

Hasil Penelitian

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KARET ALAM INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

(ANALYSIS OF INDONESIA'S NATURAL RUBBER EXPORT COMPETITIVENESS IN THE INTERNATIONAL MARKET)

Silvia Darina, Tavi Supriana, Radite Tistama

Universitas Sumatera Utara
Jl. Dr. T. Mansyur No. 9, Medan, 20222
Sumatera Utara - Indonesia
Email: silvia.darina@gmail.com

Diterima: 19 Juni 2025; Direvisi: 12 September 2025; Disetujui: 19 September 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap daya saing ekspor karet alam Indonesia di pasar Internasional. Alat analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Competitiveness Index* (ECI), dan *Export Product Dynamic* (EPD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan nilai RCA karet alam Indonesia selama periode 2001- 2023, dengan kisaran pengukuran RCA yang berkisar antara -1 hingga 1. Nilai RCA karet alam Indonesia memiliki kecenderungan konsisten memiliki daya saing di negara-negara tujuan ekspor, artinya karet alam Indonesia yang di ekspor ke pasar Internasional memiliki daya saing atau keunggulan komparatif. Berdasarkan perhitungan keunggulan kompetitif dengan metode nilai EPD, ekspor karet alam Indonesia dan Thailand ke pasar internasional berada pada kuadran II atau *Lost Opportunity* yaitu produk mengalami kehilangan pangsa pasar yang sebelumnya kompetitif, meskipun pertumbuhan pangsa ekspor dinamis. Ekspor Karet alam Vietnam ke pasar Internasional berada di kuadran I atau *rising star*, dimana pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang positif dan pertumbuhan pangsa produknya positif. Rerata nilai ECI karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam, ke pasar Internasional dari 2000 hingga 2023 lebih besar dari 1 yang menunjukkan bahwa ketiga negara ini memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dalam ekspor karet alam. Rekomendasi penelitian ini antara lain: perlunya penguatan dari sektor hulu dengan membuat program yang terstruktur dalam penyediaan bibit varietas baru yang lebih unggul, penggunaan pupuk berkualitas, penggunaan pestisida yang tepat, pemantauan perkebunan karet secara rutin untuk pengendalian hama dan penyakit, pemangkasan yang tepat sehingga merangsang tunas baru dan menghasilkan lebih banyak karet; hilirisasi komoditas karet dengan membuat berbagai macam produk yang sudah diolah menjadi barang jadi; membangun jaringan pemasaran dengan cara bermitra dengan beberapa perusahaan pengolahan karet (eksportir); serta, menghimbau petani untuk menaikkan nilai karet alam melalui sertifikasi organik.

Kata kunci: daya saing, ekspor, karet alam, pasar internasional

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the competitiveness of Indonesia's export natural rubber in the international market and to analyze the factors that influence the competitiveness of natural rubber exports in the international market. The analytical tools used are Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Competitiveness Index (ECI) dan Export Product Dynamic (EPD). The results of this research show the development of the RCA value of Indonesia's natural rubber during the period 2001-2023, with an RCA measurement range of -1 to 1, indicating that the RCA value of Indonesia's natural rubber consistently tends to have competitiveness in export destination countries. This means that Indonesia's natural rubber exported to the international market has competitiveness or comparative advantage. Based on the calculation of competitive advantage using the EPD value method, it was found that Indonesian and Thai natural rubber export in the international markets, is in quadrant II or Lost Opportunity, that is, the product experiences a loss of market share that was previously competitive despite dynamic export share growth. Vietnamese natural rubber export to the international market is in quadrant I rising star where export market share growth is positive and product share growth is positive. The ECI value of Indonesian, Thai,

and Vietnamese, natural rubber to the international market, the average ECI value from 2000 to 2023 is greater than 1, which means that Indonesia, Thailand, and Vietnam, have comparative and competitive advantages in natural rubber exports. The recommendations of this research include: the need to strengthen the upstream sector by creating a structured program in providing new, superior varieties of seeds, the use of quality fertilizers, the use of appropriate pesticides, regular monitoring of rubber plantations for pest and disease control, proper pruning to stimulate new shoots and produce more rubber; downstreaming of rubber commodities by making various kinds of products that have been processed into finished goods; building a marketing network by partnering with several rubber processing companies (exporters); and, encouraging farmers to increase the value of natural rubber through organic certification.

Keywords: competitiveness, export, natural rubber, international market

PENDAHULUAN

Karet alam menjadi salah satu komoditas ekspor perkebunan yang sangat strategis, dimana Indonesia berperan sebagai salah satu produsen utama di dunia, dikarenakan Indonesia memiliki luas areal karet rakyat 3.248,80. Karet alam memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan karet sintetis, antara lain daya elastisitas yang tinggi (lentur sempurna), plastisitas yang baik sehingga mudah diolah, ketahanan aus yang tinggi, tidak mudah panas serta ketahanan tinggi terhadap keretakan. Di sisi lain, karet sintetis memiliki ketahanan terhadap berbagai zat kimia dan harganya cenderung stabil serta dapat dipertahankan, sedangkan karet alam harganya fluktuatif dan sering mengalami gejolak yang tajam (Plastic & Rubber Indonesia, 2024).

Ditinjau dari aspek lingkungan, karet alam memiliki keunggulan karena kontribusinya pada pelepasan oksigen, dibandingkan dengan karet sintetis yang menghasilkan emisi karbon dioksida (Nazaruddin dan Paimin, 2006). Daya saing mencerminkan kemampuan suatu komoditas untuk menembus pasar internasional dan mempertahankan posisinya di pasar tersebut. Produk dengan daya saing tinggi cenderung lebih diminati oleh konsumen. Tingkat daya saing suatu negara dalam perdagangan global dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu keunggulan komparatif yang bersumber dari kondisi alamiah, dan keunggulan kompetitif yakni keunggulan yang dapat dibentuk melalui strategi dan inovasi.

Keunggulan komparatif yang mempengaruhi daya saing dalam ekspor karet alam primer dapat dilihat dari kemampuan memproduksi karet alam dengan biaya produksi lebih rendah dibandingkan negara lain serta tingginya volume ekspor karet alam di pasar internasional. Indonesia cukup memiliki keunggulan komparatif ini, karena biaya produksi karet alam yang relatif lebih rendah serta posisi geografis strategis yang memudahkan distribusi ke pasar Asia maupun belahan bumi lainnya. Keunggulan kompetitif dapat dilihat dari kemampuan menjawab tantangan hilirisasi untuk meningkatkan *added value* dan kualitas

dari produk karet alam di pasar internasional, misalnya melalui teknologi dan inovasi pengolahan karet alam menjadi produk jadi seperti sarung tangan, peralatan medis, *foot wear*, suku cadang otomotif, material konstruksi, dan sebagainya.

Daya saing produk karet yang eksisting di Indonesia saat ini salah satunya HS4001 (*natural rubber*), Indonesia mampu bersaing secara kuat di pasar global untuk jenis karet ini dibanding negara pesaing penghasil karet seperti Thailand (Agustina, dkk., 2024). Permintaan ekspor industri karet Indonesia stabil dan terus meningkat seiring pertumbuhan ekonomi global. Kualitas karet alam Indonesia yang unggul membuatnya diminati banyak negara. Meski demikian, fluktuasi harga karet dunia dan spekulasi pasar tetap menjadi faktor yang memengaruhi keseimbangan permintaan dan penawaran (Uniair Cargo, 2024).

Beberapa kebijakan global juga mempengaruhi dinamika harga karet alam di pasar global. Sebagai contoh, sejak tahun 2019, tiga negara produsen karet alam yaitu Indonesia, Malaysia, dan Thailand telah menerapkan berbagai kebijakan pengelolaan industri karet yang diharapkan berdampak pada kesetimbangan *supply* dan *demand* dan akhirnya dapat membentuk harga. Untuk jangka pendek, dilakukan pengaturan volume ekspor melalui mekanisme *Agreed Export Tonnage Scheme* (AETS). Pada jangka menengah, upaya difokuskan pada peningkatan pemanfaatan karet di dalam negeri melalui skema *Demand Promotion Scheme* (DPS).

Sementara itu, kebijakan jangka panjang diarahkan pada peremajaan tanaman karet melalui program *Supply Management Scheme* (SMS) (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2019). China dan Jepang sebagai negara pengimpor karet alam utama di dunia memfokuskan kebijakan pada pembangunan industri hilir dan peningkatan efisiensi produksi. Penerapan tarif impor baru oleh Amerika Serikat yang bersifat resiprokal dengan kisaran antara 10 hingga 39 persen telah mempengaruhi harga karet di pasar global, merupakan bentuk kebijakan perdagangan yang

bersifat defensif. Kebijakan ini diberlakukan sebagai respons terhadap tarif impor dari negara lain yang dinilai merugikan kepentingan ekonomi Amerika Serikat, dan merupakan bagian dari strategi perang dagang negara tersebut (Pusat Penelitian Karet, 2025).

Jepang sebagai negara pengimpor utama karet alam Indonesia mempunyai kebijakan yang difokuskan pada peningkatan kualitas dan efisiensi produksi (Aberth, 2024). Dalam era perdagangan bebas, pengembangan komoditas karet dihadapkan pada berbagai tantangan. Terbukanya pasar global menyebabkan tingkat persaingan ekspor karet alam semakin ketat. Struktur pasar yang terbuka juga membuat kemampuan untuk mengendalikan pasar menjadi sangat terbatas, sehingga tidak ada mekanisme yang mampu mencegah masuknya pesaing-pesaing baru dalam perdagangan internasional (*International Trade Statistics*, 2010).

Guna memahami posisi daya saing karet alam Indonesia, diperlukan pemantauan secara berkala terhadap perkembangan komoditas ini dibandingkan dengan negara-negara pesaing di pasar internasional. Informasi tersebut sangat penting untuk mengetahui sejauh mana penguasaan pasar oleh eksportir karet alam Indonesia di tingkat global, yang pada akhirnya menentukan kondisi pasar melalui perolehan pangsa pasar. Struktur pasar yang terbentuk akan secara langsung memengaruhi tingkat daya saing produk. Mengetahui tingkat daya saing suatu negara menjadi hal penting untuk menilai kinerja suatu komoditas dalam konteks perdagangan global. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing karet alam Indonesia di pasar internasional sebagai salah satu pertimbangan fundamental dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat sasaran untuk mendukung penguatan posisi karet alam Indonesia di pasar global.

METODE

Metodologi penelitian berupa kuantitatif dan deskriptif. Data yang digunakan adalah data panel yang merupakan kombinasi antara runtut waktu (*time series*) tahun 2000 sampai dengan 2023 dan data silang (*cross section*) berupa dua negara pesaing utama ekspor karet alam Indonesia yaitu Thailand dan Vietnam. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Metode yang digunakan adalah RCA (*Revealed Comparative Advantages*) yaitu metode analisis untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam perdagangan internasional (Naing, 2021), dengan rumus sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

RCA_{it} : *Revealed Comparative Advantage*

komoditas karet alam dari Indonesia.

X_{ki} : Nilai ekspor komoditas karet alam dari Indonesia.

X_i : Nilai total ekspor Indonesia.

W_k : Nilai total ekspor komoditas karet alam dunia.

W_t : Nilai total ekspor dunia.

Export Competitiveness Indeks (ECI) adalah indikator yang merepresentasikan perbandingan pangsa ekspor suatu komoditas tertentu dari sebuah negara di pasar internasional pada tahun ke- t (t) dengan pangsa ekspor komoditas yang sama pada tahun sebelumnya ($t-1$). Nilai ECI mencerminkan tingkat daya saing sejumlah barang ekspor suatu negara dibandingkan dengan negara-negara pesaing di pasar global (Lindung dan Jamil, 2018). Rumus perhitungan ECI disusun sebagai berikut:

$$ECI_{ki} = \frac{\left(\frac{X_{ki}}{W_k}\right)^t}{\left(\frac{X_{ki}}{W_k}\right)^{t-1}} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

ECI_{ki} : *Export competitiveness index* komoditas karet alam Indonesia

X_{ki} : Nilai ekspor komoditas karet alam dari Indonesia

W_k : Nilai ekspor karet alam dunia

T : Periode berjalan

$t-1$: Periode sebelumnya

Range pengukuran ECI memiliki ketentuan, apabila $ECI > 1$ berarti ekspor komoditas mempunyai arah tren yang meningkat dan memiliki keunggulan kompetitif, sedangkan $ECI < 1$ berarti ekspor komoditas mempunyai arah tren yang menurun dan tidak memiliki keunggulan kompetitif. *Export Product Dynamic* (EPD) digunakan untuk mengkategorikan performa produk dalam perdagangan internasional berdasarkan pertumbuhan ekspor dan pangsa pasar global. EPD merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai daya saing suatu produk dengan mengidentifikasi posisi pasar negara tersebut terhadap pasar tujuan tertentu.

Letak suatu produk dalam kuadran mencerminkan tingkat kekuatan bisnis pada sumbu X dan tingkat daya tarik pasar pada sumbu Y secara sistematis. Metode EDP dapat dirumuskan sebagai berikut (Dhamira dan Prasada, 2021; Meliany dan Novianti, 2022):
Sumbu X: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor atau disebut kekuatan bisnis

$$\sum_t^n = 1 \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)^t \times 100\% - \sum_t^n = 1 \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)^{t-1} \times 100 \dots (3)$$

Sumbu Y : Pertumbuhan pangsa pasar produk

$$\frac{\sum_t^n = 1 \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right) t \times 100\% - \sum_t^n = 1 \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right) t-1 \times 100\% \dots (4)}{T}$$

Keterangan:

- X_{ij} : Nilai ekspor karet alam Indonesia ke negara tujuan ekspor utama (US\$)
W_{ij} : Nilai ekspor karet alam dunia ke negara masing-masing importir karet alam Indonesia (US\$)
X_j : Nilai total ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara tujuan utama ekspor (US\$)
W_j : Nilai total ekspor seluruh komoditas dunia ke negara tujuan ekspor utama karet alam Indonesia (US\$)
T : Jumlah tahun yang di analisis
t-1 : Tahun sebelumnya
i : Komoditas karet alam
j : Negara Indonesia atau seluruh dunia

Menurut penelitian Estherhuizen (2006), posisi matriks daya saing dibagi ke dalam empat kategori, yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity*, dan *retreat*. Penempatan masing-masing kuadran matriks didasarkan pada dua sumbu, di mana sumbu X merepresentasikan pangsa pasar ekspor dan sumbu Y menunjukkan pangsa pasar produk.

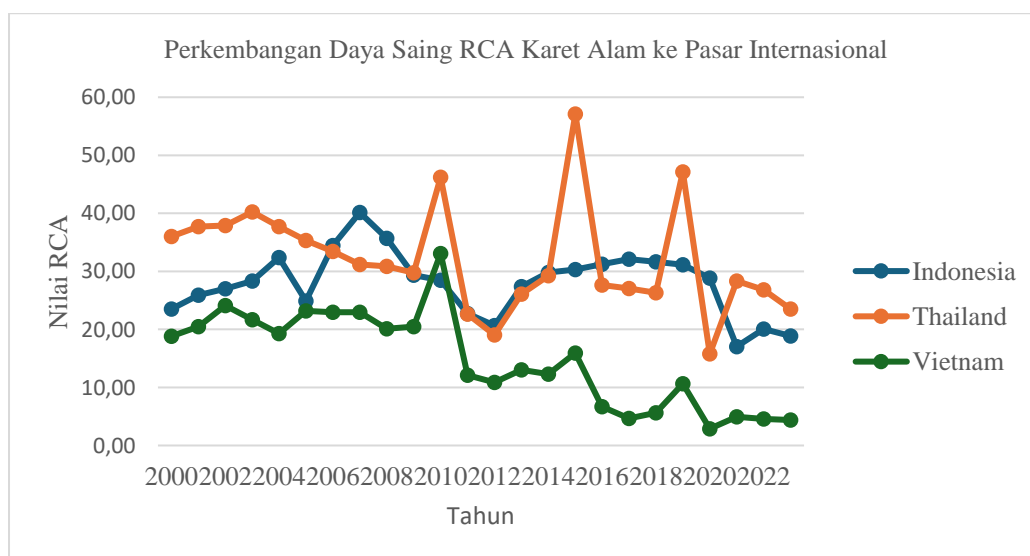
HASIL DAN PEMBAHASAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir karet alam utama di dunia. Pada gambar 1 di bawah ini dapat di lihat nilai RCA dari ekspor karet alam Indonesia

ke pasar internasional. Gambar 1 menunjukkan Indonesia memiliki rata - rata nilai RCA yang tinggi ke pasar Internasional sebesar 28.00. Nilai RCA Indonesia bukan hanya berada di atas nilai 1 namun bernilai puluhan, ini menunjukkan bahwa daya saing karet alam Indonesia berada jauh di atas rata-rata dunia, artinya karet alam Indonesia berdaya saing kuat di pasar Internasional.

Thailand memiliki rata - rata nilai RCA yang tinggi ke pasar Internasional sebesar 32.21. Nilai RCA Thailand bukan hanya berada di atas nilai 1 namun bernilai puluhan, ini menunjukkan bahwa daya saing karet alam Thailand berada jauh di atas rata-rata dunia, artinya karet alam Thailand berdaya saing kuat di pasar Internasional. Vietnam memiliki nilai RCA yang lebih besar dari satu ke pasar Internasional. Rata - rata nilai RCA Vietnam ke pasar Internasional sebesar 14.83, walaupun nilai RCA Thailand lebih tinggi dibanding Vietnam, namun nilai RCA Vietnam masih tetap berada di atas rata - rata dunia, artinya karet alam Vietnam berdaya saing kuat di pasar Internasional.

Rataan nilai RCA Indonesia, Thailand, dan Vietnam, ke pasar Internasional lebih dari satu, hal ini menunjukkan bahwa nilai RCA dan berada di atas rata-rata dunia yang artinya Thailand, dan Vietnam memiliki daya saing yang kuat untuk mengeksportir karet alam ke pasar Internasional, sehingga harus mempertahankan kontinuitas ekspor karet alam di pasar tujuan ekspor, serta menunjukkan nilai RCA karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam, ke pasar Internasional mengalami fluktuatif, namun cenderung menurun.



Gambar 1. Grafik RCA Karet Alam Indonesia
Sumber: Data diolah (2025)

Nilai RCA Thailand lebih tinggi dibandingkan nilai RCA Indonesia, hal ini mengindikasikan Indonesia memiliki daya saing yang lebih rendah dalam ekspor karet alam dibanding Thailand. Hal ini disebabkan Thailand memiliki fokus yang lebih kuat pada pengembangan industri karet alam dan dukungan pemerintah yang lebih besar, termasuk ekspansi areal perkebunan, dibandingkan Indonesia. Selain itu, Thailand juga lebih mampu dalam menguasai pangsa pasar produk karet (Ardanari, 2020).

Pemerintah Thailand mendukung dan fokus serta memiliki komitmen yang lebih besar terhadap pengembangan industri karet alam, termasuk melalui perluasan areal perkebunan dan dukungan kebijakan pemerintah. Meskipun Indonesia memiliki luas lahan perkebunan karet terluas di dunia, Thailand mampu memaksimalkan potensi lahan yang tersedia

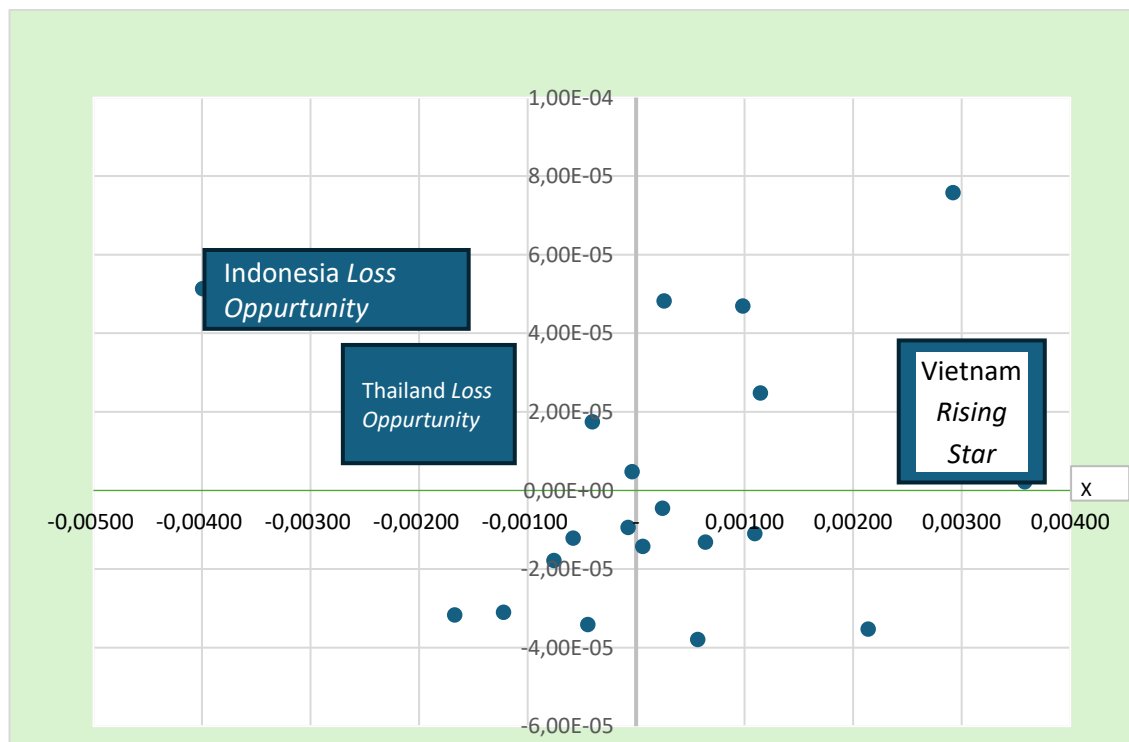
dengan teknologi yang lebih baik serta dukungan pemerintah Thailand. Thailand dari tahun ke tahun selalu meningkatkan produksi karet alam, baik melalui peningkatan luasan maupun kualitas, sedangkan Indonesia mengalami fluktuasi dalam produksi dan ekspor.

Thailand juga lebih fokus pada peningkatan rantai nilai karet, mulai dari hulu hingga hilir termasuk pengolahan karet menjadi produk manufaktur seperti sarung tangan karet (Dibia, 2024). Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *EPD* karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam ke pasar Internasional, bernilai positif untuk posisi X dan positif pada posisi Y sehingga berada pada posisi *Rising Star*. Posisi daya saing (keunggulan kompetitif) karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam ke pasar Internasional pada tahun 2000-2023 disajikan pada Gambar 2.

Tabel 1. Hasil Export Product Dynamic (EPD) Karet Alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam, ke pasar Internasional, 2000-2023

Pasar Tujuan Ekspor Karet Alam			Nilai Posisi (X, Y)		Kategori Posisi
			X	Y	
EPD ke Pasar Internasional	Indonesia		-0.00004	4.79	Loss Opportunity
	Thailand		-0.00021	3.86	Loss Opportunity
	Vietnam		0.00004	2.61	Rising Star

Sumber: Data Diolah (2025)



Gambar 2. Posisi Daya Saing karet Alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam
Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 2 menunjukkan daya saing karet alam Indonesia dan Thailand ke pasar Internasional berada pada kuadran II atau dimana produk dengan pertumbuhan ekspor yang rendah atau stagnan, tetapi permintaan global untuk produk ini sebenarnya sedang meningkat, artinya suatu produk mengalami kehilangan pangsa pasar yang sebelumnya kompetitif, meskipun pertumbuhan pangsa ekspor dinamis. Eksportir mungkin tidak dapat memanfaatkan peluang pasar karena berbagai alasan, seperti keterbatasan kapasitas produksi, kurangnya akses ke pasar, atau masalah daya saing.

Kategori ini menunjukkan perlunya strategi untuk meningkatkan daya saing atau memperbaiki hambatan yang menghalangi peningkatan ekspor. Posisi Indonesia *loss opportunity* karena kecenderungan produksi karet nasional Indonesia menurun sejak 2017, karena berkurangnya luas areal dan tanaman karet dalam keadaan sudah tua. Sedangkan Karet alam Vietnam ke pasar Internasional berada di kuadran I *rising star* dimana pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang positif dan pertumbuhan pangsa produknya positif.

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai ECI karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam ke pasar Internasional, rata-rata nilai ECI dari tahun 2000 sampai dengan 2023 lebih besar dari 1 berarti menunjukkan bahwa Indonesia, Thailand dan Vietnam, memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dalam ekspor karet alam. Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor karet alam karena memiliki sumber daya alam yang melimpah dan harga karet alam yang kompetitif.

Hal ini berarti Indonesia dapat memproduksi karet alam dengan biaya yang lebih rendah

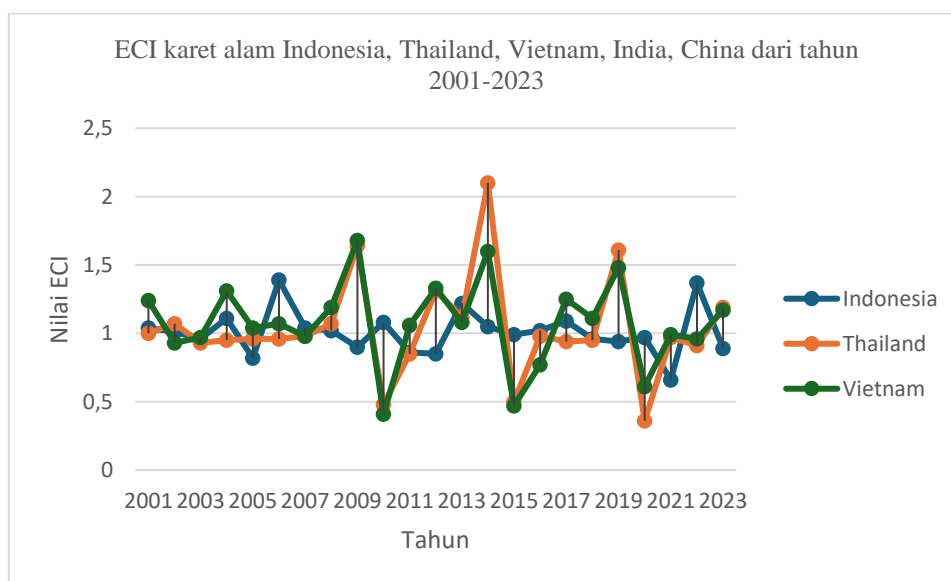
dibandingkan negara lain dan memungkinkan Indonesia untuk menghasilkan karet alam dengan kualitas yang tinggi dan memenuhi standar pasar Internasional. Nilai ECI yang tinggi menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki potensi untuk terus meningkatkan ekspor karet alam di masa depan. Nilai rata-rata ECI komoditas karet alam dapat dilihat pada Gambar 3. Gambar 3 menunjukkan tersebut terlihat nilai ECI dari berbagai negara sangat berfluktuatif. Ini membuktikan daya saing antar negara saling kejar mengejar untuk tahun 2003 ECI tertinggi adalah Thailand, yang kedua Vietnam, lalu Indonesia. Pada tahun 2023 nilai ECI Indonesia lebih kecil dari 1 yaitu 0,89.

Hal ini dapat mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor karet alam TSNR (karet alam standar teknis) tetapi tidak dalam semua jenis karet. ECI yang lebih kecil dari 1 dapat mengindikasikan tantangan dalam daya saing di pasar internasional secara keseluruhan atau pada jenis karet tertentu. Perlu diperhatikan juga pengaruh krisis global dan persaingan dengan negara lain seperti Thailand, dan Vietnam.

Tabel 2. Hasil Export Competitiveness Indeks (ECI) Karet Alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam ke pasar Internasional (2001-2023)

	Negara	Nilai ECI
Export Competitiveness Indeks (ECI)	Indonesia	1,01
	Thailand	1,05
	Vietnam	1,07

Sumber: Data Diolah (2025)



Gambar 3. Nilai ECI karet Alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam, Tahun 2001 – 2023
Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 3 menunjukkan perkembangan nilai ECI karet alam Indonesia selama periode 2001- 2023, dengan range pengukuran berkisar 0 sampai 1,5 maka diketahui bahwa daya saing kompetitif ekspor karet alam Indonesia selama periode 2001-2023 memiliki kecenderungan meningkat dengan nilai rata-rata sebesar 1,01, namun nilainya berfluktuasi dan mengalami penurunan pada tahun 2023. Pada tahun 2022 dari 1,37 menjadi 0.89 pada tahun 2023. Peningkatan keunggulan daya saing kompetitif ekspor karet alam Indonesia ($ECI > 1$) ada pada tahun 2001, 2002, 2004, 2006, 2007, 2008, dan 2010, 2013, 2014, 2016, 2017, dan 2022 sementara di tahun 2003, 2005, 2009, 2011, 2012, 2015, 2018, 2019, 2020, 2021, serta 2023 justru mengalami penurunan daya saing kompetitif.

Pada perdagangan internasional, negara yang memiliki daya saing tinggi dapat dominan dalam perdagangan, serta mendapat keuntungan optimal dari perdagangan internasional, sedangkan negara yang memiliki daya saing rendah hanya dapat menjadi pasar bagi negara lain dan sulit mendapatkan keuntungan optimal dalam perdagangan internasional (Ustiaji, 2016). Berdasarkan hasil perhitungan ECI ini, ekspor karet alam Indonesia memiliki kemampuan untuk berkompetisi dalam menghasilkan produk karet alam yang mampu menembus persaingan pasar internasional serta bersaing dengan negara eksportir karet alam lainnya yang dibuktikan dengan nilai rata-rata $ECI > 1$ selama periode 2001-2023. Keunggulan kompetitif yang dimiliki pada komoditas suatu negara diharapkan dapat semakin memperkaya negara dengan hasil perdagangan komoditas tersebut (Lindung & Jamil, 2018).

Keunggulan kompetitif karet alam Indonesia pada hasil pengujian ECI ini menggambarkan fluktuatifnya perkembangan karet alam Indonesia. Keunggulan kompetitif karet alam Indonesia juga dipengaruhi oleh minimnya industri olahan karet alam di Indonesia sehingga komoditas karet alam Indonesia umumnya diekspor dalam bentuk bahan baku. Menurut Kementerian Perdagangan (2023), dari total produksi karet alam Indonesia, ada sebesar 81,5% karet alam yang diekspor dalam bentuk bahan baku ke berbagai negara. Potensi nilai tambah ini belum dioptimalkan Indonesia, padahal akan berdampak pada penerimaan negara melalui kenaikan nilai ekonomi karet alam, serta semakin meningkatkan daya saing karet alam Indonesia.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menggunakan analisis RCA selama periode tahun 2013-2023 menunjukkan

bahwa karet alam Indonesia cenderung konsisten memiliki daya saing di negara – negara tujuan ekspor, atau dapat dikatakan bahwa karet alam Indonesia yang di ekspor ke pasar internasional memiliki daya saing atau keunggulan komparatif. Berdasarkan perhitungan keunggulan kompetitif dengan metode EPD diperoleh hasil bahwa ekspor karet alam Thailand dan Indonesia ke pasar internasional berada pada kuadran II atau *Lost Opportunity* yaitu produk mengalami kehilangan pangsa pasar yang sebelumnya kompetitif, meskipun pertumbuhan pangsa ekspor dinamis. Ekspor karet alam Vietnam ke pasar Internasional berada di kuadran I *rising star* dimana pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang positif dan pertumbuhan pangsa produknya positif. Rerata nilai ECI karet alam Indonesia, Thailand, dan Vietnam, ke pasar Internasional dari 2000 hingga 2023 lebih besar dari 1 yang menunjukkan bahwa ketiga negara ini memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dalam ekspor karet alam.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing karet alam Indonesia di pasar Internasional, antara lain:

1. Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan melakukan penguatan dari sektor hulu dengan membuat program yang terstruktur dalam penyediaan bibit varietas baru yang lebih unggul, penggunaan pupuk berkualitas, penggunaan pestisida yang tepat, pemantauan perkebunan karet secara rutin untuk pengendalian hama dan penyakit, pemangkasan yang tepat sehingga merangsang tunas baru dan menghasilkan lebih banyak karet. Serta membuat program dukungan penerapan *Good Agronomic Practices* di perkebunan karet dalam bentuk subsidi penyediaan pupuk, pestisida, herbisida, penggumpal lateks, serta pelatihan dalam penyiapan dan pengendalian hama/penyakit tanaman, teknik budidaya dan inovasi dalam pengolahan karet. Melakukan analisis luasan karet yang perlu dipertahankan untuk mendukung kesinambungan industri karet alam nasional.
2. Pemerintah Indonesia fokus pada hilirisasi komoditas karet dengan membuat berbagai macam produk yang sudah diolah menjadi barang jadi agar meningkatkan daya saing karet alam Indonesia
3. Perkebunan karet, baik itu PTPN ataupun perusahaan swasta dapat membangun jaringan pemasaran dengan cara bermitra dengan beberapa perusahaan pengolahan

karet (eksportir)

4. Pemerintah Provinsi melalui Dinas Perkebunan dan Peternakan dapat menghimbau petani untuk menaikkan nilai karet alam melalui sertifikasi organik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aberth, Wilhemina A. V. P. 2024. 5 Negara Tujuan Ekspor Karet Alam Indonesia: Fokus Ekspor ke Asia dan Amerika. [Online] Dari: <https://data.goodstats.id/statistic/5-negara-tujuan-ekspor-karet-alam-indonesia-fokus-ekspor-ke-asia-dan-amerika-mHARa> [Diakses 15 Januari 2025].

Agustina, T., dkk. 2024. Daya Saing Ekspor Karet Alam Manufaktur Indonesia Di Pasar Internasional. Vol. 12 No. 1. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.190-201>

Ardanari, SD. 2020. Daya Saing Ekspor Karet Alam Tiga Negara ITRC (Indonesia, Thailand, Malaysia) Di Pasar Internasional Periode 1994-2018. JMKP: *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*.

Dhamira, A., & Prasada, I. Y. 2021. Indonesian natural rubber export potential in European Market. *E3S Web of Conferences*, 305(02003), 1–8.

Dibia. 2024. Dorong Industri karet Berkelanjutan bebas Deforestasi KOLTIVA Perkuat Rantai Pasok Thailand untuk Kepatuhan EUDR. Barometer Bali. [Online] Dari: <https://barometerbali.com/dorong-industri-karet-berkelanjutan-bebas-deforestasi-koltiva-perkuat-rantai-pasok-thailand-untuk-kepatuhan-eudr/> [Diakses 15 Januari 2025]

Estherhuizen, D. 2006. Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. University of Pretoria.

Internasional Trade Statistics. 2010. Overview of The Latest Developments in World Trade. World Trade Organization. [Online] Dari: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_toc_e.htm [Diakses 15 Januari 2025]

Kementerian Perdagangan, 2023. Realisasi Ekspor Karet dan Produk Karet Indonesia 2018 – 2023. Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Kementerian Pertanian. 2023. Portal Statistik Petanian. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. [Online] Dari: <https://11ap.pertanian.go.id/portalstatistik/ekspor/komoditas> [Diakses 25 Januari 2025]

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2019. Perbaiki Harga Karet Alam Pemerintah Batasi Kuota Ekspor dan tingkatkan Penggunaan Karet di Dalam Negeri. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. [Online] Dari: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/727/perbaiki-harga-karet-alam-pemerintah-batasi-kuota-ekspor-dan-tingkatkan-penggunaan-karet-di-dalam-negeri> [Diakses 25 Januari 2025]

Kementerian Perdagangan, 2023. Realisasi Ekspor Karet dan Produk Karet Indonesia 2018 – 2023. Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Lindung, L., & Jamil, A. S. 2018. Posisi Daya Saing Dan Tingkat Konsentrasi Pasar Ekspor Karet Alam Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.119-128>

Meliany, B., Novianti, T. 2022. Competitiveness of The Top 15 Main Export Destinations of Indonesia's Natural Rubber for 1991–2020. Volume 19 No. 1 Maret 2022. *Jurnal manajemen dan Agribisnis. Sekolah Bisnis Institute Pertanian Bogor*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/38513>

Plastic & Rubber Indonesia. 2024. Karet Alam dan Karet Sintetis: Peran Esensial dalam Berbagai Aplikasi Industri. [Online] Dari: <https://www.plasticsandrubberindonesia.com/archives/763> [Diakses 25 Januari 2025]

Puslit Karet. 2023. Kontribusi dan Tren Komoditas Perkebunan dalam Pengembangan Wilayah Provinsi Sumatera Selatan. Pusat Penelitian Karet. [Online] Dari: https://www.puslitkaret.co.id/?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=44 [Diakses 25 Januari 2025]

Un Comtrade. 2024. Un Comtrade Database. [Online] Dari: <https://comtradeplus.un.org> [Diakses 25 Januari 2025]

Uniair Cargo. 2024. Potensi Ekspor Komoditas karet dan Hasil Olahannya. Dimerco Uniair Cargo Blog. [Online] Dari: <https://www.uniaircargo.co.id/blog/export-import/potensi-ekspor-komoditas-karet-dan-hasil-olahannya> [Diakses 25 Januari 2025]

Ustiaji, F. 2016. Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol 14 No. 2. <https://doi.org/10.22219/jep.v14i2.3851>