

SKRIPSI

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK ATSIRI INDONESIA

ALDIRA FARADIVA



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK ATSIRI INDONESIA

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**ALDIRA FARADIVA
A11116025**



kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK ATSIRI INDONESIA

disusun dan diajukan oleh

ALDIRA FARADIVA
A11116025

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 12 Oktober 2020

Pembimbing I



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP 19690413 199403 1 003

Pembimbing II



Drs. Bakhtiar Mustari, M. Si
NIP 19590303 198810 1 001



Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP 19690413 199403 1 00

SKRIPSI

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK ATSIRI INDONESIA

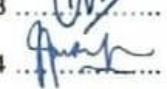
disusun dan diajukan oleh

ALDIRA FARADIVA
A11116025

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 27 Oktober 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si	Ketua	1 
2.	Drs. Bakhtiar Mustari, M.Si	Sekretaris	2 
3.	Prof. Muhammad Amri, SE., MA., Ph.D	Anggota	3 
4.	Dr. Indraswati T. A. Reviane, SE., MA	Anggota	4 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP. 19690413 199403 1 00

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Aldira Faradiva

NIM : A11116025

jurusan/program studi : Ilmu Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK ATSIRI INDONESIA

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar,

Yang membuat pernyataan


Aldira Faradiva

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan hanya untuk Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta atas izin-Nya Pulalah peneliti mampu menyelesaikan pendidikan dan mendapat **gelar sarjana**. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan ke alam terang benderang dan senantiasa menjadi suri tauladan bagi ummatnya.

Segala usaha dan upaya telah penulis kerahkan untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat agar mendapat gelar sarjana. Skripsi ini tidak akan ada jika bukan atas izin dari Allah Subhanahu Wataala dan doa orang tua penulis. Terima kasih sebesar-sebesarnya kepada guru kehidupan yaitu kedua orang tua penulis **BAPAK AWALUDDIN** dan **IBU SARIALANG** karena telah memberikan limpahan kasih sayang yang tak terhingga atas didikannya dan tak henti-hentinya mendoakan, memberikan dukungan moril dan materil dengan penuh kesabaran dan kepercayaan. Terima kasih pula untuk adik-adik penulis Ahmad Fadhiga, Muh. Hubbil Khair dan Muh. Ubaidillah yang senantiasa membanggakan kakaknya dan memberikan dukungan dan doa yang tiada henti. Terimakasih pula untuk tante, om dan nenek penulis yang telah mendoakan dan memberikan dukungan moril maupun materil. Penulis sadar, semua yang penulis lakukan tidak sebanding dengan apa yang mereka berikan, namun penulis akan selalu berusaha menjadi memberikan yang terbaik demi kebahagiaan keluarga penulis.

Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih tak terhingga atas seluruh bantuannya, yakni kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
3. Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si. beserta jajarannya.
4. Bapak Drs. Muhammad Yusri Zamhuri, MA., Ph.D selaku penasehat akademik yang selalu memberikan nasehat dan arahan kepada penulis saat berproses di bangku perkuliahan.
5. Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si selaku Pembimbing I beserta Bapak Drs. Bakhtiar Mustari, M.Si selaku pembimbing II penulis. Terimakasih telah meluangkan waktunya untuk bimbingan dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih sebesar-besarnya atas kesabaran dan nasehat yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Prof. Muhammad Amri, SE., MA., Ph.D, dan Ibu Dr. Indraswati T. A. Reviane, SE., MA selaku dosen penguji, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan serta kritik dan saran yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat rasa lebih dari saudara di kampus. Penulis selalu berterima kasih kepada Allah Subhanahu Wataala telah dipertemukan dengan “ Soulsister” Fitriani S, S.E., Nurul Fatiaty, S.E., Fadlia Anggraini, S.E., Hasriana, S.E., Afdania, S.E., yang selalu mendukung dan selalu menyemangati dan menghibur penulis untuk melewati masa-masa sulit dalam proses penyusunan skripsi penulis. Terimakasih telah menerima baik buruknya dan apa adanya penulis. Tetaplah saling backup dalam segala kondisi, terima kasih telah menuntun penulis yang banyak kurang dan lupanya ini,

tetap kompak dan semoga sukses dunia akhirat. Semoga Allah mengumpulkan kita kembali di Syurga-Nya Allah, Aamiin.

8. Sahabat seperjuangan diangkatan Ilmu Ekonomi 2016 “SPHERE 2016” yaitu kepanjangannya Solidarity of Phoenix, Eternal Relationship between Economists” . Terima kasih telah menjadi teman angkatan yang sangat kompak. Terima kasih atas ribuan cerita yang terukir dalam proses perkuliahan dan proses pengkaderan, tetaplah jadi SPHERE yang kocak dan kompak.
9. Keluarga besar FoSEI (Forum Studi Ekonomi Islam) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, terima kasih atas pengalaman yang luar biasa, terimakasih atas limpahan ukhuwah yang telah diberikan kepada penulis. Penulis bangga menjadi bagian dari FoSEI. Ekonom Rabbani..BISAA!!
10. Keluarga besar Pengurus Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2018-2019, Kabinet KIRI (kreatif, intelektual, religius dan inovatif) khususnya Departemen Pengaderan, terima kasih atas ilmu dan pengalamannya dalam menjalankan roda organisasi. Panjang umur perjuangan!!
11. Keluarga besar LDM (Lembaga Dakwah Mahasiswa) Al-Aqsho Unhas pengurus periode 2019-2020 terima kasih sudah mempercayakan penulis menjadi koordinator departemen Fundraising, terima kasih atas pengalaman yang luar biasa dalam menjalankan roda organisasi. Terimakasih telah mengajarkan arti perjuangan dan kesabaran dalam jalan dakwah kepada penulis. #Utamakan Dakwah kuliah Berprestasi
12. Sahabat seperjuangan diangkatan FoSEI 2016 “Soulmates 2016” Fatia, Ana, Afda, Diva, Lia, Edo, Arni, Mei, Taufik, Rifal, Febri, Nina, Aas, Ade,

Kahfi, Afni, Ayu, Alif, Alim, Fira, Hilda, Nunu, Hamka, Niar, dan Budi. Terimakasih atas dukungan, doa, perhatian, pengertian, dan bantuannya untuk penulis, terima kasih sudah memberikan warna indah dalam masa-masa perkuliahan, terima kasih sudah menjadi tempat kembali penulis ketika merasa lelah dengan tugas dan organisasi, terima kasih sudah menjadi pendengar, dan selalu menasehati penulis ketika penulis melakukan kesalahan cause we are SOULMATE.

13. Teman-teman KKN Gelombang 102 Unhas Posko kelurahan Watang Palakka Kec. Tanete Riattang Barat Kab. Bone, Rudi, Riska, Sabda, Ika, Rani, Wahyu, Anti, Ocan dan Ratih. Terima kasih telah menjadi bagian dalam cerita masa kuliahku saat ber-kkn bersama kalian sangat penuh dengan cerita dan drama semoga tetap kompak. Terima kasih pula kepada ibu posko Bu Sabriah dan Petta Lurah Pak Riski yang telah memfasilitasi kami rumah yang sangat nyaman dan para teman-teman staff desa Pabumbungan maafkan kami jika ada khilaf.
14. Sahabat seperjuangan dari SMAN 1 Watampone, DVDF Vila, Dilla dan Firda, terima kasih untuk masa SMA yang indah, terimakasih telah menerima segala kekurangan dan membela penulis dalam keadaan apapun. Kalian adalah teman setia hingga saat ini, pendengar terbaik penulis, yang selalu ada di setiap kondisi bahagia dan sedih penulis, kalian luar biasa.
15. Kepada seluruh sahabat, dosen, pegawai, keluarga yang telah memberikan bantuannya yang belum sempat penulis sebutkan.

Terakhir, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mengharap kritik dan saran yang membangun karena penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, maka sepenuhnya berasal dari penulis.

Makassar, 30 November 2020

Aldira Faradiva

ABSTRAK

Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Atsiri Indonesia

Aldira Faradiva
Sanusi Fattah
Bakhtiar Mustari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia dengan menggunakan dua pendekatan yang digunakan sebagai indikator, yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif dengan enam negara utama eksportir minyak atsiri Indonesia (Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol, China). Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *International Trade Centre* (ITC). Adapun data yang digunakan yaitu data *time series* tahun 2014 sampai 2018. Teknik analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamic* (EPD). Dari perhitungan RCA menunjukkan bahwa komoditi minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia artinya negara yang bersangkutan memiliki daya saing yang sangat kuat ($RCA > 1$). Sedangkan berdasarkan hasil estimasi EPD diperoleh posisi pasar komoditi minyak atsiri Indonesia di Perancis dan China menempati posisi "*Rising Star*", di Spanyol Indonesia berada di posisi "*Lost Opportunity*", di Amerika Serikat, India dan Singapura Indonesia berada di posisi "*Retreat*". Artinya, minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan komparatif namun belum memiliki keunggulan kompetitif di beberapa negara tersebut. Hal ini diindikasikan terjadi karena kurangnya tenaga kerja terampil, infrastruktur yang mendukung, industri pendukung langka dan tidak kompetitif, mesin-mesin canggih dan peralatan yang modern harus diimpor dan harganya mahal sehingga produktivitas dan kualitas minyak atsiri Indonesia belum dapat dimaksimalkan.

Kata kunci: *Daya Saing, Ekspor, Minyak Atsiri, RCA, EPD.*

ABSTRACT

Analysis The Export Competitiveness of Indonesian Essential Oil

Aldira Faradiva
Sanusi Fattah
Bakhtiar Mustari

This study aims to analyze the competitiveness of Indonesian essential oil exports by using two approaches used as indicators, namely comparative advantage and competitive advantage with six major countries exporting Indonesian essential oils (United States, India, France, Singapore, Spain, China). This study uses secondary data obtained from the International Trade Center (ITC). The data used are time series data from 2014 to 2018. The analysis technique used is Revealed Comparative Advantage (RCA) and Export Product Dynamic (EPD). The RCA calculation shows that Indonesian essential oil commodity has a comparative advantage above the world average, meaning that the country concerned has very strong competitiveness ($RCA > 1$). Whereas based on the EPD estimation results obtained the position of the Indonesian essential oil commodity market in France and China occupies the position of "Rising Star", in Spain Indonesia is in the position of "Lost Opportunity", in the United States, India and Singapore Indonesia is in the position of "Retreat". That means Indonesian essential oil has a comparative advantage but does not yet have a competitive advantage in the some countries. This happens because of the lack of skilled labor, supporting infrastructure, rare and uncompetitive supporting industries, sophisticated machinery and modern equipment must be imported and the price is expensive so that the productivity and quality of Indonesian essential oils cannot be maximized.

Keywords: Competitiveness, Export, Essential Oil, RCA, EPD.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teoritis	9
2.1.1 Perdagangan Internasional.....	9
2.1.2 Konsep Daya Saing	10
2.2 Hasil Penelitian dan Studi Empiris	15
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	19
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4 Metode Analisis Data.....	22
3.4.1 <i>Analisis Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	22
3.4.2 <i>Analisis Export Product Dynamics</i> (EPD)	24
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Perkembangan Variabel Penelitian.....	28

4.1.1	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Amerika Serikat Periode 2014-2018.....	28
4.1.2	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara India Periode 2014-2018.....	29
4.1.3	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Perancis Periode 2014-2018	29
4.1.4	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Singapura Periode 2014-2018.....	30
4.1.5	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Spanyol Periode 2014-2018	31
4.1.6	Perkembangan Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara China Periode 2014-2018.....	31
4.2	Hasil Estimasi Daya Saing Espor Minyak Atsiri Indonesia di Negara Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol, dan China Periode 2014-2018	32
BAB V PENUTUP		45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....		49
LAMPIRAN.....		51

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Daftar eksportir minyak atsiri dunia pada 2014-2018.....	4
1.2.	Daftar Negara Importir Minyak Atsiri Indonesia pada 2014-2018.....	5
2.1	Matrik posisi daya saing.....	24
4.1	Hasil Estimasi RCA dan EPD Komoditi Minyak Atsiri Indonesia	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1	Diamond Porter 14
2. 2	Kerangka konseptual penelitian..... 19
4. 1	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Amerika Serikat, 2014-2018 28
4. 2	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di India, 2014-2018 29
4. 3	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Perancis, 2014-2018..... 30
4. 4	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Singapura, 2014-2018 30
4. 5	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Singapura, 2014-2018 31
4. 6	Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di China, 2014-2018 32
4. 7	Dinamika pasar minyak atsiri Indonesia di Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol dan China..... 37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1	Hasil Olahan Metode RCA Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol dan China, 2014-2018, Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel 51
2	Hasil Olahan Metode EPD Komoditi Minyak Atsiri Indonesia di Negara Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol dan China, 2014-2018, Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel..... 53
3	Daftar Eksporir Minyak Atsiri Dunia 55
4	Daftar Importir Minyak Atsiri Indonesia..... 56
5	Daftar Supplier Untuk Impor Minyak Atsiri di Amerika Serikat..... 57
6	Daftar Supplier Untuk Untuk Impor Minyak Atsiri di India 58
7	Daftar Supplier Untuk Impor Minyak Atsiri di Perancis 59
8	Daftar Supplier Untuk Impor Minyak Atsiri di Singapura 60
9	Daftar Supplier Untuk Impor Minyak Atsiri di Spanyol 61
10	Daftar Supplier Untuk Impor Minyak Atsiri di China 62
11	Biodata 63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang diberi berkah kekayaan alam yang melimpah. Kekayaan alam yang melimpah tersebut dapat berupa lahan yang luas, varietas yang unggul dan iklim yang memadai untuk bercocok tanam. Berbagai jenis hasil alam tumbuh dengan subur di Indonesia, beberapa diantaranya adalah cengkeh (*eugenia aromatica*), akar wangi (*vetivera zizonioides*), nilam (*pogostemon cablin*), sereh wangi (*cymbopogon nardus*), pala (*myristica fragans*), dan lain sebagainya. Berbagai komoditas tersebut dianggap mempunyai nilai ekonomi yang tinggi karena merupakan tanaman penghasil minyak atsiri yang banyak di buru di pasar dunia.

Menurut kementerian perdagangan RI, minyak atsiri atau yang biasa disebut juga dengan *essential oils*, *etherial oils*, atau *volatile oils* adalah salah satu komoditi yang memiliki potensi besar di Indonesia. Minyak atsiri adalah ekstrak alami dari jenis tumbuhan tertentu, baik berasal dari daun, bunga, kayu, biji-bijian bahkan putik bunga. Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar sebagai salah satu negara penghasil minyak atsiri. Setidaknya ada 70 jenis minyak atsiri yang selama ini diperdagangkan di pasar internasional dan 40 jenis di antaranya dapat diproduksi di Indonesia, 12 jenis di antaranya diklasifikasikan sebagai komoditi ekspor. Sehubungan dengan itu, Direktorat Tanaman Semusim Direktorat Jenderal Perkebunan telah menetapkan Kebijakan Peningkatan Produksi dan Produktivitas Atsiri Nasional agar pangsa pasar minyak atsiri dapat terpenuhi.

Kegunaan minyak atsiri sangat banyak, tergantung dari jenis tumbuhan yang diambil hasil sulingnya. Minyak atsiri digunakan sebagai bahan baku minyak wangi, komestik dan obat-obatan. Minyak atsiri juga digunakan sebagai kandungan dalam bumbu maupun pewangi (*flavour and fragrance ingredients*). Industri komestik dan minyak wangi menggunakan minyak atsiri sebagai bahan pembuatan sabun, pasta gigi, *shampoo*, *lotion* dan parfum. Industri makanan menggunakan minyak atsiri sebagai penyedap atau penambah cita rasa. Industri farmasi menggunakannya sebagai obat anti nyeri, anti infeksi, pembunuh bakteri. Fungsi minyak atsiri sebagai wewangian juga digunakan untuk menutupi bau tak sedap bahan-bahan lain seperti obat pembasmi serangga yang diperlukan oleh industri bahan pengawet dan bahan insektisida.

Minyak Atsiri yang dihasilkan dari tanaman aromatik merupakan komoditas ekspor non migas yang dibutuhkan diberbagai industri seperti dalam industri parfum, kosmetika, industri farmasi/obat-obatan, industri makanan dan minuman. Dalam dunia perdagangan, komoditas ini dipandang punya peran strategis dalam menghasilkan produk primer maupun sekunder, baik untuk kebutuhan domestik maupun ekspor. Komoditas ini masih tetap eksis walaupun selalu terjadi fluktuasi harga, namun baik petani maupun produsen masih diuntungkan. Berdasarkan data kementerian perdagangan RI, sebagian besar minyak atsiri yang diproduksi oleh petani diekspor, pangsa pasar beberapa komoditas aromatik seperti nilam (64%), kenanga (67%), akar wangi (26%), serai wangi (12%), pala (72%), cengkeh (63%), jahe (0,4%) dan lada (0,9%) dari ekspor dunia.

Data *International Trade Centre* (ITC) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peran penting terhadap pasar minyak atsiri dunia, karena Indonesia menjadi salah satu produsen minyak atsiri terbesar di dunia untuk beberapa

komoditi. Minyak atsiri Indonesia khususnya minyak nilam (*patchouli oil*) dikenal memiliki mutu terbaik dalam pasar *essential oil* dunia. Berdasarkan data kementerian perdagangan RI, produk minyak nilam Indonesia mampu menguasai pangsa pasar perdagangan minyak nilam dunia hingga 80 – 90% dan termasuk ke dalam daftar 10 komoditas potensial. Minyak nilam adalah salah satu jenis minyak atsiri yang dihasilkan oleh tanaman nilam yang merupakan komoditas unggulan nasional Indonesia. Selain minyak nilam, Indonesia juga menyuplai minyak daun cengkeh lebih dari 70% dari kebutuhan dunia dan memasok lebih dari 90% kebutuhan minyak pala dunia.

Ekspor Minyak Atsiri Indonesia ke dunia bersifat fluktuatif setiap tahunnya. Berdasarkan data International Trade Centre (ITC) tahun 2014-2018, setidaknya ada 10 negara yang mendominasi di pasar minyak atsiri dunia, diantaranya India, Amerika Serikat, Perancis, China, Brazil, Inggris, Argentina, Jerman, Indonesia dan Spanyol. Indonesia berada di peringkat ke 9 pengekspor terbesar minyak atsiri dunia.

NO.	Exporters	Exported value in 2014	Exported value in 2015	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018
	World	4,464,990	4,846,467	4,689,135	5,451,158	5,969,573
1.	India	606,221	572,995	607,726	786,269	859,415
2.	United States of America	566,551	598,495	634,744	729,606	800,233
3.	France	366,053	355,201	396,745	471,278	522,070
4.	China	594,871	793,598	423,524	353,410	469,176

5.	Brazil	228,609	256,877	339,048	431,217	437,220
6.	United Kingdom	267,655	243,714	218,628	277,144	247,155
7.	Argentina	119,500	224,655	196,376	203,718	244,185
8.	Germany	173,876	178,693	191,524	219,207	225,527
9.	Indonesia	156,301	179,905	166,380	160,368	199,266
10.	Spain	125,749	126,830	124,347	160,872	195,944

Sumber: *ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.*

Tabel 1. 1 Daftar eksportir minyak atsiri dunia pada 2014-2018

Tabel 1. 1 menunjukkan bahwa, berdasarkan data *International Trade Centre* (ITC), Indonesia berada di peringkat ke-9 eksportir minyak atsiri di dunia. Pada tahun 2014 nilai ekspor minyak atsiri Indonesia sebesar USD 156,301 juta dan memberikan share terhadap dunia sebesar 3,5%, pada tahun 2015 nilai ekspor minyak atsiri Indonesia meningkat menjadi USD 179,905 juta dan memberikan share sebesar 3,7%. Sedangkan pada tahun 2016, nilai ekspor minyak atsiri Indonesia turun menjadi USD 166,380 juta dan memberikan share sebesar 3,5% kemudian turun kembali pada tahun 2017 menjadi USD 160,368 juta dan memberikan share sebesar 3%. Pada tahun 2018 nilai ekspor minyak atsiri Indonesia meningkat menjadi USD 199,266 juta dan memberikan share sebesar 3,3%. Data ini menunjukkan bahwa ekspor minyak atsiri Indonesia belum stabil dan cenderung menurun, sedangkan persaingan di pasar dunia sangat ketat, sewaktu-waktu posisi Indonesia dapat digeser oleh negara lain.

Komoditi minyak atsiri banyak dikembangkan oleh negara-negara di kawasan Eropa seperti Perancis, Spanyol, Jerman, Swiss, Belanda, dan Inggris oleh karena itu ekspor minyak atsiri Indonesia sebagian besar ditujukan ke negara-

negara di kawasan Eropa. Meski demikian minyak atsiri Indonesia juga di ekspor ke negara di kawasan Asia dan Amerika Serikat.

NO.	Importers	Exported value in 2014	Exported value in 2015	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018
1.	United States of America	31,929	29,589	27,947	26,156	39,385
2.	India	20,659	24,250	22,227	23,182	33,639
3.	France	16,166	21,228	20,986	20,079	27,841
4.	Singapore	24,630	24,979	20,306	21,195	22,505
5.	Spain	17,937	27,490	16,545	15,199	18,932
6.	China	5,109	7,061	17,055	8,710	11,605
7.	Switzerland	9,539	12,736	11,349	13,170	7,032
8.	Netherlands	4,615	2,597	3,319	3,615	7,020
9.	Germany	7,674	9,088	6,215	4,794	5,966
10.	United Kingdom	5,318	5,134	4,339	4,833	5,689

Sumber: *ITC calculations based on BPS-Statistics Indonesia statistics since January, 2015*

Tabel 1. 2. Daftar Negara Importir Minyak Atsiri Indonesia pada 2014-2018

Tabel 1.2 menunjukkan nilai ekspor minyak atsiri berdasarkan negara tujuan ekspornya periode 2014-2018. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar minyak atsiri Indonesia di ekspor ke berbagai negara di Eropa, meski demikian pada tahun 2018 ekspor minyak atsiri Indonesia terbesar ditujukan ke Amerika Serikat yang nilainya mencapai USD 39,385 juta dan memberikan share sebesar

20%, negara tujuan ekspor kedua adalah India dengan nilai USD 33,369 juta dan memberikan share sebesar 17%. Perancis menjadi negara tujuan ketiga ekspor komoditi ini dengan nilai USD 27,841 juta dan memberikan share sebesar 14%, selanjutnya Singapura dengan nilai USD 22,505 juta dan memberikan share sebesar 11%, kemudian Spanyol dengan nilai USD 18,932 juta dan memberikan share sebesar 9%, China dengan nilai USD 11,605 juta dan memberikan share sebesar 6%, Swiss dengan nilai USD 7,032 juta, Belanda dengan nilai USD 7,020 juta, Jerman dengan nilai USD 5,966, dan Inggris dengan nilai USD 5,689 juta. Meskipun negara-negara tersebut diatas juga merupakan sama-sama negara pengekspor minyak atsiri dan bahkan diantaranya ada yang merupakan termasuk 10 negara eksportir terbesar minyak atsiri dunia, namun karena adanya perbedaan sumber daya alam dan kebutuhan setiap negara maka memungkinkan bagi negara-negara tersebut untuk saling mengekspor dan mengimpor beberapa jenis minyak atsiri lain yang tidak mampu diproduksi di negaranya namun dibutuhkan untuk kepentingan industri di dalam negerinya, hal ini disebut dengan *intra industry trade*.

Peluang pasar produk minyak atsiri Indonesia masih terbuka luas, khususnya untuk pasar Eropa. Sebagai negara yang kaya akan bahan baku minyak atsiri, Indonesia harus melihat peluang yang cukup prospektif ini untuk pengembangan ekspor minyak atsiri di dunia. Sayangnya, industri di dalam negeri belum mampu memaksimalkan potensi yang besar ini. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa hanya sebagian kecil produk minyak atsiri yang telah diproduksi di Indonesia. Permintaan minyak atsiri ini pun diperkirakan terus meningkat seiring dengan bertambahnya populasi penduduk dunia. Apabila hal tersebut dimanfaatkan dengan baik, minyak atsiri dapat menjadi salah satu

alternatif pemasukan pendapatan yang besar bagi Indonesia dikarenakan nilai eksportnya yang tinggi.

Dalam era perdagangan bebas saat ini, daya saing sebuah produk menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi agar produk tersebut dapat bertahan di pasar internasional. Daya saing merupakan salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu negara di dalam perdagangan internasional. Porter (1990) menyatakan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar tersebut. Perdagangan internasional mengharuskan setiap negara memiliki spesialisasi dan juga kemampuan untuk dapat bersaing memperebutkan pasar yang ada. Penguasaan pasar oleh suatu negara dapat menjadi ukuran kemampuan bersaing suatu negara untuk komoditi tertentu.

Berdasarkan data-data dan informasi yang telah diuraikan, sangatlah diperlukan sebuah penelitian mengenai analisis daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia agar diketahui tingkat daya saing dan posisi relatif minyak atsiri Indonesia di pasar internasional yang kemudian akan digunakan sebagai acuan spesialisasi perdagangan internasional dan peningkatan daya saing minyak atsiri Indonesia terhadap pangsa pasar ekspor Indonesia agar mampu bertahan di pasar internasional. Selain itu penelitian ini disusun agar dapat memberikan masukan bagi otoritas-otoritas yang berwenang dalam mengambil kebijakan agar kedepannya minyak atsiri Indonesia mampu bersaing dan bertahan di pasar internasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi masalah pokok pada penelitian ini adalah bagaimana posisi daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia di pasar internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah pokok penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana posisi daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia di pasar internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana posisi daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia di pasar internasional. Kemudian gambaran tersebut, dapat dapat dijadikan bahan acuan spesialisasi perdagangan internasional dan peningkatan daya saing minyak atsiri Indonesia terhadap pangsa pasar ekspor Indonesia agar mampu bertahan di pasar internasional dan menjadi pertimbangan bagi otoritas-otoritas yang berwenang dalam pengambilan kebijakan terkait ekspor Indonesia. Selain itu dapat pula dijadikan sebagai tambahan referensi untuk melengkapi referensi yang sudah ada agar nantinya dapat memberikan masukan bagi penulis atau peneliti lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional merupakan hal yang sudah mutlak dilakukan oleh setiap negara. Perdagangan internasional adalah suatu interaksi antar negara dalam bentuk jual beli barang maupun jasa atas dasar kesepakatan bersama. Kerjasama internasional dibidang perdagangan bukanlah hal yang baru saja dimulai, namun sudah ada sejak abad pertengahan. Negara-negara di dunia belum mampu memproduksi semua barang dan kebutuhan sendiri secara mandiri. Terjadinya perdagangan internasional didasari karena adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh tiap wilayah atau negara serta kemampuan suatu negara dalam memproduksi suatu barang maupun jasa.

Suatu kegiatan perdagangan internasional terjadi ditandai dengan adanya kegiatan ekspor dan impor atau pertukaran komoditi antar dua negara atau lebih. Kegiatan ini dapat terjadi karena adanya perbedaan permintaan dan penawaran serta adanya perbedaan tingkat harga antar negara-negara tersebut. Sebagai ilustrasinya adalah ketika suatu negara ingin memproduksi suatu barang namun biaya produksi suatu barang tersebut lebih mahal jika dibandingkan dengan membeli barang tersebut dari negara lain maka, negara tersebut akan lebih memilih untuk membelinya dari negara lain. Perdagangan internasional hanya bisa terjadi apabila perdagangan tersebut menguntungkan masing-masing pihak yang bertransaksi.

Dalam perdagangan domestik para pelaku ekonomi bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari aktivitas ekonomi yang dilakukannya. Demikian halnya dengan perdagangan internasional. Setiap negara yang melakukan perdagangan bertujuan mencari keuntungan dari perdagangan tersebut. Selain mencari keuntungan, Krugman (2003) mengungkapkan bahwa alasan utama terjadinya perdagangan internasional yaitu negara-negara berdagang karena mereka berbeda satu sama lain dan negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (economic of scale). Adam Smith (1776) beranggapan bahwa perdagangan antara dua negara disebabkan karena adanya keunggulan absolut. Menurut Salvatore (1997) jika sebuah negara lebih efisien dalam memproduksi sebuah komoditi dibanding Negara lain namun negara ini kurang efisien jika memproduksi barang lainya dibanding dengan negara lain maka kedua negara ini akan memperoleh keuntungan dengan melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang yang memiliki keunggulan absolut dan menukarkannya dengan barang yang memiliki kerugian absolut. Masing-masing negara memiliki sumber daya yang berbeda dan memiliki keunggulan absolut atas suatu produk maka perdagangan dilakukan untuk menekan biaya produksi.

2.1.2 Konsep Daya Saing

Menurut Tambunan (2001) daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut, dalam artian jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebutlah yang banyak diminati konsumen. Menurut *Global Competitiveness Report* (2012) daya saing didefinisikan sebagai sebuah set dari institusi, kebijakan dan factor yang mempengaruhi tingkat produktivitas sebuah Negara. Pendekatan yang sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur

daya saing suatu komoditi, yaitu keunggulan absolut, keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.

Teori keunggulan absolut dari Adam Smith (1776) sering disebut teori murni perdagangan internasional. Dasar pemikiran teori ini adalah suatu negara akan melakukan perdagangan atau pertukaran apabila setiap negara memperoleh keuntungan mutlak dari perdagangan. Suatu negara dikatakan mempunyai keuntungan mutlak dalam memproduksi suatu jenis barang apabila negara tersebut dapat memproduksi barang dengan biaya yang lebih murah dibandingkan jika barang itu diproduksi di negara lain. Dengan demikian, suatu negara akan mengekspor suatu barang jika negara tersebut dapat membuatnya secara lebih murah dibandingkan negara lain.

Keunggulan absolut adalah situasi ekonomi di mana penjual mampu menghasilkan jumlah yang lebih tinggi dari produk yang diberikan, saat menggunakan jumlah yang sama sumber daya yang digunakan oleh pesaing untuk menghasilkan jumlah yang lebih kecil. Hal ini dimungkinkan bagi individu, perusahaan, dan bahkan negara memiliki keuntungan absolut di pasar. Kemampuan untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dengan lebih efisien juga memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan lebih, dengan asumsi bahwa semua unit yang diproduksi dijual.

Biaya juga merupakan faktor yang terlibat dalam menentukan apakah keuntungan absolut ada. Ketika itu adalah mungkin untuk memproduksi lebih banyak produk dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit, ini biasanya diterjemahkan ke dalam biaya produksi yang lebih rendah per unit. Bahkan dengan asumsi bahwa produsen menjual setiap unit dengan biaya sedikit di bawah kompetisi, hasil akhir masih harus keuntungan yang lebih tinggi pada setiap unit yang dijual.

Ada beberapa asumsi dari keunggulan Absolut ini yaitu, faktor produksi yang digunakan hanya tenaga kerja, kualitas barang yang diproduksi kedua Negara sama, pertukaran dilakukan secara barter tanpa mengeluarkan uang, biaya ditanspor ditiadakan.

Teori keunggulan komparatif (*theory of comparative advantage*) merupakan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo. Dalam teori ini, Ricardo (1817) menyatakan bahwa perdagangan internasional terjadi bila ada perbedaan keunggulan komparatif antarnegara. Keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya.

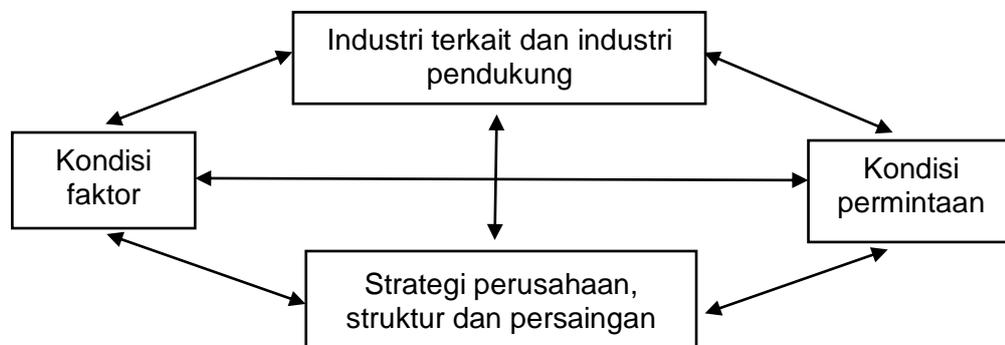
Hukum keunggulan komparatif (*law of comparative advantage*) menyatakan bahwa perdagangan dapat dilakukan oleh negara yang tidak memiliki keunggulan absolut pada kedua komoditi yang diperdagangkan dengan melakukan spesialisasi produk yang kerugian absolutnya lebih kecil atau memiliki keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif tersebut dibedakan atas *cost comparative (labor efficiency)* dan *production comparative advantage (labor productivity)*.

Menurut teori *cost comparative advantage (labor efficiency)*, suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut berproduksi lebih efisien serta mengimpor barang dimana negara tersebut berproduksi relatif kurang atau tidak efisien. Sedangkan *production comparative advantage (labor productivity)* yaitu suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut berproduksi lebih produktif serta mengimpor barang dimana negara tersebut berproduksi relatif kurang atau tidak produktif. Dengan

kata lain, *cost comparative* menekankan bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara memproduksi suatu barang yang membutuhkan sedikit jumlah jam tenaga kerja dibandingkan negara lain sehingga terjadi efisiensi produksi. Sedangkan *production comparative* menekankan bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika seorang tenaga kerja di suatu negara dapat memproduksi lebih banyak suatu barang atau jasa dibandingkan negara lain sehingga tidak memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak. Dengan demikian keuntungan perdagangan diperoleh jika negara melakukan spesialisasi pada barang yang memiliki *cost comparative advantage* dan *production advantage* atau dengan mengekspor barang yang keunggulan komparatifnya tinggi dan mengimpor barang yang keunggulan komparatifnya rendah (Firdaus, 2011). Dengan kata lain, dalam teori keunggulan komparatif, suatu bangsa dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi barang dan jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi tinggi.

Teori keunggulan kompetitif pertama kali dikemukakan oleh Michael. E. Porter pada bukunya *Competitive Advantage of Nations*. Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara untuk dapat bersaing di pasar internasional. Berbeda dengan konsep keunggulan komparatif yang menyatakan bahwa suatu negara tidak perlu menghasilkan suatu produk apabila produk tersebut telah dapat dihasilkan oleh negara lain dengan lebih baik, unggul, dan efisien secara alami, konsep keunggulan kompetitif adalah sebuah konsep yang menyatakan bahwa kondisi alami tidaklah perlu untuk dijadikan penghambat karena keunggulan pada dasarnya dapat diperjuangkan dan dikompertisikan dengan berbagai perjuangan atau usaha. Keunggulan suatu negara bergantung pada kemampuan perusahaan-perusahaan di dalam negara tersebut untuk

berkompetisi dalam menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasar. Dalam teorinya Porter menjelaskan bahwa negara yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan-perusahaan domestik akan mendorong terbentuknya keunggulan kompetitif pada suatu negara. Persaingan yang ketat pada perusahaan lokal ini di bentuk oleh empat atribut yaitu: (1) kondisi faktor, (2) kondisi permintaan, (3) industri terkait dan industry pendukung (4) strategi perusahaan, struktur dan persaingan. Keempat atribut tersebut saling berhubungan sehingga Porter menggambarkannya dalam sebuah diamond, atau lebih dikenal dengan Porter's Diamond (Porter, 1990).



Sumber: Porter (1990)

Gambar 2. 1 Diamond Porter

Kondisi faktor, yaitu posisi negara dalam faktor produksi, seperti tenaga kerja terampil atau infrastruktur, perlu untuk bersaing dalam suatu industri tertentu. Negara berkembang memiliki ciri ketergantungan yang tinggi pada tenaga kerja tidak terampil, tingkat upah yang rendah, dan kurangnya kapital. Hampir semua teknologi dipasok dan dikendalikan secara eksternal, serta belum berkembangnya infrastruktur, pasar modal, dan sistem pendidikan membuat produktivitas negara menjadi rendah. Dengan adanya persaingan faktor produksi dalam suatu industri maka Negara berkembang dapat membangun ekonomi yang sukses.

Kondisi Permintaan, yaitu sifat dari permintaan pasar domestik untuk barang dan jasa industri. Ciri pada negara berkembang dapat terlihat dari produk yang terdiferensiasi adalah menjadi andalan ekspor utama, permintaan lokal yang tidak canggih (informasi terbatas, seleksi yang terbatas, fokus terhadap harga), rancangan produk dan jasa bersifat imitasi atau lisensi dari luar, rendahnya standar produk, terjadi permintaan lokal yang tinggi.

Industri terkait dan industri pendukung. Keberadaan atau ketiadaan industri pemasok dan industri terkait lainnya di negara tersebut yang secara internasional bersifat kompetitif. Ciri pada negara berkembang dapat dilihat dari industrinya yang berorientasi pada ekspor yang terisolasi, industri pendukung langka dan tidak kompetitif, mesin-mesin canggih dan peralatan yang modern didapat dari impor. Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan. Kondisi dalam negara yang mengatur bagaimana perusahaan diciptakan, diatur, dan dikelola, sebagaimana juga sifat dari persaingan domestik.

2.2 Hasil Penelitian dan Studi Empiris

Yuhono (2008) meneliti tentang analisis pendapatan dan daya saing usahatani akar wangi di kabupaten Garut. Penelitian ini menganalisis pendapatan usaha tani dan daya saing pengolahan minyak akar wangi di Garut mulai Juli-Agustus 2007 untuk mengetahui keunggulan komparatif dan kompetitifnya di pasar internasional. Penelitian ini menggunakan metode survey. Untuk menganalisis keunggulan komparatif menggunakan harga bayangan (*pseudo price*), sedangkan untuk menganalisis keunggulan kompetitif menggunakan harga aktual kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis input - output, *benefit cost ratio* dan analisis biaya sumber daya domestik (BSD) atau *domestic resource cost* (DRC).

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi akar wangi masih dapat ditingkatkan melalui teknologi konservasi. Penggunaan input belum optimal, sehingga keuntungan yang diperoleh belum maksimal. Usaha tani sampai dengan penyulingan minyak akar wangi yang dilakukan oleh pengusaha/industri penyulingan memiliki keunggulan komparatif dalam menyumbangkan devisa negara dan mempunyai daya saing/kompetitif terhadap sesama produsen minyak akar wangi di luar negeri.

Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Nia Rosiana, Feryanto, dan Vela Rostwentiwaivi Sinaga (2017). Mereka meneliti posisi daya saing dan tingkat persaingan minyak atsiri Indonesia di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi daya saing dan tingkat persaingan minyak atsiri Indonesia di pasar global. Metode analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan RCA Dinamis dan analisis korelasi rank spearman, analisis menggunakan data time series nilai ekspor minyak atsiri Indonesia (2001-2015). Sepanjang periode 2001-2015 Indonesia memiliki daya saing, cenderung memiliki tren positif bila dibandingkan dengan sembilan negara eksportir utama lainnya. Hasil RCA Dinamis menunjukkan bahwa produk minyak Atsiri Indonesia periode 2001-2005 masuk kategori leading retreat, sedangkan periode 2005-2010 dan 2011-2015 masuk kategori rising star, yakni produk yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi komoditas unggulan ekspor Indonesia. Namun demikian korelasi rank spearman menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara daya saing minyak atsiri Indonesia dengan sembilan negara eksportir utama lainnya.

Penelitian terkait daya saing juga dilakukan oleh I Putu Ogi Suparsa dan Ni Putu Martini Dewi (2016). Mereka meneliti tentang analisis daya saing ekspor

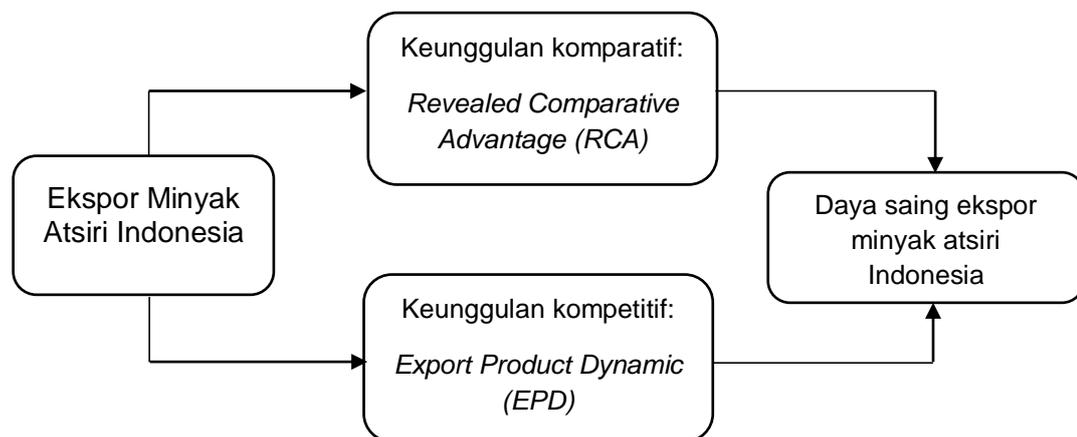
komoditi keping provinsi Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya saing dan pengaruh secara simultan dan parsial dari kurs dollar AS, inflasi, dan harga keping terhadap nilai ekspor komoditi keping Provinsi Bali tahun 2000-2013. Teknik analisis yang digunakan adalah indeks *revealed comparative advantage (RCA)* dan regresi linear berganda dengan menggunakan data time series dari tahun 2000-2013. Berdasarkan perhitungan indeks *revealed comparative advantage (RCA)* didapatkan hasil $RCA < 1$, ini memiliki arti bahwa komoditi keping Provinsi Bali belum memiliki daya saing sehingga belum dapat dijadikan sektor unggulan ekspor Provinsi Bali. Sedangkan berdasarkan regresi linear berganda, dapat diketahui hasil uji secara simultan kurs dollar AS, inflasi, dan harga keping berpengaruh signifikan. Pada hasil uji secara parsial menyatakan kurs dollar berpengaruh positif dan signifikan, juga merupakan variable yang paling dominan.

Farid Ustiaji (2016) juga melakukan penelitian terkait analisis daya saing komoditi ekspor unggulan Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tentang pertumbuhan, kontribusi serta daya saing dari komoditi unggulan Indonesia yang terdiri dari tekstil dan produk tekstil (TPT), elektronik, karet dan produk karet, sawit dan produk sawit, produk hasil hutan, alas kaki, otomotif, udang, kakao, dan kopi. Hasil penelitian menunjukkan: Pada komoditi unggulan Indonesia dari beberapa komoditi tersebut mengalami kenaikan pertumbuhan yang cukup signifikan. Penyumbang kontribusi terbesar dari komoditi unggulan tersebut ada pada komoditi sawit yang mencapai peringkat pertama dengan nilai total ekspor tahun 2010-2014. Dari perhitungan RCA menunjukkan bahwa industri sawit, hasil hutan, alas kaki, kakao, kopi, karet, dan tekstil pada tahun 2010-2014 memiliki daya saing diatas daya saing rata-rata dunia.

Yonette Maya Tupamahu (2015) juga meneliti tentang analisis daya saing ekspor cengkeh Indonesia di kawasan ASEAN dan dunia. Penelitian ini bertujuan menganalisis trend ekspor cengkeh Indonesia pada tahun 2015-2018, menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif ekspor cengkeh Indonesia Malaysia dan Singapura di pasar internasional. Data penelitian dari tahun 1980-2012, yaitu nilai ekspor cengkeh Indonesia, nilai ekspor cengkeh negara ASEAN lainnya: Malaysia dan Singapura, nilai ekspor cengkeh di dunia, nilai ekspor total Indonesia, nilai ekspor total dari 2 negara ASEAN, dan nilai ekspor total di tingkat dunia. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis trend ekspor, analisis *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Hasil analisis menunjukkan ekspor cengkeh Indonesia diramalkan meningkat pada tahun 2015-2018, masing-masing sebesar 10606,86 ton, 10943,20 ton, 11279,54 ton, dan 11615,88 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,08 % per tahun. Daya saing Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang rendah ditingkat dunia dengan nilai indeks RSCA sebesar 0,22 serta memiliki keunggulan kompetitif dengan ISP sebesar 0,46. Malaysia memiliki keunggulan komparatif yang rendah pasar dunia dimana nilai indeks RSCA sebesar -0,25. Keunggulan kompetitif Malaysia juga rendah dimana ISP sebesar -0,45. Sedangkan Singapura memiliki keunggulan komparatif yang tinggi dibandingkan Indonesia dan Malaysia, dimana rata-rata indeks RSCA sebesar 0,96. Namun Singapura memiliki keunggulan kompetitif yang rendah ditunjukkan nilai ISP sebesar -0,09, menunjukkan bahwa Singapura sebagai pengimpor komoditi cengkeh.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sekitar 40 jenis tanaman penghasil minyak atsiri dan sekitar 12 jenis telah digunakan sebagai sumber minyak atsiri komersial (Dewan Atsiri Indonesia, 2017; Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2014). Permintaan minyak atsiri Indonesia dalam satu dekade terakhir, menunjukkan tren yang positif dalam memenuhi pasar global. Namun demikian, upaya untuk meningkatkan daya saing produk minyak atsiri belum terlalu diperhatikan. Sehingga dengan semakin tingginya permintaan minyak atsiri Indonesia dan ketatnya persaingan antar negara produsen, menunjukkan bahwa minyak atsiri dunia memiliki potensi untuk dikembangkan, terlebih lagi dengan melihat posisi Indonesia yang berada di urutan ke-9 sebagai eksportir minyak atsiri dunia pada periode lima tahun terakhir (2014-2018). Peningkatan daya saing minyak atsiri dengan melihat perkembangan pasar dunia menjadi suatu keharusan. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi daya saing minyak atsiri Indonesia di pasar global.



Gambar 2. 2 Kerangka konseptual penelitian

Pada Gambar 2.2 dapat diketahui bahwa Indonesia adalah salah satu negara pengekspor minyak atsiri dunia. Untuk mengukur daya saing komoditi minyak atsiri Indonesia terdapat dua pendekatan yang digunakan sebagai

indikator, yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Untuk mengukur keunggulan komparatif komoditi minyak atsiri Indonesia digunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk melihat apakah minyak atsiri Indonesia berdaya saing rendah atau tinggi, sedangkan untuk menganalisis keunggulan kompetitif komoditi minyak atsiri Indonesia digunakan analisis *Export Product Dynamics* (EPD) untuk mengetahui apakah komoditi tersebut sedang dalam performa dinamis atau tidak. Dari hasil analisis inilah diketahui tingkat daya saing dan posisi relatif minyak atsiri Indonesia di pasar internasional yang kemudian akan dipergunakan sebagai acuan spesialisasi perdagangan internasional dan peningkatan daya saing minyak atsiri Indonesia terhadap pangsa pasar ekspor Indonesia.

2.4 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kerangka pikir penelitian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu diduga:

1. Komoditi minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan komparatif di Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol dan China.
2. Komoditi minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di Amerika Serikat, India, Perancis, Singapura, Spanyol dan China.