

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR SAWIT INDONESIA KE NEGARA TUJUAN EKSPOR TIONGKOK DAN INDIA

Carina D. Patone¹, Robby J. Kumaat², Dennij Mandej³

¹²³Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia
Email : carinapatone061@student.unsrat.ac.id

ABSTRAK

Indonesia sebagai Negara produsen sawit terbesar di dunia dengan volume produksi bisa mencapai 43 juta ton pertahun. Tingginya produksi minyak sawit Indonesia merupakan peluang baru yang perlu dikembangkan di era globalisasi ini sehingga Indonesia dapat bersaing dengan pesaing utamanya. Untuk itu diperlukan suatu analisis agar dapat diketahui daya saing komoditi sawit Indonesia di negara tujuan ekspor utama. Metode analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing sawit Indonesia adalah *Revealed Competitive Advantage* (RCA) untuk mengukur keunggulan komparatif dan analisis yang digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif dan mengetahui komoditi dengan performa dinamis atau tidak menggunakan *Export Product Dynamics* (EPD). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk deret waktu (*time series*) periode tahun 2009 hingga tahun 2019 dan antar individu (*cross section*) negara-negara tujuan ekspor utama sawit Indonesia, yaitu Tiongkok dan India. Hasil dari analisis RCA menunjukkan bahwa pada periode tahun 2009 hingga tahun 2019 nilai RCA ekspor sawit Indonesia di negara Tiongkok dan India lebih besar dari satu (>1), hal ini menunjukkan bahwa sawit Indonesia memiliki keunggulan komparatif di negara tujuan ekspor utama dari tahun ke tahun. Melalui analisis *Export Product Dynamic* (EPD), didapatkan hasil bahwa posisi daya saing sawit Indonesia di negara Tiongkok dan India periode tahun 2009 hingga tahun 2019 berubah-ubah setiap tahunnya dimana sawit Indonesia menempati posisi peningkatan atau penurunan pangsa pasar ekspor negara dan posisi peningkatan atau penurunan pangsa pasar produk di negara tujuan ekspor utama. Hal ini menunjukkan bahwa produk sawit Indonesia tidak selamanya memiliki keunggulan kompetitif di negara tujuan ekspor utama.

Kata kunci: Daya Saing, Ekspor, Sawit Indonesia, RCA, EPD.

ABSTRACT

Palm oil is one of the leading agricultural commodities in Indonesia and Indonesia as the largest palm oil producing country in the world with a production volume of up to 43 million tons per year. Indonesia's high palm oil production is a new opportunity that needs to be developed in this globalization era so that Indonesia can compete with its main competitors. For this reason, an analysis is needed to determine the competitiveness of Indonesian palm oil commodities in the main export destination countries. The analytical method used to measure the competitiveness of Indonesian palm oil is Revealed Competitive Advantage (RCA) to measure comparative advantage and analysis used to measure competitive advantage and identify commodities with dynamic performance or do not use Export Product Dynamics (EPD). The data used in this study are secondary data in the form of time series from 2009 to 2019 and between individuals (cross sections) of Indonesia's main export destinations, namely China and India. The results of the RCA analysis show that in the period 2009 to 2019 the RCA value of Indonesian palm exports in China and India is greater than one (> 1), this shows that Indonesian palm oil has a comparative advantage in the destination countries main export from year to year. Through the Export Product Dynamic (EPD) analysis, the results show that the position of Indonesian palm oil competitiveness in China and India in the period 2009 to 2019 changes every year where Indonesian palm oil occupies a position of increasing or decreasing the country's export market share and increasing or decreasing position product market share in the main export destination countries. This shows that Indonesian palm products do not always have a competitive advantage in the main export destination countries.

Keywords: Competitiveness, Exports, Indonesian Palm, RCA, EPD.

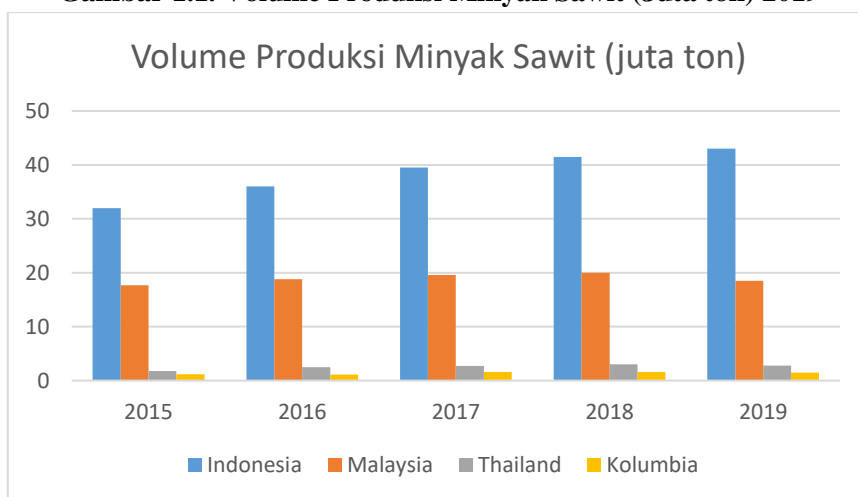
1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang perekonomiannya bergantung pada peranan ekspor. Ekspor merupakan salah satu komponen yang menjadi perhatian penting dalam ekonomi suatu negara. Semakin tinggi kinerja ekspor negara, semakin besar pula dampak positifnya terhadap perekonomian negara. Dalam rangka upaya meningkatkan ekspor, pada dasarnya Indonesia memiliki banyak pilihan produk yang potensial untuk dikembangkan. Pergeseran ekspor dari sektor migas ke non migas terjadi secara dominan di Indonesia. Tiga sektor yang berperan penting dalam sektor non migas yaitu sektor industri, sektor pertambangan dan sektor pertanian. Sektor pertanian memegang peran yang sangat penting. Produk hasil pertanian berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai Negara tropis pertanian merupakan salah satu sumber kekayaan yang melimpah bagi Indonesia. Terdapat berbagai komoditas unggulan pertanian Indonesia yakni kopi, biji kakao, kelapa sawit dan karet.

Indonesia sebagai Negara produsen sawit terbesar di dunia, luas areal perkebunan sawit di Indonesia pada tahun 1980 hanya 295 ribu hektare, tahun 2015 tercatat 11,3 juta hektare dan pada 2019 naik menjadi 14,68 juta hektare bertambah hampir 50 kali lipat, dengan produksi tahun 2019 bisa mencapai 43 juta ton pertahun, menempatkan Indonesia sebagai Negara produsen terbesar sawit di dunia di ikuti oleh Malaysia dengan volume produksi 18,5 juta ton pertahun dan Thailand 2,8 juta ton pertahun. Luas lahan sawit dan volume produksi sawit Indonesia naik setiap tahunnya.

Gambar 1.1. Volume Produksi Minyak Sawit (Juta ton) 2019



Sumber: *Index Mundi, 2020.*

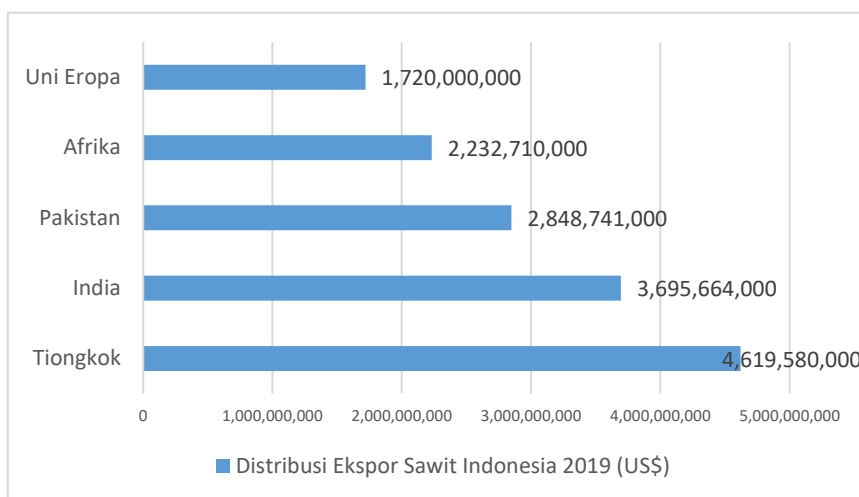
Kondisi produksi minyak sawit Indonesia saat ini, menurut data yang didapat perkembangan volume produksi minyak sawit Indonesia mulai tahun 2015 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 2015 produksi minyak sawit Indonesia

sebesar 32 juta ton naik menjadi 43 juta ton pada tahun 2019. Dapat dikatakan, mulai tahun 2015 hingga 2019, peningkatan volume produksi minyak sawit Indonesia sebesar 25,5%.

Sebagai Negara agraris dan maritim Indonesia mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Keunggulan komparatif merupakan dasar perekonomian yang perlu didayagunakan melalui pembangunan ekonomi sehingga menjadi keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Negara pesaing utama sawit Indonesia adalah Malaysia. Bahkan produksi dan mutu minyak sawit Malaysia lebih baik. Namun, perkembangan ekspor minyak sawit Malaysia diperkirakan akan tertahan oleh adanya keterbatasan sumber daya lahan dan tingginya tingkat upah kerja. Sedangkan Indonesia masih mempunyai potensi untuk berkembang karena dukungan lahan potensial yang masih tersedia dan masih terdapat peluang untuk peningkatan produktivitas.

Pasar ekspor sawit Indonesia tertinggi pada lima negara utama yaitu India, Tiongkok, Uni Eropa, Afrika dan Pakistan. Lima negara tersebut merupakan negara dengan permintaan sawit terbesar. Dengan kontribusi sebesar 62% terhadap keseluruhan negara tujuan ekspor lainnya.

Gambar 1.2. Distribusi Perdagangan Sawit Indonesia (Ekspor) Tahun 2019



Sumber: UN Comtrade, 2020

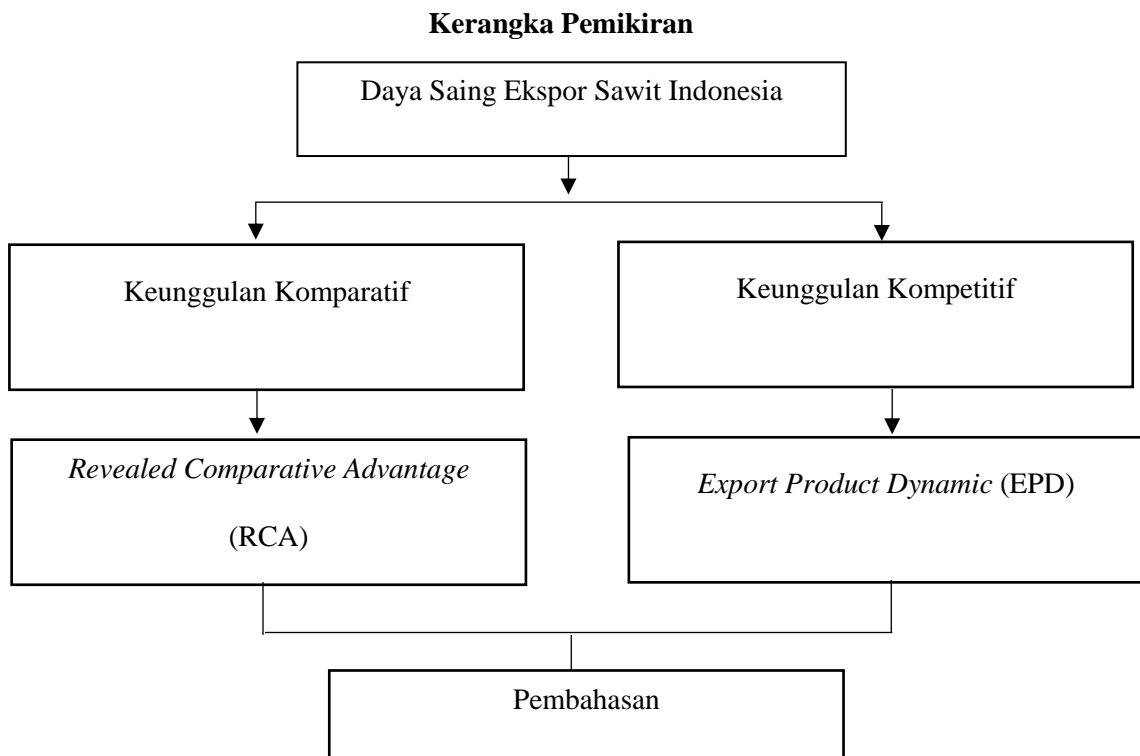
Pada 2019, total distribusi ekspor minyak sawit di lima negara tujuan utama ekspor sebesar 15,1 miliar (US\$). Distribusi ekspor berdasarkan negara tujuan yang terbesar adalah Tiongkok sebesar 4,61 miliar (US\$). Distribusi ekspor ke negara India posisi kedua yakni 3,69 miliar (US\$). Sementara itu, Pakistan menjadi negara tujuan ekspor terbesar ketiga dengan total distribusi ekspor sebesar 2,84 miliar (US\$) diikuti Afrika sebesar 2,23 miliar (US\$) dan Uni Eropa 1,72 miliar (US\$).

Daya saing merupakan salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu negara di dalam perdagangan internasional. Secara teoritik, masalah mengenai daya saing dijelaskan oleh berbagai teori, salah satunya ialah oleh Porter (1990) dalam Karlinda (2012) menyatakan

bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar tersebut. Pengertian daya saing juga mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan negara relative terhadap kemampuan negara lain.

Dalam perdagangan internasional, daya saing suatu komoditi dapat dilihat dari keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitifnya. Keunggulan komparatif suatu produk dapat dilihat dari *Revealed Competitive Advantage* (RCA) dan keunggulan kompetitifnya dapat dilihat menggunakan *Export Product Dynamics* (EPD).

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 yang ada dan informasi yang telah dipaparkan, sangatlah diperlukan sebuah penelitian mengenai penguasaan pasar yang dimiliki oleh Indonesia di negara tujuan ekspor. Penguasaan pasar akan menentukan posisi daya saing ekspor sawit Indonesia di pasar internasional.



Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk deret waktu (*time series*) dan antar individu (*cross section*). Data deret waktu atau (*time series*) meliputi data tahunan dari periode 2009 sampai dengan tahun 2019 sesuai ketersediaan data. Sedangkan untuk data *cross section*, penelitian ini menggunakan negara-negara tujuan ekspor utama Indonesia, yaitu Tiongkok dan India sebagai negara importir utama sawit Indonesia. Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan objek penelitian seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan (Kemendag), *UN Comtrade* (*United Nation Commodity trade*), *Index Mundi*, literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan.

Metode Analisis Data

Data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis melalui metode deskriptif kuantitatif. Model kuantitatif ini menggunakan beberapa pendekatan model yaitu analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan analisis *Export Product Dynamic* (EPD). Proses pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Microsoft Excel* 2016.

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Secara matematis, *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dapat dirumuskan sebagai berikut (Basri & Munandar, 2010):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor komoditi oleh negara j

X_j = Nilai ekspor total negara j

X_{iw} = Nilai ekspor total dunia komoditas i

X_w = Nilai ekspor total dunia

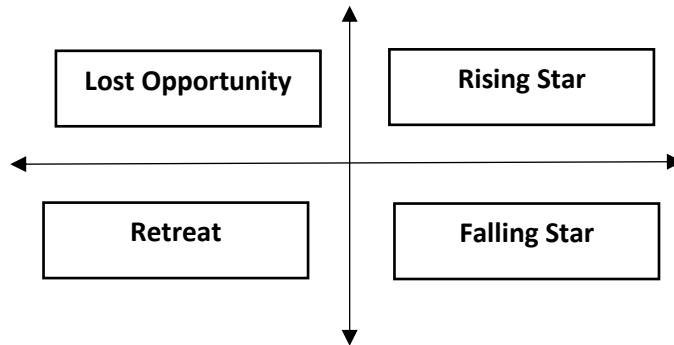
Indeks hasil persamaan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dengan nilai sama atau lebih dari satu ($RCA \geq 1$) memiliki arti bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk diatas rata-rata dunia.

Export Product Dynamics (EPD)

Pendekatan *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif atau daya saing suatu komoditi dan juga untuk mengetahui suatu komoditi dengan performa yang dinamis atau tidak. Indikator ini mengukur posisi pasar dari produk suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Sebuah matriks *Export Product Dynamics* (EPD) terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, di mana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Kombinasi dari daya tarik pasar dan kekuatan

bisnis ini menghasilkan karakter posisi dari produk yang ingin dianalisis ke dalam empat kategori. Keempat kategori itu adalah “*Rising Star*”, “*Falling Star*”, “*Lost Opportunity*”, dan “*Retreat*” (Bappenas 2009).

Gambar 2.1. Posisi Daya Saing Produk dengan Metode EPD



Sumbu x: Pertumbuhan kekuatan bisnis atau disebut pangsa pasar ekspor i:

$$\text{sumbu } x = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^{t-1} \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumbu y: Pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar produk:

$$\text{sumbu } y = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^{t-1} \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{ij} : Nilai ekspor sawit Indonesia ke negara tujuan ekspor

W_{ij} : Nilai ekspor sawit dunia ke negara tujuan ekspor

X_t : Nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan ekspor

W_t : Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan ekspor

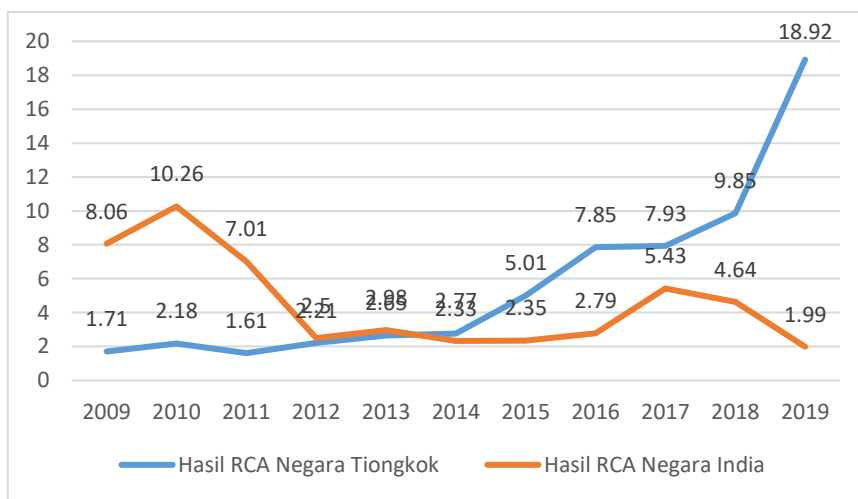
T : Jumlah tahun analisis

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Hasil Perhitungan *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Gambar 3.1. Hasil RCA Negara Tiongkok dan India 2009-2019



Sumber: Data diolah.

Tabel 3.1. Hasil RCA Negara Tiongkok tahun 2009-2019

RCA	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tiongkok	1,71	2,18	1,61	2,21	2,65	2,77	5,01	7,85	7,93	9,85	18,92

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan hasil estimasi RCA dari tabel 4.1 ditemukan hasil daya saing sawit Indonesia di negara Tiongkok periode tahun 2009 hingga 2019 berdaya saing kuat ditunjukkan oleh nilai RCA sawit di negara Tiongkok lebih dari satu. Nilai RCA sawit Indonesia di pasar Tiongkok pada tahun 2019 mengalami peningkatan yang signifikan yakni mencapai 18,92 yang dimana pada tahun sebelumnya sebesar 9,85, peningkatan RCA ini dikarenakan nilai ekspor komoditi sawit Indonesia di Tiongkok mengalami peningkatan dari US\$ 2.086.219.638 menjadi US\$ 4.619.580.000 dan terjadi penurunan nilai ekspor komoditas sawit di negara Tiongkok oleh negara di luar Indonesia yang pada tahun 2018 sebesar US\$ 1.691.340.791 turun menjadi US\$ 1.175.420.000. Nilai RCA terendah Tiongkok terjadi pada tahun 2011 dimana hanya sebesar 1,61, hal ini dikarenakan pada tahun 2011 terjadi peningkatan nilai ekspor komoditas sawit di Tiongkok oleh negara di luar Indonesia menjadi US\$ 4.524.523.894 dimana pada tahun 2010 sebesar US\$ 2.844.107.172, meskipun pada tahun 2011 juga terjadi peningkatan nilai ekspor komoditas sawit oleh Indonesia yakni US\$ 2.109.518.062 yang sebelumnya pada tahun 2010

sebesar US\$ 1.866.512.888. Meskipun mengalami penurunan pada hasil perhitungan RCA namun sawit Indonesia tetap memiliki daya saing yang cukup besar karena memiliki nilai di atas 1.

Tabel 3.2. Hasil RCA Negara India tahun 2009-2019

RCA	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
India	8,06	10,26	7,01	2,50	2,98	2,33	2,35	2,79	5,43	4,64	1,99

Sumber: Data diolah.

Dilihat dari tabel 4.2 hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang ternyata sawit Indonesia mempunyai daya saing atau memiliki keunggulan komparatif di negara India namun terjadi penurunan yang sangat tajam. Nilai RCA tertinggi tercatat pada tahun 2010 dengan nilai sebesar 10,26, nilai RCA terendah tercatat pada tahun 2019 yakni sebesar 1,99. Penurunan RCA yang terjadi di tahun 2019 dikarenakan pada tahun 2019 terjadi penurunan nilai ekspor Indonesia ke negara India, nilai total ekspor Indonesia sebesar US\$ 3.695.664.000 dan total nilai ekspor sawit ke India diluar dari negara Indonesia naik menjadi US\$ 3.811.153.500 yang dimana pada tahun 2018 hanya sebesar US\$ 1.918.264.769, sehingga nilai RCA sawit Indonesia tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 2,65 dari tahun 2018. Turunnya permintaan kelapa sawit Indonesia di negara India dikarenakan kebijakan pemerintah India yang menetapkan harga dasar baru untuk impor CPO sebesar US\$ 802 per ton. Kebijakan tersebut membuat harga impor CPO menjadi lebih mahal. Akan tetapi sawit Indonesia masih mempunyai daya saing kuat dibuktikan dengan nilai RCA yang positif.

Hasil Perhitungan *Export Product Dynamic* (EPD)

Tabel 3.3. Hasil Perhitungan EPD Negara Tiongkok tahun 2009-2019

Tahun	EPD		
	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Daya Saing
2009	-	-	-
2010	0,27	6,05	Rising Star
2011	-1,90	1,26	Lost Opportunity
2012	2,00	-1,26	Falling Star
2013	-0,89	12,77	Lost Opportunity

2014	1,13	-5,91	Falling Star
2015	5,44	0,44	Rising Star
2016	1,06	17,95	Rising Star
2017	-1,38	7,35	Lost Opportunity
2018	0,30	13,97	Rising Star
2019	26,96	-31,76	Falling Star

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan hasil estimasi *Export Product Dynamic* (EPD), posisi pasar ekspor komoditas sawit di negara Tiongkok berubah-ubah setiap tahunnya. Posisi *Rising Star* terjadi di negara Tiongkok pada tahun 2010, 2015, 2016 dan tahun 2018. Pada tahun 2019 komoditi sawit Indonesia menempati posisi *Falling Star* yang menyebabkan tidak berpotensi ekspor, hasil ini mengindikasikan bahwa sawit Indonesia di negara Tiongkok menunjukkan adanya pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang positif dan diikuti dengan terjadinya penurunan permintaan ekspor sebesar 31,76 persen. Pada tahun 2011, 2013, dan 2017 sawit Indonesia menempati posisi *Lost Opportunity*, pada posisi tersebut permintaan ekspor komoditas sawit positif, akan tetapi Indonesia tidak menyediakan jumlah ekspor yang sesuai dengan permintaan dari negara tujuan.

Tabel 3.4. Hasil Perhitungan EPD Negara India tahun 2009-2019

Tahun	EPD		
	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Daya Saing
2009	-	-	-
2010	8,50	0,84	Rising Star
2011	-11,10	-2,27	Retreat
2012	-19,61	-3,96	Retreat
2013	0,12	2,87	Rising Star
2014	-3,47	-0,008	Retreat
2015	-0,57	1,11	Lost Opportunity
2016	3,71	-1,91	Falling Star
2017	10,50	2,91	Rising Star

2018	-7,55	4,25	Lost Opportunity
2019	-8,86	-4,46	Retreat

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan hasil *Export Product Dynamic* (EPD) pada pasar India pertumbuhan pangsa pasar produk pada tahun 2019 bernilai negatif atau menempati posisi *Retreat*, hasil ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan pertumbuhan pangsa pasar sawit Indonesia di negara India dan diikuti dengan penurunan permintaan terhadap sawit Indonesia. Sawit Indonesia tidak hanya menempati posisi *Retreat* di tahun 2019, tapi di tahun 2011, 2012 dan 2014 juga menempati posisi *Retreat*. Sawit Indonesia juga menempati posisi *Rising Star* yakni di tahun 2010, 2013 dan 2017. Pada tahun 2016 sawit Indonesia di negara India menempati posisi *Falling Star* dimana sawit Indonesia mengalami pertumbuhan pangsa ekspor yang positif, namun terdapat penurunan pada permintaan ekspor sawit Indonesia di negara India.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan bahwa pada periode tahun 2009 hingga tahun 2019 nilai RCA ekspor sawit Indonesia di negara Tiongkok dan India lebih besar dari satu (>1), hal ini menunjukkan bahwa sawit Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing yang kuat di negara tujuan ekspor utama dari tahun ke tahun.
2. Melalui analisis *Export Product Dynamic* (EPD), didapatkan hasil bahwa posisi daya saing sawit Indonesia di negara Tiongkok dan India periode tahun 2009 hingga tahun 2019 berubah-ubah setiap tahunnya dimana sawit Indonesia menempati posisi peningkatan atau penurunan pangsa pasar ekspor negara dan posisi peningkatan atau penurunan pangsa pasar produk di negara tujuan ekspor utama. Hal ini menunjukkan bahwa produk sawit Indonesia tidak selamanya memiliki keunggulan kompetitif di negara tujuan ekspor utama. Berubah-ubahnya posisi daya saing sawit Indonesia di negara tujuan ekspor utama di sebabkan oleh beberapa faktor utama yakni, melonjaknya harga, tindakan-tindakan atau kebijakan pemerintah (*government*), tingginya biaya ekspor, nilai (*value*) dan produktifitas yang rendah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat diberikan penulis melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produsen kelapa sawit Indonesia diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksinya secara kuantitas maupun kualitas karena dari hasil penelitian

menunjukkan bahwa produksi sawit mempengaruhi daya saing sawit di negara tujuan ekspor utama. Berdasarkan kontribusi, ekspor kelapa sawit masih dalam bentuk produk hulu yakni CPO (minyak swit mentah), hal ini mengharuskan Indonesia untuk mengembangkan produk hilir kelapa sawit seperti pangan (*oleofood*), non pangan (*oleochemical*), hingga sumber energi terbarukan (*biofuel*) yang terpadu dan berkelanjutan sehingga menciptakan nilai tambah yang lebih besar, penyerapan tenaga kerja, pengembangan kawasan industri dan ekspor dalam bentuk produk olahan sebagai penghasil devisa.

2. Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan Bea Keluar ekspor CPO harus diterima secara positif oleh pengusaha atau produsen minyak sawit Indonesia karena ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan domestik dan ekspor atas CPO serta membuat Indonesia unggul dalam ekspor produk hilirisasi atau produk sawit yang lebih bernilai.
3. Diharapkan pemerintah Indonesia lebih memperhatikan isu lingkungan dalam industri kelapa sawit sehingga dapat terciptanya industri kelapa sawit yang ramah lingkungan. Karena Tantangan bagi Indonesia saat ini adalah menghasilkan minyak sawit dan turunannya yang ramah lingkungan. Salah satu tindakan yang dilakukan pemerintah adalah penguatan standar lingkungan dalam *Indonesia Sustainable Palm Oil* (ISPO) yang merupakan standar nasional minyak sawit Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional (BAPPENAS). (2020, Maret). <https://www.bappenas.go.id/id/>
- Basri, F., & Munandar, H. (2010). *Dasar-Dasar Ekonomi Internasional*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Index Mundi*. (2020, Februari). <https://www.indexmundi.com/commodities/>
- Karlinda, F. (2012). Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Mutiara Indonesia. *Repository Institut Pertanian Bogor*.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- United Nation Comtrade*. (2020, Februari). <https://comtrade.un.org/data/>