



# POLICY BRIEF

## Strategi Peningkatan Daya Saing Minyak Sawit di Pasar Internasional

### Penulis

Dodik Ridho Nurrochmat, Fitta Setiajiati, Meti Ekayani,  
Iskandar Zulkarnaen Siregar, Suria Darma Tarigan,  
Nugraha Akbar Nurrochmat, Yoshua Shandy Yudha,  
Suhendi Irawan

## RINGKASAN

Upaya peningkatan daya saing produk sawit Indonesia di pasar global, perlu *double track strategy*: 1) meningkatkan produktivitas dan 2) efisiensi produksi dan menyusun strategi bauran pemasaran produk minyak sawit untuk pasar domestik dan global. Indonesia saat ini menjadi pemimpin pasar produk sawit dan turunannya di pasar global. Namun, mengingat rendahnya nilai tambah bahan baku seperti CPO, ekspor bahan mentah perlu dibatasi dan harus fokus pada ekspor produk sawit olahan bernilai tambah tinggi dengan target pasar yang lebih spesifik.

## REKOMENDASI

- ✓ Kebijakan tarif progresif dalam Pungutan Ekspor (PE) cukup tepat untuk mendukung daya saing ekspor minyak sawit dan produk turunannya. Namun, dampak negatif tarif progresif yang menyebabkan keuntungan bisnis sulit diprediksi harus dapat dikelola sehingga turbulensi bisnis dapat dikendalikan.
- ✓ Pemerintah perlu membentuk atau menetapkan Badan Pemasaran Bersama atau *joint marketing board* (JMB) kelapa sawit dan produk turunannya. Badan ini akan mengatur besaran kuota ekspor agar Indonesia menjadi penentu harga produk sawit dunia.
- ✓ Larangan ekspor sedapat mungkin dihindari untuk menjaga kepercayaan pasar terhadap produk minyak sawit Indonesia. Integrasi kebijakan tarif dan kuota sangat dianjurkan daripada menerapkan larangan ekspor.
- ✓ Indonesia diharapkan terus melanjutkan program biodiesel untuk substitusi fossil fuel di pasar dalam negeri, dan pengembangan biodiesel dengan kualitas yang semakin baik agar dapat melakukan penetrasi Biodiesel di pasar global.
- ✓ Kebijakan hilirisasi sawit adalah strategi yang tepat agar dapat mempertahankan posisi pasar RFO dan OLM di kuadran *Star*, atau bergeser di posisi *Cash Cow* yang lebih aman.

## KATA KUNCI

- ✓ Penetapan harga adalah salah satu masalah yang paling kritis dari tata kelola kelapa sawit. Meskipun menjadi market leader produk minyak sawit, Indonesia kini masih menjadi penerima harga (*price taker*) bukan penentu harga (*price maker*).
- ✓ Pengaturan *supply-demand* sangat krusial dalam mempertahankan kepemimpinan sawit Indonesia di pasar global. Instrumen regulasi yang diatur di Indonesia antara lain bea keluar, pungutan ekspor, *Domestic Market Obligation* (DMO), dan larangan ekspor CPO.
- ✓ Sampai dengan saat ini, Indonesia belum memiliki tangki atau reservoir yang memadai untuk menampung pasokan minyak sawit dan produk turunannya ketika terjadi kelebihan pasokan.
- ✓ Walaupun merupakan salah satu produsen Biodiesel terbesar, namun Indonesia belum termasuk sepuluh negara eksportir biodiesel terbesar di dunia karena fokus untuk pemenuhan industri dalam negeri. Pada tahun 2021 Indonesia berada di peringkat 18 eksportir Biodiesel.
- ✓ Indonesia sejak tahun 2021 bukan lagi negara pengeksportir minyak sawit mentah (CPO) terbesar di dunia karena kebijakan hilirisasi produk sawit. *Refined Palm Oil* (RPO) dan *Oleo-Mix* (OLM) Indonesia berada di posisi *Star* yang dapat menikmati keuntungan tinggi karena memiliki pangsa pasar relatif besar, namun harus menghadapi banyak pesaing karena memperebutkan pertumbuhan pasar yang tinggi.

# PENDAHULUAN

Indonesia merupakan penghasil terbesar minyak sawit dan produk turunannya di dunia (Schleicher *et al.*, 2019; OEC, 2023). Selain menyumbang devisa terbesar bagi negara, kelapa sawit juga berkontribusi besar terhadap penerimaan negara melalui tarif keluar yang terdiri dari Bea Keluar (BK) dan Pungutan Ekspor (PE). Penerapan BK dan PE mengakibatkan harga CPO Indonesia lebih tinggi yang menyebabkan turunnya daya saing ekspor di pasar global. Untuk menjaga agar harga ekspor tetap kompetitif, umumnya perusahaan sawit menurunkan harga beli TBS dari petani. Tingginya PE juga menyebabkan eksportir mengalihkan penjualan ke pasar domestik. Akibatnya, pasar domestik dibanjiri CPO, sehingga harganya tertekan yang berdampak langsung pada penurunan harga jual TBS petani. Turunnya harga TBS akan berdampak pada kesejahteraan petani kelapa sawit.

Kebijakan umum pemerintah terkait PE sawit dan produk turunannya diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) dan dapat dikelompokkan menjadi tiga skema tarif, yaitu: pertama, tarif tetap; kedua, tarif progresif; dan ketiga, tarif nol. Sebelum tahun 2019, ekspor produk sawit seperti CPO dan produk turunannya dikenakan tarif tetap. Pada saat terjadi penurunan harga ekspor CPO, pemerintah mengeluarkan kebijakan tarif progresif sesuai dengan Harga Patokan Ekspor (HPE). Kebijakan tarif progresif ini dinilai lebih mendukung daya saing ekspor minyak sawit dan produk turunannya. Namun demikian, tarif progresif juga memiliki kelemahan yaitu menyebabkan keuntungan bisnis sulit diprediksi, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian dan turbulensi bisnis.

## DAYA SAING INDUSTRI SAWIT DAN TURUNANNYA DI PASAR GLOBAL

Secara global, tiga negara teratas yang menguasai ekspor minyak sawit adalah Indonesia (53,4%), Malaysia (29,4%), dan Belanda (2,3%).

Daya saing ekspor minyak sawit dapat dianalisis dengan membandingkan nilai RCA, ECI, dan *Relatedness* (Tabel 1).

Tabel 1 Indikator Daya Saing Negara Pengekspor Minyak Sawit Dunia Tahun 2021

No	Negara	RCA					ECI					<i>Relatedness</i>				
		CPO	CPKO	RPO	OLM	BDS	CPO	CPKO	RPO	OLM	BDS	CPO	CPKO	RPO	OLM	BDS
1.	Indonesia	23,5	7,37	53,16	20,3	0,78	0,04	0,042	0,04	0,0042	0,0042	0,335	0,321	0,034	0,402	0,134
2.	Malaysia	26,00	26,3	15,89	8,86	1,32	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	0,265	0,268	0,271	0,176	0,148
4.	Belanda	0,44	1,03	0,87	1,65	7,6	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	0,333	0,465	0,341	0,480	0,410

Sumber: OEC (2023)

Keterangan:

RCA = *Revealed Comparative Advantage*

ECI = *Export Competitiveness Index*

CPO = *Crude Palm Oil*

CPKO = *Crude Palm Kernel Oil*

RPO = *Refined Palm Oil*

OLM = *Oleo-Mix*

BDS = *Biodiesel*

Nilai RCA CPO Indonesia lebih tinggi dibandingkan Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar CPO dibandingkan Malaysia. Sementara itu, ECI yang sangat rendah menunjukkan tren ekspor CPO Indonesia yang lebih rendah dibandingkan Malaysia. *Relatedness* menunjukkan keterkaitan ekspor CPO dengan sektor ekonomi lain di dalam negeri. CPO memberikan kontribusi signifikan bagi sektor ekonomi lainnya di Indonesia



## PETA PERSAINGAN SAWIT DAN PRODUK TURUNANNYA DI PASAR GLOBAL

Persaingan CPO, CPKO, RPO, Biodiesel, dan *Oleo-Mix* di pasar global terjadi karena meningkatnya jumlah pemain internasional. Para pemain terkemuka sekarang fokus untuk memperluas kehadiran mereka di pasar dengan menerapkan manajemen rantai pasokan yang efisien.

Pasar oleo-mix dan biodiesel diperkirakan tumbuh secara signifikan. Hal ini disebabkan meningkatnya kebutuhan akan bahan oleokimia di berbagai industri dan kelangkaan energi di seluruh dunia. Analisis pangsa pasar relatif pertumbuhan pasar disajikan dalam empat kuadran Matriks Boston Consulting Group (BCG). Matriks BCG merupakan analisis portofolio untuk mempelajari posisi pasar suatu produk (Nurrochmat 2005) (Tabel 2).

Tabel 2 Pertumbuhan Nilai Ekspor CPO 2020-2021

No.	Negara	Nilai Ekspor CPO 2020 (USD)	Nilai Ekspor CPO 2021 (USD)	Peningkatan/ Penurunan Nilai Ekspor 2020-2021 (USD)	Pertumbuhan Nilai Ekspor
<b>Crude Palm Oil (CPO)</b>					
1	Malaysia	3,346 miliar	5,51 miliar	2,166 miliar	64,7 %
2	Indonesia	5,166 miliar	3,69 miliar	(1,457) miliar	(28,5) %
3	Papua New Guinea	0,342 miliar	0,67 miliar	0,330 miliar	96,5 %
4	Guatemala	0,41 miliar	0,63 miliar	0,22 miliar	0,54%
	<b>Dunia</b>	<b>11,06 miliar</b>	<b>13,37 miliar</b>	<b>2,309 miliar</b>	<b>20,9 %</b>
<b>Refined Palm Oil (RPO)</b>					
1	Indonesia	12,64 miliar	23,62 miliar	10,986 miliar	86,9%
2	Malaysia	7,21 miliar	9,51 miliar	2,296 miliar	31,8%
3	Belanda	0,86 miliar	1,00 miliar	0,134 miliar	15,5%
4	Jerman	0,27 miliar	0,35 miliar	0,08 miliar	30%
	<b>Dunia</b>	<b>23,23 miliar</b>	<b>37,75 miliar</b>	<b>14,517 miliar</b>	<b>62,5 %</b>
<b>Crude Palm Kernel Oil (CPKO)</b>					
1	Malaysia	427,57 juta	593,92 juta	166,35 juta	38,91%
2	Thailand	34,05 juta	226,25 juta	192,20 juta	564,46%
3	Indonesia	297,52 juta	123,58 juta	-173,94 juta	-58,46%
4	Kolumbia	38,09 juta	87,79 juta	49,7 juta	130,49%
	<b>Dunia</b>	<b>1,02 miliar</b>	<b>1,42 miliar</b>	<b>0,4 miliar</b>	<b>40,2%</b>
<b>Biodiesel (BDS)</b>					
1	Belanda	3,95 miliar	5,68 miliar	1,72 miliar	44%
2	Jerman	2,25 miliar	3,37 miliar	1,12 miliar	50%
3	Belgia	1,96 miliar	2,91 miliar	0,95 miliar	48%
4	Spanyol	1,35 miliar	2,59 miliar	1,24 miliar	91%
	<b>Dunia</b>	<b>16,6 miliar</b>	<b>25,6 miliar</b>	<b>9 miliar</b>	<b>54%</b>
<b>Oleo-Mix (OLM)</b>					
1	Indonesia	25,02 miliar	39,94 miliar	14,92 miliar	59,63%
2	Malaysia	16,20 miliar	23,53 miliar	7,33 miliar	45,29%
3	Belanda	6,27 miliar	8,47 miliar	2,20 miliar	35,00%
4	Argentina	5,10 miliar	7,41 miliar	2,30 miliar	45,02%
	<b>Dunia</b>	<b>116 miliar</b>	<b>168 miliar</b>	<b>52 miliar</b>	<b>44,1%</b>



Untuk Matriks BCG diperlukan data tentang pangsa pasar relatif, dengan menghitung pangsa pasar ekspor suatu produk dari negara tertentu dibandingkan dengan pangsa pasar ekspor dari negara pesaing terdekat (Tabel 3).

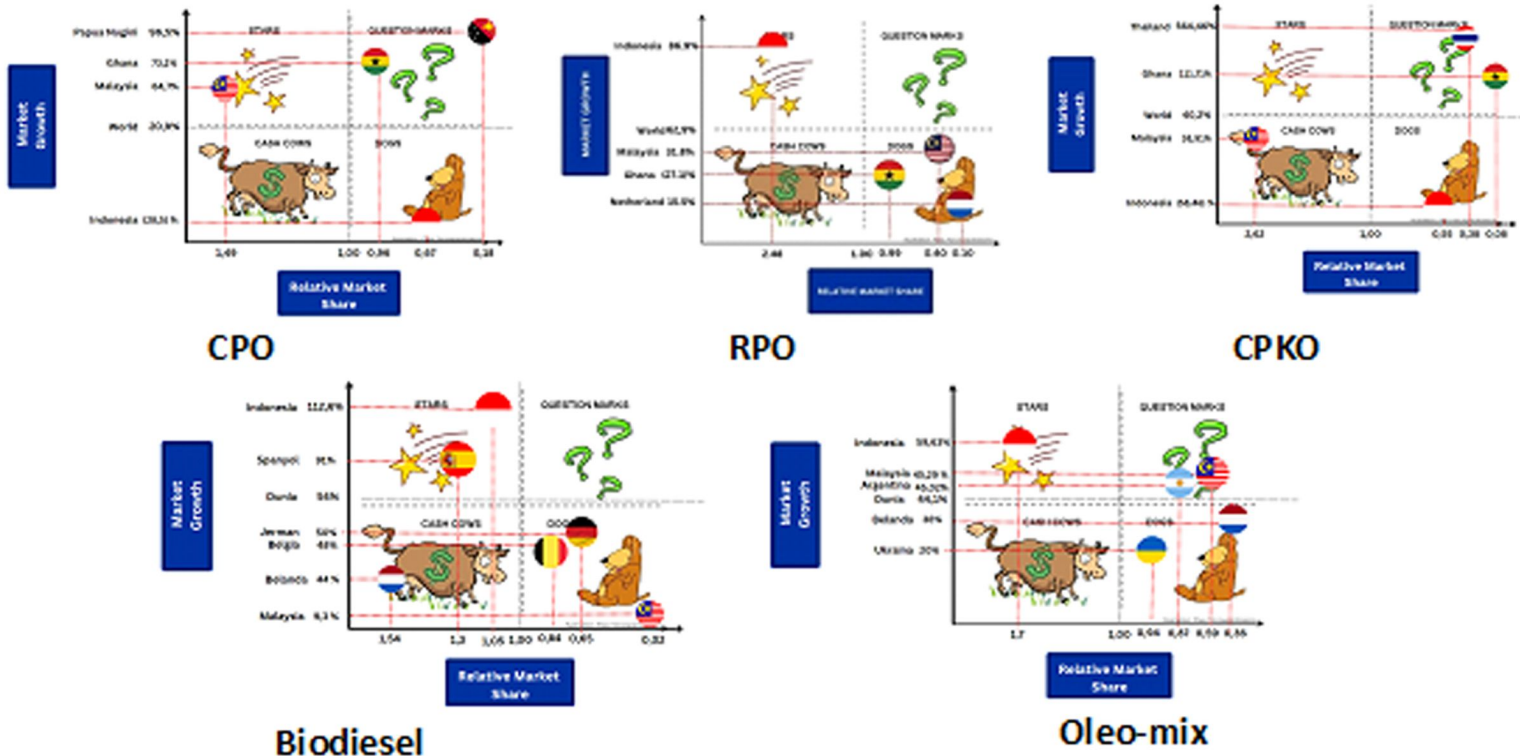
Berdasarkan data pangsa pasar relatif dan pertumbuhan pasar, dapat dibuat matriks BCG yang menunjukkan posisi masing-masing negara pengekspor CPO di pasar dunia. Median pangsa pasar relatif adalah 1,00 (sumbu x), dan median pertumbuhan pasar CPO adalah pertumbuhan ekspor CPO dunia (sumbu Y). Gambar 3 menunjukkan posisi empat negara pengekspor minyak sawit dan produk turunannya di Matriks BCG.

Tabel 3 Pangsa Pasar dan Pangsa Pasar Relatif Negara Eksportir Minyak Sawit Terbesar Dunia

No.	Negara	Pangsa Pasar* tahun 2021					Pangsa Pasar Relatif** tahun 2021				
		CPO	CPKO	RPO	BDS	OLM	CPO	CPKO	RPO	BDS	OLM
1	Indonesia	0,2761	0,09	0,626	0,005	0,24	0,67	0,55	2,484	1,05	1,70
2	Malaysia	0,4123	0,42	0,252	0,002	0,14	1,49	2,62	0,403	0,2	0,59
3	Belanda	0,0135	0,03	0,026	0,07	0,05	0,97	0,81	0,105	1,54	0,36
	Dunia										

\*) Perbandingan pangsa pasar relatif terhadap pesaing utama.

\*\*) Pertumbuhan pasar didekati dari total pertumbuhan produksi.



Gambar 1. Posisi Persaingan Sawit dan Produk Turunan Sawit di Pasar Global

Indonesia sejak tahun 2021 bukan lagi negara pengekspor minyak sawit mentah (CPO) terbesar di dunia karena kebijakan hilirisasi produk sawit. Hal ini ditunjukkan Gambar 1 Indonesia adalah negara pengekspor minyak sawit olahan (RPO) dan *Oleo-Mix* (OLM) terbesar di dunia berada pada posisi Star dalam Matriks BCG. Pangsa pasar relatif RPO sebesar 2,484 dan pertumbuhan ekspor sebesar 86,9% yang lebih tinggi dari pertumbuhan rata-rata ekspor RPO dunia (62,5%). Untuk OLM, pangsa pasar relatifnya adalah 1,7 dengan pertumbuhan ekspor 59,63% melebihi rata-rata pertumbuhan ekspor OLM dunia yang sebesar 44,1%.

Star dapat menikmati keuntungan yang tinggi karena memiliki pangsa pasar yang relatif besar, namun menghadapi para pesaing yang banyak karena memperebutkan pertumbuhan pasar yang tinggi. Sedangkan untuk posisi *Cash Cow*, sepanjang pangsa pasar relatif dan margin yang dinikmati tinggi maka posisi ini adalah yang terbaik karena pertumbuhan pasarnya rendah sehingga tidak banyak pesaing. Jika margin yang diperoleh rendah, produk tidak lagi banyak diproduksi sehingga pangsa pasar relatif rendah dan posisi pasar bergeser ke *Dog* (CPO). Produk di posisi *Star* jika pangsa pasarnya tergerus bergeser ke posisi *Question Mark*. Posisi produk di *Question Mark* jika pertumbuhan pasarnya rendah akan bergeser di kuadran *Dog*. Walaupun merupakan salah satu produsen Biodiesel terbesar, namun Indonesia bukan termasuk negara eksportir biodiesel terbesar di dunia karena fokus untuk pemenuhan industri dalam negeri.



## REFERENSI

Schleicher, T., Hilbert, I., Manhart A., Hennenberg, K., Ernah, Vidya, S., Fakhriya, I. (2019). Production of Palm Oil in Indonesia Country-Focused Commodity Analysis in the Context of the Bio-Macht Project. Project-ID: 031B0235B. Final Report. Oeko-Institut e.V. and Universitas Padjadjaran: Freiburg/Bandung.

OECD, 2023. The Observatory of Economic Complexity. Palm Oil. Palm Oil (HS: Palm) Product Trade, Exporters and Importers | The Observatory of Economic Complexity (oec.world)