan bahwa ekspor kakao Indonesia telah ditujukan ke negara-negara pengimpor kakao yang memiliki pertumbuhan impor kakao yang tinggi.

Tabel 4. Parameter Pertumbuhan Ekspor Kakao Indonesia ke Dunia, 2009-2011

Komponen	Nilai
Pertumbuhan Ekspor	-0,071
Komposisi Komoditas	-0,043
Distribusi pasar	0,079
Daya saing	-0,282
Pertumbuhan Standar	0,175

Nilai komposisi komoditas Indonesia yang bernilai negatif pada periode 2009-2011 disebabkan karena ekspor biji kakao, kakao butter dan cokelat beserta makanan lainnya yang mengandung kakao belum memenuhi kebutuhan pasar. Sementara ekspor kulit kakao, pasta kakao dan bubuk kakao sudah memenuhi kebutuhan pasar (Tabel 5).

Tabel 5. Pengaruh Komposisi Komoditas Pada Ekspor Kakao Indonesia, 2009-2011

Komoditas	Nilai
<i>Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted</i>	-0,0218
<i>Cocoa shells, husks, skins and waste</i>	0,0004
<i>Cocoa paste</i>	0,0086
<i>Cocoa butter, fat, oil</i>	-0,0637
<i>Cocoa powder, unsweetened</i>	0,0335
<i>Chocolate and other foods containing cocoa</i>	-0,0005

6.2. Posisi Ekspor Biji Kakao dan Kakao Olahan Indonesia

Analisis posisi ekspor biji kakao dan kakao olahan Indonesia dipasar dunia dilakukan dengan cara membandingkan pertumbuhan ekspor Indonesia dengan negara lain, yaitu Pantai Gading dan Ghana (Tabel 6). Pertumbuhan ekspor Indonesia selama periode 2009-2011 masih dibawah pertumbuhan standar (dunia) maupun negara pengekspor lain, yaitu Ghana dan Pantai Gading.

Tabel 6. Parameter Pertumbuhan Kakao Beberapa Negara Pengekspor (Tahun 2009-2011)

Komponen	Negara Pengekspor		
	Indonesia	Ghana	Pantai Gading
Pertumbuhan Ekspor	-0,071	0,646	0,304
Komposisi Komoditas	-0,043	-0,013	0,022
Distribusi pasar	0,079	-0,030	0,000
Daya saing	-0,282	0,514	0,107

Pada aspek komposisi produk yang diekspor, Indonesia dapat mencontoh pada Pantai Gading, yang memiliki pengaruh komposisi produk bertanda positif. Pada Tabel 7 terlihat bahwa komposisi ekspor kakao Pantai Gading untuk biji kakao dibawah 75 % dari total ekspor kakaonya tahun 2009 maupun 2011. Walaupun Pantai Gading merupakan pengekspor biji kakao utama dunia, namun ekspor biji kakao hanya 67,12% dari total ekspor kakaonya ditahun 2009 dan 73,8 % ditahun 2011.

Tabel 7. Komposisi Ekspor Kakao pada tahun 2009 dan 2011 dari Pantai Gading, Ghana dan Indonesia.

2009						
Negara Pengekspor	Biji Kakao (%)	Kulit Kakao (%)	Pasta Kakao (%)	Kakao Butter (%)	Bubuk Kakao (%)	Coklat (%)
Pantai Gading	67,12	0,39	16,51	12,08	1,99	1,91
Ghana	81,56	0,24	7,91	8,99	1,14	0,15
Indonesia	75,30	0,08	2,23	17,68	3,23	1,47
2011						
Negara Pengekspor	Biji Kakao (%)	Kulit Kakao (%)	Pasta Kakao (%)	Kakao Butter (%)	Bubuk Kakao (%)	Coklat (%)
Pantai Gading	73,80	0,72	16,15	5,30	2,91	1,13
Ghana	85,21	0,19	9,26	2,34	2,60	0,40
Indonesia	51,76	0,64	13,87	21,61	10,23	1,89

Dalam rangka meningkatkan laju pertumbuhan ekspor kakao Indonesia, para produsen kakao hendaknya mampu meningkatkan kontribusi ekspor kakao dalam bentuk produk hilir (pasta kakao, kakao butter, bubuk kakao maupun coklat). Upaya tersebut harus didukung kebijakan yang kondusif khususnya penyempurnaan kebijakan perpajakan yaitu berupa pajak pertambahan nilai, penyesuaian tarif impor dari produk-

produk hilir kakao dan beberapa input yang dibutuhkan dalam produksi produk-produk hilir kakao.

Upaya pemerintah memberlakukan tarif ekspor untuk biji kakao juga sudah mulai terlihat hasilnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan komposisi ekspor kakao Indonesia yang semula ditahun 2009 komposisi biji kakao sebesar 75,30 %, telah berkurang di tahun 2011 menjadi 51,76 %.

Apabila dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana, pada komponen daya saing, Indonesia merupakan satu-satunya negara yang paling lemah tingkat persaingannya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai negatif pada komponen daya saing, sedangkan pada Ghana dan Pantai Gading memiliki tanda positif, Ini berarti bahwa apabila terjadi peningkatan harga pada komoditas kakao, maka ekspor kakao Indonesia dan olahannya akan lemah. Posisi daya saing berbagai jenis produk kakao Indonesia di berbagai pasar utama kakao dunia disajikan secara khusus pada bagian berikutnya.

6.3. Posisi Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Dunia Biji Kakao (*Cocoa Bean*)

Negara-negara pengimpor utama biji kakao terdiri dari Belanda, Amerika, Jerman, Malaysia, Perancis, Belgia dan Inggris. Diantara negara-negara tersebut, negara yang memiliki pertumbuhan pasar biji kakao yang positif adalah Belgia, Jerman, Malaysia dan Amerika, sedangkan di Belanda, Perancis dan Inggris, pasar biji kakao telah mengalami kejenuhan yang tercermin dari pertumbuhan pasarnya yang bertanda negative.

Secara umum daya saing biji kakao Indonesia cukup lemah, khususnya di pasar Belanda, Amerika, Jerman, Malaysia, Singapura, Brazil, Kanada, Jepang, China dan Meksiko. Hal ini terlihat dari koefisien daya saing yang bertanda negatif di pasar-pasar tersebut, Biji kakao Indonesia tidak memiliki potensi daya saing di negara manapun yang terlihat dari tidak adanya angka koefisien yang bertanda positif. Berbeda dengan Indonesia, Pantai Gading dan Ghana memiliki daya saing yang tinggi untuk ekspor biji kakao. Hal ini dikarenakan negara-negara tersebut mengeksport biji kakao yang telah difermentasi.

6.4. Kulit Kakao (*Cocoa Shell*)

Negara-negara pengimpor utama kulit kakao di tahun 2009 berturut-turut adalah Perancis, Belanda dan Malaysia. Di tahun 2011, posisi pertama diduduki Belanda diikuti Spanyol dan Singapura. Apabila dilihat dari pertumbuhan pasarnya, pasar Singapura, Spanyol dan Belanda masih menjadi prospek yang bagus, sedangkan pasar Malaysia dan Perancis sudah mengalami penciutan. Negara-negara yang pangsa impornya kecil yang sedang berkembang dengan pesat, dan mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi yaitu Algeria, Jepang dan Singapura.

Daya saing produk kulit kakao Indonesia juga masih lemah. Hal ini dilihat dari tidak adanya koefisien yang bertanda negative. Ekspor kulit kakao Indonesia ke

Belanda lebih baik dibandingkan Ghana, namun Indonesia masih harus mencontoh Pantai Gading yang memiliki koefisien positif untuk pasar ke Belanda. Di pasar Jerman, daya saing Indonesia sama dengan Pantai Gading, sementara Ghana memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dua negara tersebut. Di pasar Spanyol, daya saing terkuat dimiliki Pantai Gading, sementara daya saing ekspor kulit kakao Indonesia sama dengan Ghana.

6.5. Pasta Kakao (*Cocoa Paste*)

Pasar utama dari produk kakao ini yang memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi adalah Amerika, Kanada, Perancis, Spanyol, Inggris dan Jerman. Pasar Malaysia untuk produk ini juga sedang mengalami pertumbuhan yang sangat drastis, namun pangsa impornya masih kecil dibandingkan dengan negara yang telah disebutkan tadi.

Secara umum, kondisi daya saing pasta kakao Indonesia di pasar kakao dunia relatif lebih baik dibandingkan dengan komoditas biji kakao dan kulit kakao. Di pasar Amerika, Jerman, Malaysia, Spanyol, Brazil, China dan Filipina daya saing Indonesia sangat kuat dibandingkan Pantai Gading dan Ghana. Hal ini cukup menggembirakan dimana pasar Amerika, Spanyol dan Jerman termasuk pasar yang memiliki pertumbuhan pasar dan pangsa impor yang tinggi. China dan Philipina termasuk pasar yang pertumbuhannya tinggi juga walaupun pangsa impornya masih kecil. Daya saing pasta kakao Indonesia paling lemah adalah di pasar Belanda dan Inggris, kekuatan daya saing Indonesia di pasar ini sama dengan Pantai Gading namun masih lebih baik dibandingkan Ghana.

6.6. Kakao Butter (*Cocoa Butter*)

Pasar utama untuk produk ini yang memiliki pertumbuhan pasar tinggi adalah Malaysia, Philipina, China dan Spanyol, namun di negara-negara tersebut pangsa impornya masih kecil dibawah 1,5 %. Negara-negara yang merupakan pasar utama dan memiliki pangsa Impor yang tinggi diduga telah jenuh dan mengalami penciutan, Hal ini terlihat dari pertumbuhan pasar yang negatif.

Daya saing kakao butter Indonesia sangat kuat, di pasar Malaysia yang memiliki pertumbuhan pasar yang sangat prospektif. Demikian pula di pasar Amerika, Belanda, Jerman dan Perancis, Indonesia memiliki daya saing yang kuat. Pasar Itali, Jepang, Kanada dan China juga lebih dikuasai Indonesia dibanding Ghana dan Pantai Gading.

6.7. Kakao Butter (*Cocoa Butter*)

Pasar utama dari produk bubuk kakao yang memiliki pertumbuhan pasar dan pangsa impor yang tinggi adalah Perancis, Belgia, Jerman, Amerika dan Belanda. Pasar lain yang pertumbuhannya juga sangat tinggi namun pangsa impornya masih kecil adalah Malaysia, Slovakia, Republik Czechna, China, Australia dan Polandia. Pada kolom pertumbuhan pasar, terlihat jelas bahwa pada produk ini banyak pasar yang mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi. Hanya pasar Austria dan Swedia saja yang sudah jenuh. Sementara pasar Brazil, Turki dan Estonia tidak mengalami pertumbuhan.

Di pasar Perancis, Belgia, Jerman, Amerika dan Belanda dimana merupakan pasar utama dari produk bubuk kakao yang memiliki pertumbuhan pasar dan pangsa impor yang tinggi ternyata Indonesia tidak memiliki daya saing yang baik. Terutama di pasar Belgia, daya saing Indonesia paling buruk dibandingkan Pantai Gading dan Ghana.

Di pasar Malaysia, sebagai negara yang memiliki pertumbuhan pasar dan prospek paling bagus pun daya saing Indonesia masih lemah, bahkan paling lemah bila dibandingkan dengan dua negara pesaing yaitu Pantai Gading dan Ghana. Apabila dibandingkan dua negara tersebut, Indonesia hanya memiliki kekuatan daya saing di pasar Singapura dan Algeria.

6.8. Cokelat dan Makanan Olahan Lainnya yang Mengandung Kakao

Negara-negara pengimpor utama cokelat terdiri dari Amerika, Jerman, Belanda, Perancis. Sementara di China, Federasi Rusia, Korea, Malaysia, dan Singapura memiliki prospek pasar yang sangat bagus. Hal ini terlihat dari pertumbuhan pasarnya yang tinggi. Sama seperti produk bubuk kakao, bila dilihat secara keseluruhan produk cokelat ini memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi. Hanya di pasar Austria dan Swedia yang pertumbuhan pasarnya negatif.

Daya saing Indonesia pada produk cokelat ini lebih buruk dibandingkan dengan produk bubuk kakao. Indonesia tidak memiliki daya saing yang kuat di negara-negara yang menjadi pasar utama dari produk cokelat kecuali di Filipina, Ghana memiliki daya saing yang cukup baik di Perancis. Sementara daya saing Pantai Gading paling lemah bila dibandingkan dengan Indonesia dan Ghana di pasar Amerika, Prancis dan Italia.

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

Kebijakan menetapkan bea keluar bagi biji kakao yang akan diekspor yang dikeluarkan pemerintah sudah berdampak pada perubahan komposisi ekspor kakao Indonesia yang semula ditahun 2009 komposisi biji kakao sebesar 75,30 %, telah berkurang di tahun 2011 menjadi 51,76 %. Namun pertumbuhan ekspor kakao Indonesia periode 2009-2011 jauh dibawah pertumbuhan ekspor dunia bahkan mengalami pertumbuhan yang negatif.

Produk kakao Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar. Negara yang memiliki komposisi produk yang positif merupakan negara yang memiliki kontribusi cukup tinggi pada ekspor kakao dalam bentuk produk-produk hilir (pasta kakao, kakaobutter, bubuk kakao dan cokelat). Oleh karena itu ekspor produk biji kakao Indonesia harus dialihkan ke produk bernilai tambah seperti biji kakao terfermentasi, dan selanjutnya mengkhususkan pada ekspor produk setengah jadi seperti pasta kakao dan kakao butter.

Meskipun Indonesia merupakan produsen biji kakao utama di dunia, posisi daya saing produk kakao Indonesia masih sangat lemah bila dibandingkan Pantai Gading dan Ghana. Daya saing yang cukup bagus dimiliki Indonesia pada produk pasta kakao dan

kakao butter, sementara biji kakao, bubuk kakao dan coklat Indonesia masih memiliki daya saing yang lemah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akiyama, Takamasa, 1992, Is There a Case for an Optimal Export Tax for Perennial Crops, Policy Research Working Paper, World Bank.
- Arsyad, Muhammad, 2007, The Impact of Fertilizer Subsidy and Export Tax Policies on Indonesia Cocoa Exports and Production, *Ryokoku Journal of Economic Studies*, Vol 47(3), pp1-27.
- Arsyad, Muhammad, Bonar M Sinaga and Syarifuddin Yusuf, 2011, Analisis Dampak Kebijakan Pajak Ekspor Dan Subsidi Harga Pupuk Terhadap Produksi Dan Ekspor Kakao Indonesia Pasca Putaran Uruguay, *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol 8(1), pp63-71.
- Burger, K, 2008, Optimal export taxes: the case of cocoa in Cote d'Ivoire, Paper presented at the 107th EAAE Seminar "Modelling of Agricultural and Rural Development Policies", Sevilla, Spain, European Association of Agricultural Economists.
- Departemen Perindustrian, 2009, *Roadmap Pengembangan Industri Kakao*, Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia, Jakarta.
- Hasan, Mohamad F, Michael R, Reed and Mary A, Marchant, 2001, Effects of an Export Tax on Competitiveness: The Case of the Indonesian Palm Oil Industry, *Journal of Economic Development*, Vol 26(2), pp77 – 90.
- ICCO, 2012, *Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*, No, 3 - Volume XXXVIII.
- Is, Irnawaty, 2008, Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional, Skripsi. Fakultas Pertanian IPB.
- Lubis, Adrian D dan Sri Nuryanti, 2011, Analisis Dampak ACFTA dan Kebijakan Perdagangan Kakao di Pasar Domestik dan China, *Analisis Kebijakan Pertanian*, Vol 9(2), pp,143-156.
- Marks, Stephen V, Donald F Larson and Jacqueline Pomeroy, 1998, Economic Effects of Taxes on Exports of Palm Oil Products, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol 42(3), pp7-58.

DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

JL. KAMPER. WING 4 LEVEL 5, KAMPUS IPB DRAMAGA BOGOR
TELP (0251) 8629654

