



Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Olahan Indonesia di Pasar Jerman

(The Analysis of Indonesian Processed Cocoa Export Competitiveness in The Market of Germany)

Ersalia Shifa Ramadhani, Ignatia Martha H. *, Kiki Asmara
Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN”
Jawa Timur Indonesia
E-mail: ignatia.hendrati.ep@upnjatim.ac.id

Abstrak

Salah satu komoditi yang memiliki pengaruh dalam kegiatan ekonomi di Indonesia adalah kakao, sebagai penghasil kakao paling besar di dunia, setiap tahun Indonesia terus berusaha memenuhi kebutuhan pasarnya, salah satunya adalah Jerman. Penelitian ini bertujuan menganalisa daya saing kakao olahan Indonesia ke Jerman serta analisa daya saing ekspor Indonesia dengan Pantai Gading, Belgia, Swiss, dan Belanda dalam kakao olahan dari tahun 2014 hingga 2019. Data yang digunakan adalah data sekunder, diperoleh melalui berbagai lembaga seperti Badan Pusat Statistik, *Interational Trade Centre (ITC)*, *UN COMTRADE*, dan *Internasional Cocoa Organization (ICCO)*. Metode penelitian adalah *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, untuk mengetahui keunggulan komparatif dari kakao olahan Indonesia dipasar Jerman. Hasil perhitungan RCA menunjukkan bahwa seluruh komoditas kakao olahan Indonesia seperti kakao pasta, lemak kakao, dan tepung kakao memiliki keunggulan komparatif di pasar Jerman. Dari hasil analisis memperlihatkan nilai RCA komoditi tepung kakao Indonesia lebih tinggi dibandingkan produk kakao olahan lainnya. Implikasi penelitian adalah Penelitian dilakukan sebagai dukungan empiris bahwa komoditas olahan kakao di Indonesia harus diperhitungkan agar bisa bersaing di pasar Jerman. Indonesia harus lebih menaikkan volume ekspor kakao olahannya agar menambah nilai industri kakao dalam negeri. Dari penelitian ini pula harapannya dapat memberi anjuran kepada pemerintah agar bisa memberi insentif kepada pengusaha kecil kakao yang bergerak dalam bidang ekspor agar pengusaha tersebut dapat menekan biaya produksi dan menstabilkan harga kakao Indonesia.

Kata Kunci: Daya Saing, Ekspor, Kakao, RCA

Abstract

One of the commodities which plays a role in the economy of Indonesia is Cocoa, as one of the largest cocoa producers of the world, in every year Indonesia keeps giving it's effort of fulfilling the demand of the market, including Germany. This article has the objective of analysing the competitiveness of Indonesian processed cocoa in Germany and analysing the export competitiveness of processed cocoa between Indonesia and Ivory Coast, Belgium, Switzerland, and Netherlands from 2014 to 2019. The data used are secondary data, obtained through various institutions such as the Indonesian National Agency for Statistics Center, International Trade Center (ITC), UN COMTRADE, and International Cocoa Organization (ICCO). In order to analyse the competitiveness of all processed cocoa commodities, the methodology used is Revealed Comparative Advantage (RCA). The result of RCA calculation shows that all Indonesian processed cocoa commodities such as cocoa paste (HS 1803), cocoa butter (HS 1804), and cocoa powder (HS 1805) have comparative advantage in German's market. The result of this analysis shows that cocoa powder commodity has higher RCA score compared with the other processed cocoa products. The implication of the research is that the research was conducted as empirical support that cocoa processed commodities in Indonesia must be taken into account in order to compete in the German market. Indonesia must increase the export volume of its processed cocoa in order to increase the value of the domestic cocoa industry. From this research is expected to provide input to the government so that it can provide assistance in the form of incentives to small cocoa entrepreneurs engaged in the export sector so that these entrepreneurs can reduce production costs and stabilize Indonesian cocoa prices.

Keywords: Competitiveness, Export, Cocoa, RCA

* Corresponding Author

Pendahuluan

Salah satu komoditi yang memiliki pengaruh dalam kegiatan ekonomi di Indonesia adalah kakao. Setiap tahunnya total ekspor kakao mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan dalam volume ekspor dan nilai eksportnya yaitu pada tahun 2015-2019 terdapat peningkatan sekitar 7,31 persen hingga 7,53 persen sedangkan penurunannya hingga 7,11 persen.

Tabel 1. Volume serta Nilai Ekspor Kakao Indonesia tahun 2015-2019

Tahun	Volume (TON)	Nilai (000 US\$)
2015	335.321	1.307.771
2016	330.029	1.239.581
2017	354.880	1.120.765
2018	380.827	1.245.794
2019	358.481	1.1198.734

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan Tabel 1 yang dirilis oleh BPS menunjukkan bahwa dari tahun 2015-2019 volume ekspor serta nilai ekspor kakao Indonesia mengalami kenaikan dan kemerosotan yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2015 volume ekspor kakao adalah sebesar 335.321 ton dengan nilai ekspor senilai 1.307.771 US\$ dan di tahun 2019 volume eksportnya sebesar 358.481 ton dengan nilai ekspor 1.198.734 US\$. Di tahun 2019 sebanyak 40,44% dari volume ekspor kakao adalah lemak kakao, kemudian sebanyak 24,47% berupa kakao bubuk, 13,89% pasta kakao dan 8,60% berupa biji kakao. Sebelum bea keluar diaplikasikan ekspor kakao Indonesia dikuasai oleh biji kakao, diterapkannya bea keluar di tahun 2010 mengubah komposisi kakao di Indonesia dari dominan biji kakao menjadi kakao olahan. Penerapan bea keluar berhasil menurunkan ekspor biji kakao dan menaikkan kakao olahan, tetapi akibat penerapan bea keluar ini pula volume ekspor kakao Indonesia juga ikut menurun (Naully dkk, 2014).

Dalam 10 tahun terakhir yaitu tahun 2009-2019 volume tertinggi ekspor kakao adalah di tahun 2009 sebesar 559.799 ton atau satu tahun sebelum diterapkannya bea keluar, lalu volume ekspor terendah adalah di tahun 2016 yaitu sebesar 330.029 ton (Rohmah, 2019). Penurunan volume ekspor ini terjadi karena pengaplikasian bea keluar untuk menekan pengiriman biji kakao ke luar negeri pada tahun 2010 dengan tujuan untuk menaikkan produk kakao olahan karena sebelum diterapkannya bea keluar ekspor kakao Indonesia dikuasai oleh biji kakao.

Tabel 2. Perbandingan volume ekspor kakao tahun 2009 dan 2019 (kg)

Komoditas	2009	2019
Biji kakao	439.395.321	30.834.766
Kakao pasta	13.393.425	69.650.871
Lemak kakao	41.605.555	144.985.396
Kakao bubuk	27.540.470	87.707.289

Sumber: UN COMTRADE, 2020

Berdasarkan Tabel 2 dari UN COMTRADE menunjukkan bahwa pada tahun 2009 volume ekspor untuk biji kakao lebih mendominasi dibandingkan dengan ketiga komoditi kakao olahan lainnya, dengan volume ekspor sebesar 439.305.321 kg untuk biji kakao, dan komoditi dengan volume ekspor terbesar lainnya adalah lemak kakao sebesar 41.605.555 kg. di tahun 2019 ekspor biji kakao menurun menjadi 30.834.766 kg, sedangkan ketiga komoditi lainnya mengalami peningkatan yaitu kakao pasta menjadi 69.650.871 kg, lemak kakao menjadi 144.985.396 kg, dan kakao bubuk menjadi sebesar 87.707.289 kg. Penerapan bea keluar terbukti efektif dalam mengurangi ekspor biji kakao tetapi seiring berkurangnya ekspor biji kakao nilai ekspor dan volume keseluruhan kakao ekspor Indonesia juga berkurang, dimana di tahun 2009 volume ekspor kakao Indonesia sebesar 535.236 ton bernilai 1.413.535 ribu US\$ lalu di tahun 2019 volume ekspor kakao Indonesia menjadi 354.481 ton dengan nilai 1.198.734 ribu US\$.

Pada tahun 2019 negara yang menjadi pasar tujuan kakao Indonesia antara lain Malaysia (28,29%), Amerika Serikat (15,81%), Eropa (Jerman) (6,09%), dan Asia (Tiongkok) (5,41%) (Rohmah, 2019). Menurut data yang dikeluarkan oleh ICCO lima negara dengan konsumsi kakao terbesar di dunia adalah Amerika Serikat di urutan pertama dengan konsumsi sebesar 816.500 ton, Jerman sebesar 342.600 ton, Perancis sebesar 226.300 ton, United Kingdom sebesar 222.800 ton, dan Rusia sebesar 202.600 (ICCO,2020). Tingginya konsumsi kakao di Uni Eropa membuka peluang bagi produsen kakao di dunia, tak terkecuali Indonesia (Rohmah, 2019). Pada tahun 2019, total impor yang dilakukan Jerman mencapai 459877 ton dan negara yang paling banyak mengekspor kakao ke Jerman adalah Pantai Gading (BDSI, 2019). Melihat peluang tersebut Indonesia pun menaikkan volume ekspor kakao ke Jerman, pada tahun 2018 kakao yang diekspor Indonesia ke Jerman adalah sebesar 9.476 ton dengan nilai 51.088 ribu US\$, kemudian di tahun 2019 eksportnya menjadi sebesar 10.472 ton dengan nilai 55.321 ribu US\$.

Penelitian sebelumnya yang telah diteliti oleh Andini *et.al* (2016) menunjukkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat keunggulan komparatif dalam produk kakao olahan Indonesia yaitu pasta (HS 1803), lemak (HS 1804), tepung, biji kakao dan juga cokelat. Tetapi secara perhitungan RCA hanya komoditi biji kakao, lemak, serta bubuk cokelat yang mempunyai daya saing ekspor dengan rata-rata 4,23. Buana *et.al* (2017) menunjukkan bahwa pada tahun 1995-2015 daya saing Indonesia sangat baik dengan rata-rata hasil RCA dibawah 1 yaitu sebesar 1,25. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana *et.al* (2017) menunjukkan bahwa di 2010 nilai RCA kakao olahan Indonesia berada diatas satu padahal pada tahun-tahun sebelumnya nilai RCA Indonesia cukup buruk dengan nilai dibawah satu. Artinya di pasar Jerman setelah tahun 2010 Indonesia memiliki daya saing.

Pada artikel ini bertujuan untuk menjabarkan daya saing olahan kakao Indonesia pada pasar Jerman serta menjabarkan bagaimana daya saing kakao olahan

Indonesia dengan kompetitornya (Pantai Gading, Belgia, Swiss, dan Belanda) di pasar Jerman.

Kajian Teori

Kakao

Kakao (*Theobroma cacao L.*) adalah salah satu komoditi yang berpengaruh dalam aktivitas ekonomi di Indonesia dengan menjadi sumber devisa bagi negara dan juga sumber penghasilan bagi para petani kakao. Kakao pertama kali ditanam pada skala perkebunan pada tahun 1780 di Minahasa yang kemudian berkembang pesat di Jawa pada awal abad ke-19 karena menggunakan kakao sebagai pengganti tanaman kopi yang hancur akibat penyakit karat daun. Terdapat dua tipe dari tanaman kakao yang dibudidayakan di Indonesia, antara lain adalah kakao mulia dan kakao lindak. Kakao mulia memiliki keping biji berwarna putih dengan rasa dan aroma yang enak tetapi hasil panennya relatif rendah dan lebih rawan terserang hama dan penyakit. Selain kakao mulia ada kakao lindak, kakao lindak memiliki keping biji berwarna ungu tetapi memiliki cita rasa dan aroma yang kurang sedap, namun daya hasilnya tinggi dan lebih kuat dalam menghadapi serangan hama dan penyakit. Kedua jenis kakao ini merupakan biji kakao yang diperlukan untuk industri makanan cokelat. Biji kakao lindak lebih banyak digunakan dibanding biji kakao mulia, dan biji kakao mulia digunakan hanya sebagai pencerah dan sumber cita rasa pada makanan cokelat (Rahardjo, 2011).

Ekspor

Ekspor adalah aktivitas menjual barang ke luar negeri dan dilakukan oleh baik secara perorangan, institusi pemerintah maupun perusahaan (Ekananda, 2015). Ekspor ialah barang maupun jasa yang dijual kepada masyarakat di suatu negara sekaligus jasa yang diberikan kepada masyarakat di negara tersebut seperti pengangkutan kapal, permodalan dan hal-hal lainnya yang menopang ekspor tersebut (Nopriyandi dkk, 2017). Ada beberapa faktor yang berdampak pada ekspor antara lain adalah harga, kuota ekspor-impor, peraturan tarif serta non tarif dan juga peraturan dalam meningkatkan ekspor non migas (Mejaya dkk, 2016). Sehingga secara garis besar, ekspor adalah suatu aktivitas menjual barang maupun jasa ke negara lain yang melibatkan baik individu maupun kelompok (institusi pemerintah, perusahaan).

Teori Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif memiliki sifat yang mudah berubah yang artinya jika pada satu negara mempunyai keunggulan komparatif dalam suatu produk maka pada negara tersebut harus bisa bertahan dan dapat bersaing dengan negara lain (Hardiansyah dkk, 2015). Teori yang disampaikan David Ricardo tahun 1817 ini tidak sama dengan teori keunggulan yang lebih mementingkan keunggulan absolut saat memproduksi barang yang suatu negara miliki tapi negara lain tidak, teori ini berpendapat bahwa suatu negara tanpa keunggulan absolut pun masih bisa melakukan perdagangan internasional asal memiliki harga komparatif diantara kedua negara (Ekananda, 2015). Dan jika sebuah negara dapat membuat barang lebih praktis dibanding negara lain tetapi kurang praktis

terhadap barang lainnya maka kedua negara tersebut bisa mendapatkan profit melalui spesialisasi, adanya spesialisasi dapat membuat proses produksi lebih efisien dan biaya produksi lebih kompetitif (Andini, 2016). Teori keunggulan komparatif menonjolkan adanya spesialisasi dapat meningkatkan kemampuan dari suatu produk sehingga negara disarankan agar membuat spesialisasi produk dengan menjual produk menghasilkan keunggulan komparatif ke negara lain lalu membeli produk yang tidak menghasilkan keunggulan komparatif dari negara lain (Zahir dkk, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, keunggulan komparatif adalah kemampuan yang suatu negara punya untuk menciptakan suatu barang dengan biaya yang lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya yang digunakan oleh negara lain dalam memproduksi barang tersebut.

Teori Daya Saing

Daya saing adalah kapabilitas dari komoditinya agar dapat mempertahankan posisinya didalam pasar, atau ketika terdapat daya saing pada produk tersebut sehingga produk tersebut disukai oleh konsumen (Meydianawathi, 2014). Agar dapat bersaing di pangsa pasar maka suatu industri harus memiliki daya saing dan juga harus memiliki keunggulan agar dapat bersaing dengan pesaingnya (Widyaningtyas dkk, 2014). Daya saing ekspor komoditi adalah kapabilitas komoditi untuk masuk ke dalam pasar dan mampu mempertahankan pasar tersebut (Hadi dkk, 2012). Sedangkan daya saing produk adalah kapabilitas komoditi untuk masuk ke dalam pasar luar negeri dan kapabilitas produk agar dapat bersaing di pasar. Jika produk memiliki daya saing maka akan disukai oleh konsumen (Maulana dkk, 2017). Sehingga secara garis besar daya saing adalah kapabilitas dari komoditi untuk dapat bertahan dan berkompetensi di pangsa pasarnya.

Metode

Rancangan atau Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan memiliki tujuan antara lain untuk melihat daya saing kakao olahan Indonesia serta negara pesaingnya menggunakan RCA (*Revealed Comparative Advantage*).

Sumber Data

Jenis data sekunder adalah data yang terdapat dalam penelitian ini dan didapatkan melalui berbagai lembaga seperti BPS, *Interational Trade Centre* (ITC), UN COMTRADE, dan *Internasional Cocoa Organization* (ICCO) dari tahun 2014 hingga 2019.

Metode Analisis Data

Metode analisis untuk penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana digunakannya indeks RCA untuk mengetahui keunggulan komparatif dari kakao olahan Indonesia dipasar Jerman, keunggulan komparatif ini digunakan untuk mewakili posisi daya saing suatu negara (Indonesia).

Revealed Comparative Advantage

Ide dasar metode ini ialah mengukur keunggulan komparatif pada komoditi suatu negara yang dilihat

berdasarkan nilai eksportnya. Secara sistematis RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{\overline{X_{ij}/X_{it}}}{\overline{W_j/W_t}}$$

diketahui:

X_{ij} : Nilai Ekspor komoditi I dari negara J

X_{it} : Nilai ekspor seluruh komoditi I negara J

W_j : Nilai ekspor dunia komoditi I

W_t : Nilai ekspor seluruh komoditi I dunia

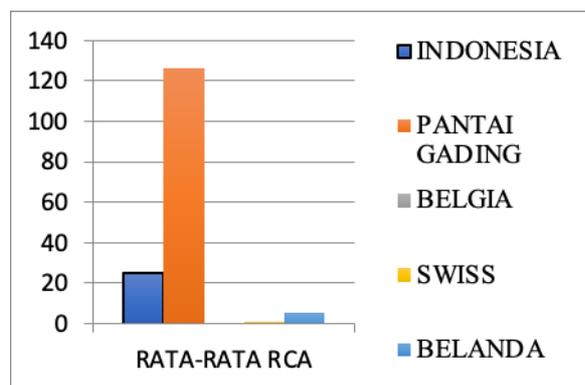
Dengan artian jika hasil indeks RCA suatu negara > 1 maka negara tersebut dikatakan memiliki daya saing untuk komoditas tersebut, tetapi jika hasil indeks RCA < 1 maka negara tersebut tidak memiliki daya saing terhadap komoditas tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Bersumber pada hasil perhitungan RCA kakao olahan Indonesia yaitu kakao pasta, lemak kakao, dan bubuk kakao ditemukan bahwa Indonesia memiliki daya saing pada seluruh produk kakao olahannya.

Hasil Analisis Perbandingan RCA Kakao Olahan Kelima negara

Dari kelima negara menunjukkan bahwa dari lima negara hanya dua negara yang memiliki keunggulan komparatif yaitu Pantai Gading dan Indonesia berdasarkan nilai rata-rata RCA yang berada diatas 1, sedangkan ketiga negara lainnya yaitu Swiss, Belgia, dan Belanda tidak memiliki keunggulan komparatif karena nilai rata-rata yang dibawah 1.



Gambar 1. Perbandingan RCA Kakao Olahan kelima negara

Berdasarkan Gambar 1 serta analisis RCA diketahui bahwa Pantai Gading memiliki nilai rata-rata RCA tertinggi untuk komoditi kakao olahan sebesar 126,12 yang kemudian disusul oleh Indonesia dengan nilai rata-rata RCA sebesar 25,26. Sedangkan nilai rata-rata RCA produk kakao olahan Belanda dan Swiss adalah sebesar 5,7 dan 0,75. Negara dengan nilai rata-rata RCA terendah adalah Belgia dengan nilai RCA sebesar 0,23.

Hasil Analisis Produk Kakao Pasta (HS 1803)

Hasil analisis RCA untuk komoditi kakao pasta kelima negara eksportir menunjukkan bahwa Indonesia, Pantai Gading, Swiss, serta Belanda mempunyai keunggulan komparatif karena hasil perhitungan RCA yang lebih dari 1.

Tabel 3. Hasil perhitungan RCA kakao pasta (HS 1803)

RCA	Indonesia	Pantai Gading	Belgia	Swiss	Belanda
2014	36,27	313,89	0,24	2,07	2,93
2015	40,34	239,59	0,27	2,81	2,37
2016	22,92	480,29	0,44	2,66	2,07
2017	0,21	170,80	0,59	4,30	2,73
2018	0,02	32,61	0,248	3,97	3,19
2019	0,04	10,91	0,15	3,87	3,09
RATA-RATA	16,63	208,01	0,32	3,28	2,73

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 hasil RCA, empat dari lima negara memiliki nilai rata-rata RCA diatas 1 yaitu Indonesia 16,63, Pantai Gading 208,01, Swiss 3,28, dan Belanda 2,73 sedangkan Belgia berdasarkan analisis RCA memiliki nilai rata-rata dibawah 1 yang artinya dapat disimpulkan bahwa Belgia tidak memiliki keunggulan komparatif dalam produk kakao pasta dan keempat negara lainnya termasuk Indonesia memiliki daya saing.

Hasil Analisis Produk Lemak Kakao (HS 1804)

Berdasarkan perhitungan nilai RCA, dari lima negara eksportir hanya tiga negara yang mempunyai nilai RCA > 1 yaitu Indonesia, Pantai Gading, dan Belanda.

Tabel 4. Hasil perhitungan RCA lemak kakao (HS 1804)

RCA	Indonesia	Pantai Gading	Belgia	Swiss	Belanda
2014	26,02	18,05	0,03	0,001	12,19
2015	30,64	24,78	0,02	0,006	14,50
2016	43,47	129,70	0,02	0,005	14,77
2017	17,82	158,80	0,11	0,022	20,64
2018	28,14	145,89	0,19	0,022	20,16
2019	30,72	173,61	0,61	0,010	20,41
RATA-RATA	29,47	108,47	0,16	0,011	17,11

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4, Negara dengan nilai RCA tertinggi adalah Pantai Gading dengan nilai rata-rata 108,47, sedangkan nilai rata-rata RCA Indonesia adalah sebesar

29,47. Meskipun rata-rata RCA Indonesia cukup rendah dibanding Pantai Gading tetapi Indonesia masih mempunyai keunggulan komparatif untuk komoditi lemak kakao (HS 1804) sedangkan Belgia dan Swiss dengan nilai RCA yang dibawah 1 dapat disimpulkan tidak memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditi ini.

Hasil Analisis Produk Tepung Kakao (HS 1805)

Dari hasil perhitungan RCA, diketahui Indonesia, Pantai Gading, dan Belanda memiliki rata-rata nilai RCA > 1 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat keunggulan komparatif pada ketiga negara tersebut.

Tabel 5. Hasil perhitungan RCA kakao bubuk (HS 1805)

RCA	Indonesia	Pantai Gading	Belgia	Swiss	Belanda
2014	43,82	0,000	0,03	0,02	2,96
2015	29,29	0,000	0,23	0,04	2,59
2016	9,15	0,000	0,88	0,05	2,96
2017	0,12	0,000	0,36	0,01	3,75
2018	0,000	0,000	0,03	0,02	3,60
2019	0,00006	14,09	0,40	0,03	3,57
RATA-RATA	13,73	2,34	0,32	0,03	3,24

Sumber: Data diolah, 2021

Pada Tabel 5 menunjukkan komoditi kakao bubuk, negara dengan nilai RCA paling tinggi adalah Indonesia dengan nilai rata-rata RCA sebesar 13,73. Nilai rata-rata RCA Belanda dan Pantai Gading masing-masing sebesar 3,24 dan 2,34. Sedangkan Belgia dan Swiss adalah sebesar 0,32 dan 0,003 yang artinya kedua negara tersebut yaitu Belgia dan Swiss tidak mempunyai keunggulan komparatif pada kakao bubuk. Menurunnya nilai RCA Indonesia dari tahun 2014 hingga 2019 terjadi akibat menurunnya volume ekspor kakao bubuk Indonesia ke Jerman.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil dan pembahasan ekspor kakao olahan Indonesia, Pantai Gading, Belgia, Swiss, serta Belanda di pasar Jerman. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil perhitungan RCA dari tahun 2014-2019, produk kakao olahan Indonesia kakao pasta dengan HS kode 1803, lemak dengan HS kode 1804, dan tepung dengan HS kode 1805 mempunyai keunggulan komparatif/berdaya saing di pasar Jerman dengan nilai rata-rata pasta kakao (16,63), lemak kakao (29,47), dan tepung kakao (13,73).
2. Dari kelima negara secara keseluruhan hanya dua negara yang memiliki keunggulan komparatif pada komoditi kakao olahan agar dapat bersaing di pasar Jerman yaitu Pantai Gading dan

Indonesia dengan nilai rata-rata RCA diatas 1 yaitu sebesar 126,12 dan 25,26.

Implikasi penelitian adalah penelitian dilakukan sebagai dukungan empiris bahwa komoditas olahan kakao di Indonesia harus diperhitungkan agar bisa bersaing di pasar Jerman. Indonesia harus lebih meningkatkan volume ekspor kakao olahannya agar menambah nilai industri kakao dalam negeri. Penelitian ini harapannya dapat memberi masukan kepada pemerintah agar memberi bantuan berupa insentif atau bantuan modal kepada pengusaha kecil kakao yang bergerak dalam bidang ekspor agar pengusaha tersebut dapat menekan biaya produksi dan menstabilkan harga kakao Indonesia.

Referensi

- Andini, D., Yulianto, E., & Fanani, D. 2016. PENINGKATAN DAYA SAING EKSPOR PRODUK OLAHAN KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL (Studi pada Ekspor Produk Olahan Kakao Indonesia tahun 2009-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 38(2).
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Analisis Komoditas Ekspor 2012-2019 Sektor Pertanian, Perindustrian, Dan Pertambangan*. Jakarta: BPS RI.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Kakao Indonesia 2019*. Indonesia
- Buana S., H., & Malik, N. 2017. Analisis Harga Internasional, Nilai Tukar, Dan Konsumsi Kako Amerika Terhadap Daya Saing ekspor Kakao Indonesia. In *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Cbi.eu. 2020. *What is the demand for cocoa on the European market?*. Diakses dari <https://www.cbi.eu/marketinformation/cocoa/trade-statistics> pada tanggal 24 November 2020.
- Ekananda, M. 2015. *Ekonomi Internasional*. (N. I. Sallama, Penyunt.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadi, S., & Ermi Tety, dan. 2012. ANALISIS DAYA SAING EKSPOR MINYAK SAWIT INDONESIA DAN MALAYSIA DI PASAR INTERNASIONAL. In *Pekbis Jurnal* (Vol. 4, Issue 3).
- Hardiansyah, A., Bakce, D., & Tety, E. 2015. Analisis Keunggulan Komparatif Lada Indonesia di Pasar Internasional. *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 7(2), 85-93.
- International Cocoa Organization. 2020. *ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*. 46(1). Diakses dari https://www.icco.org/wp-content/uploads/Production_QBCS-XLVI-No.-1.pdf

pada 15 November 2020.

International Cocoa Organization. 2020. ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics. 46(3), Cocoa year 2019/20. Diakses dari https://www.icco.org/wp-content/uploads/Production_QBCS-XLVI-No.-3.pdf pada 15 November 2020.

International Trade Centre. 2019. International Trade in Goods - Export 2001-2019. Diakses dari <https://www.trademap.org/> pada 15 November 2020.

Maulana, A., & Kartiasih, F. 2017. Analisis Ekspor Kakao Olahan Indonesia ke Sembilan Negara Tujuan Tahun 2000–2014. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*. <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.664>

Mejaya Saleh A., Fanani, D., & Mawardi, M. 2016. PENGARUH PRODUKSI, HARGA INTERNASIONAL, DAN NILAI TUKAR TERHADAP VOLUME EKSPOR (Studi pada Ekspor Global Teh Indonesia Periode Tahun 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2).

Naully, D., Daris, E., & Nuhung, I. A. 2014. DAYA SAING EKSPOR KAKAO OLAHAN INDONESIA. *AGRIBUSINESS JOURNAL*. <https://doi.org/10.15408/aj.v8i1.5126>

Nopriyandi, R., & Haryadi, H. 2017. Analisis ekspor kopi Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 12(1). <https://doi.org/10.22437/paradigma.v12i1.3929>

Rahardjo, Puji. 2011. *Menghasilkan Benih dan Bibit Kakao Unggul*. Penebar Swadaya Grup.

Rohmah, Yuliawati. 2019. Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kakao. In *Outlook Kakako*.

UN Comtrade. (2018). *Un Comtrade*. United Nations Statistical Office. (Diakses 11 Februari 2021)

Widyaningtyas, D., & Widodo, T. 2017. ANALISIS PANGSA PASAR DAN DAYA SAING CPO INDONESIA DI UNI EROPA. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2). <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4510>

Zahir, Nuaim., & Sanawiri, B. 2018. ANALISIS DAYA SAING KACANG METE INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL (Studi tentang Kacang Mete Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 54(1).