

# Analisis Daya Saing Produk-Produk Indonesia di Pasar China

Hanny Nurlatifah

Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Indonesia, Jl.Sisingamangaraja, Jakarta 12110  
Tel.7244456, fax. 7244767, email: [hanny@uai.ac.id](mailto:hanny@uai.ac.id)

**Abstract** - Become the biggest number of population in the world has made China as a potential market to develop. Implementation of CAFTA free trade agreement provides both threat and an opportunity for Indonesian products in the Chinese market. The objective of this study are to describe the development of trade between Indonesia and China from 2005 until 2009 and performed an analysis of the competitiveness Advantage of Indonesian export products in the Chinese market using the Constant Market Share Analysis (CMSA). The analysis showed that China-Indonesia trade balance deficit started in 2008 when China started its foreign trade. Most of Indonesian product are not competitive compared to other products that China imported from the world. Products that have the competitiveness in Chinna market are adhesive products and hard rubber products with a relatively small value. For products which have the potential for export development in the Chinese market are paper label, hard rubber, hand saws, adhesive material and maps. Products that can adapt to the Chinese market are paper label, weighing machine, hard rubber, adhesive materials, sulfur and maps.

**Keywords** - Indonesia-China International Trade, product competitiveness, Constant Market Share Analysis (CMSA)

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pemberlakuan perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-China (CAFTA) pada 1 Januari 2010, ini berarti kita harus mengikuti semua kesepakatan-kesepakatan yang sudah dibuat terkait keterbukaan pasar. Kondisi seperti ini menuntut industri-industri kita sudah harus siap berhadapan, bersaing

langsung dengan industri dari kawasan yang melempar produknya ke pasar di Indonesia. Besarnya

jumlah penduduk memang menjadikan Indonesia sebagai pasar yang sangat besar bagi produk-produk negara lain dan dengan perdagangan bebas, produk-produk memang bakal menjadi lebih bersaing, baik harga maupun kualitas. Meskipun dalam kenyataannya banyak industri yang merasa terhadap dengan berlakunya CAFTA, berdasarkan data Kompas 22 Januari 2010 ada 10 sektor industri yang berpotensi terhadap dengan berlakunya CAFTA (Tabel.1) (Harian Kompas, 2010)

Tabel 1. 10 Sektor Berpotensi Terhadap FTA ASEAN –China

Sektor Industri	
1.	Industri Permesinan
2.	Sektor perkebunan dan pertanian
3.	Industri Makanan dan minuman
4.	Industri Petrokimia
5.	Industri Tekstil dan produk tekstil
6.	Indsri alas kaki
7.	Industri elektronik dan peralatan listrik
8.	Industri besi baja
9.	Industri Plastik
10.	Jasa Permesinan

Sumber : Kompas edisi cetak,22Januari 2010

Untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat, perusahaan perusahaan lokal di Indonesia tidak hanya memerlukan perubahan dari sisi produk yang ditawarkan ke pasar sasaran tetapi yang lebih penting adalah melakukan penyesuaian terhadap budaya kerja perusahaan baik, dari sisi pekerja maupun dari sisi manajemen. Siap menghadapi persaingan global paling tidak ada dua hal yang harus dicermati: pertama, para manajer memiliki ketrampilan yang memadai menghadapi persaingan global, kedua, organisasi secara keseluruhan memiliki budaya organisasi yang cukup luwes dan adaptif untuk dapat merespons perubahan lingkungan yang cepat yang terbawa oleh keterbukaan dan penyebaran informasi yang sangat cepat. Kedua hal tersebut diharapkan akan memberikan dampak positif bagi efektivitas

produksi sehingga dapat menaikkan daya saing produk di pasar lokal maupun luar negeri. Indonesia sebagai salah satu negara anggota ASEAN telah menandatangani perjanjian perdagangan bebas ASEAN –China yang mulai berlaku sejak 1 Januari 2010. Dampak yang ditimbulkan oleh adanya perjanjian ACFTA ini adalah membuat 1.516 pos tarif dihapuskan atau bea masuknya menjadi 0%. Dampak lainnya yaitu penerimaan bea masuk akan mengalami penurunan 8,5% yakni dari 18,1 triliun pada tahun 2009 menjadi 16,5 triliun di tahun 2010 (Kementerian Keuangan Indonesia). Perjanjian CAFTA tidak selamanya memberikan dampak negatif bagi perekonomian Indonesia tetapi memiliki dampak yang positif bagi proyeksi laba BUMN secara agregat karena BUMN dapat membeli barang modal yang lebih murah dan dapat melakukan ekspor ke China dengan tarif yang lebih rendah. Untuk menahan laju masuknya produk-produk China pemerintah melakukan negosiasi ulang harmonisasi untuk 228 pos tarif yang diduga berpotensi melemahkan industri domestik, sektor yang akan dinegosiasi ulang diantaranya adalah produk tekstil, baja, manufaktur dan elektronik China pada tahun 2009 telah menjadi negara pengekspor terbesar di dunia mengalahkan Jerman berdasarkan data Global Trade Information Services mencatat ekspor China mencapai US \$ 957 Milyar sedangkan Jerman hanya mencapai US \$ 917 Milyar. Tingginya nilai ekspor dari China ternyata juga membuka peluang bagi kita untuk memasuki pasar China data dari BPS menunjukkan sejak tahun 2008 ekspor Indonesia ke China malah mengalami peningkatan dibandingkan dengan Jepang dan Amerika Serikat yang menjadi tujuan utama ekspor Indonesia yang mengalami penurunan. Untuk dapat memasuki suatu pasar luar negeri tentu membutuhkan produk yang memiliki daya saing tinggi sehingga dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Untuk itu perlu diketahui kekuatan daya saing dari produk-produk Indonesia yang selama ini di ekspor ke pasar China sehingga dapat menyusun kebijakan yang sesuai dengan kondisi yang ada.

## 1.2. Tujuan penelitian

Tujuan Penelitian ini secara khusus untuk :

- Mengambarkan kinerja perdagangan antara Indonesia dan China
- Menganalisis daya saing produk-produk Indonesia di pasar China

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Menurut Sektor Ekonomi

Sejalan dengan pulihnya perekonomian dunia, kenaikan ekspor barang dan jasa pada tahun 2010 diperkirakan akan berada di sekitar 6,3 persen. Untuk mencapai pertumbuhan sebesar ini tampaknya tidak akan sulit, karena berdasarkan data empiris, pertumbuhan ekspor barang dan jasa Indonesia rata-rata mencapai di atas 10 persen dalam periode tahun 2004-2008, apalagi jika diikuti oleh meluasnya diversifikasi ekspor baik dari jenis produk maupun negara tujuan ekspor.

Tabel 2. Proyeksi Produk Domestik Bruto Menurut Penggunaan Atas Dasar Harga Konstan 2000 (%)

Jenis Pengeluaran	2007	2008	2009*	2010**
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	5.0	5.3	5.2	4.8
Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	3.9	11.2	15.1	12.6
Pembentukan Modal Tetap Domestik Bruto	9.4	12.1	3.4	5.3
Ekspor Barang dan Jasa	8.5	10.0	-14.1	6.3
Dikurangi Impor Barang dan Jasa	9.0	10.1	-22.7	7.9
PRODUK DOMESTIK BRUTO	6.32	6.01	4.2	5.24

Sumber : BPS

\*) Triwulan I s/d III

\*\*) Proyeksi

Namun hal ini dapat tercapai jika terjadi perluasan investasi dan peningkatan kapasitas produksi yang cukup berarti pada tahun 2010 terutama pada sektor industri manufaktur. Pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) diharapkan menjadi prioritas pemerintah jika ingin peningkatan ekspor yang ditargetkan dapat dicapai. Tetapi berusaha menciptakan iklim usaha yang kondusif. (Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2010)

Ekspor suatu negara bisa meningkat lebih cepat (atau lebih lambat) dibandingkan dengan rata-rata ekspor dunia disebabkan oleh tiga alasan utama :

- Efek komposisi komoditas. Ekspor mungkin terkonsentrasi pada komoditas-komoditas yang permintaannya relatif elastis atau inelastis terhadap pendapatan.
- Efek distribusi pasar. Ekspor mungkin terarah ke pasar-pasar yang berkembang lebih pesat (lebih lambat) dibandingkan dengan rata-rata dunia.
- Efek daya saing. Ekspor mungkin lebih dapat (kurang dapat) bersaing dengan negara-negara

pengekspor lain, baik karena pertumbuhan produktivitas lebih tinggi atau lebih rendah atau karena *underevaluation* mata uang domestik. (Basri & Munadar, 2010)

## 2.2 Tantangan dan tuntutan penerapan manajemen modern dalam era globalisasi dan perdagangan bebas

Memasuki era informasi dan globalisasi ekonomi atau era perdagangan bebas yang berlaku mulai tahun ini ada beberapa prasyarat yang harus dimiliki adalah:

1. Memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) baik dari bahan baku (*primary Product*), kualitas SDM yang menguasai IPTEK, kecanggihan ilmu dan teknologi-perangkat lunak maupun keras.
2. Memiliki unggulan daya saing (*competitive advantage*) dilihat dari segi desain produk, kualitas, harga, ketersediaan, penyerahan barang tepat waktu, pelayanan purna jual, baik di pasar dalam negeri atau bersaing di pasar luar negeri
3. Setiap produk barang atau jasa menciptakan nilai tambah yang tinggi sehingga dapat memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi atau produk domestik bruto.

Dalam memasuki abad ke 21, era globalisasi – Perdagangan Bebas Indonesia akan menghadapi beberapa kendala. Adapun kendala yang dihadapi sebagai berikut :

1. Masih tingginya angka pertumbuhan penduduk sehingga belum mampu menjamin kualitas SDM, baik dikarenakan kekurangan gizi ( balita) dan belum terpenuhinya kesempatan memperoleh DIKLAT, pelayanan kesehatan, air bersih dan pemenuhan kebutuhan dasar manusia lainnya
2. Masih rendahnya etos kerja, kurang tekun atau malas, konsumtif, kurang produktif
3. Masih rendahnya kreativitas dan inovasi teknologi ( perangkat/*intellectual property*) kondisi ini dapat dilihat dari kemampuan kita sebagai bangsa yang hanya menjadi konsumen teknologi dengan mengimpor atau merakit produk/ teknologi bangsa lain
4. Rendahnya tantangan alam, letak geografi Indonesia yang dilintasi garis katulistiwa menyebabkan tidak mengenal empat musim, curah hujan cukup, tanah subur dan lahan masih luas (sagir, 2009)

## 2.3 Sumber-sumber daya saing

Paradima daya saing dimulai dari adanya ide bahwa suatu bangsa akan menjadi kaya karena mereka berpengalaman dalam peningkatan produktivitas yang berkelanjutan ( untuk tenaga kerja, modal dan faktor input lainnya). Penduduk memiliki produktivitas tinggi dan dibayar dengan gaji yang sepadan. Kondisi industri yang ada memberikan investasi yang menguntungkan dan menghasilkan penerimaan yang besar. Regulasi yang ditetapkan pemerintah juga mendukung situasi menyebabkan perusahaan semakin produktif dan fokus. Situasi yang sempurna ini akan menimbulkan pendapatan nasional yang tinggi. Industri yang mampu mengikuti kondisi di atas akan menekan industri lainnya sehingga tidak kompetitif di dalam negeri sendiri. Proses ini menyebabkan menimbulkan proses ekonomi yaitu satu-satunya cara perusahaan dan industri ini dapat berkembang adalah memindahkan sumber daya yang ada ke industri yang lebih produktif dan memindahkan sumberdaya dari industri yang kurang produktif ke negara lain melalui investasi langsung di luar negeri atau melalui impor. (Anindita & Reed, 2008)

## III. METODOLOGI

### 3.1 Jenis dan Sumber data

Tulisan ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), UN Comtrade dan National Bureau of Statistic of China dan literatur yang menunjang. Variabel yang digunakan dalam tulisan ini adalah Ekspor Indonesia ke China, Impor Indonesia dari China, Impor China dari dunia, Impor China dari Indonesia. Data produk yang digunakan dalam analisis berdasarkan pengelompokan Harmonize system ( HS 6 Digit : kode untuk setiap komoditi di seluruh dunia sama). HS merupakan cara pengelompokan produk untuk data perdagangan, periode data perdagangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tahun 2005 sampai dengan tahun 2009.

### 3.2 Metode Analisis

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dalam dua tahap yang pertama , perdagangan Indonesia dengan China dilihat dari aspek ekspor Impor yang disajikan dalam bentuk tabel dan grafik. Kedua berdasarkan hasil analisis tahap pertama dilakukan

pemilih produk yang memiliki daya saing dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). CSMA dilakukan untuk melakukan penentuan tiga karakteristik produk yaitu : daya saing produk, responsibilitas produk terhadap permintaan pasar dan kecederungan akses pasar bagi produk yang berdaya saing di pasar China dengan melihat pangsa pasar.

Model *Constant Market Share Analysis* (CMSA) digunakan karena ada situasi yang memungkinkan pergerakan laju pertumbuhan ekspor suatu negara pada suatu periode tidak mampu mengikuti pergerakan laju pertumbuhan rata-rata ekspor dunia. Hal ini dapat terjadi karena negara pengekspor menfokuskan pada komoditas tertentu yang laju pertumbuhan produk tersebut relatif lambat (Balassa, 1989)

**Penghitungan CMSA**

*Constant Market Share Analysis* ( CMSA) menunjukkan perhitungan yang mempunyai aspek tidak hanya melihat daya saing tetapi juga dapat melihat produk utama dari produk tersebut terhadap perubahan permintaan dunia atau negara mitra dagang, (Balassa, 1989), Penghitungan CMSA terdekomposisi berdasarkan 3 kriteria sebagai berikut:

1) *Competitiveness effect* : keuntungan atau kerugian dalam pangsa pasar yang menunjukkan daya saing produk. Penghitungannya adalah mengukur perubahan share negara eksportir di pasar tujuan impor (IA) dikalikan dengan j share dari impor negara mitra dagang di pasar dunia ( IB)

$$\sum_{jk} \Delta \left[ \frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{IA} * \left[ \frac{X_{jk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IB} \dots\dots\dots(1)$$

*X<sub>ijk</sub>* : Impor China untuk komoditi j dari Indonesia  
*X<sub>jk</sub>* : Total ekspor Indonesia ke China  
*X<sub>jk</sub><sup>0</sup>* : Total ekspor komoditi Indonesia ke China pada periode 0  
*X<sub>j</sub><sup>0</sup>* : Total ekspor dunia pada periode ke 0

2) *Initial specialiaization* : indikator ini menunjukkan pengembangan produk-produk tertentu yang mempunyai ciri khas di suatu pasar

$$\sum_{jk} \Delta \left[ \frac{X_{ijk}}{X_{j..}} \right]_{IIA} * \left[ \frac{X_{ijk}^0}{X_{jk}^0} \right]_{IIB} \dots\dots\dots(2)$$

*X<sub>j..</sub>* : Total Ekspor Dunia  
*X<sub>ijk</sub><sup>0</sup>* : Total impor China untuk komoditi j dari Indonesia pada periode ke 0

3) *Adaptations* : Indikator ini menunjukkan kemampuan suatu produk (*supply of exports*) dalam merespon perubahan permintaan dunia,

yang ditunjukkan dengan pengalihan dari perubahan masing-masing pangsa pasar ekspor.

$$\sum_{jk} \Delta \left[ \frac{X_{ijk}}{X_{jk}} \right]_{III A} * \Delta \left[ \frac{X_{jk}}{X_{j..}} \right]_{IIIB} \dots\dots\dots(3)$$

Persamaan (1),(2), (3) merupakan rumusan perhitungan untuk melihat daya saing produk ekspor Indonesia selama periode 2005- 2009

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Perkembangan Ekspor Impor Indonesia Tahun 2005-2010**

Kondisi ekspor impor Indonesia jika dilihat dari tahun 2005 sampai dengan kuartal ke 2 tahun 2010 baik Ekspor maupun impor mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan nilai ekspor impor yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2008 yang mencapai US \$137.020 000 juta US \$ dan impor sebesar US \$ 129.197 juta. Meskipun terjadi penurunan nilai ekspor Impor pada tahun 2009 tetapi pada tahun 2010 kuartal ke 2 sudah melebihi 50% dari data perdagangan ekspor impor tahun 2009 sehingga dapat dipastikan nilainya akan terus meningkat sampai dengan akhir tahun 2010. Hal ini menunjukkan bahwa neraca perdagangan Indonesia masih dalam kondisi surplus.

Tabel 3. Kondisi Ekspor Impor Indonesia

Tahun Year	Ekspor	Impor
2005	85.660	57.701
2006	100.799	61.066
2007	114.101	74.473
2008	137.020	129.197
2009	116.510	96.829
2010*	85.008	75.563

Sumber : BPS (diolah); \* sampai dengan agustus 2009

Tabel 4. Perkembangan Ekspor Impor berdasarkan kategori Migas dan Non Migas

Tahun Year	Non Migas		Migas		Jumlah	
	Ekspor	Impor	Ekspor	Impor	Ekspor	Impor
2005	6.428	40.243	19.232	17.458	85.660	57.701
2006	79.589	42.103	21.210	18.963	100.799	61.066
2007	92.012	52.541	22.089	21.933	114.101	74.473
2008	107.894	98.644	29.126	30.553	137.020	129.197
2009	42.847	33.985	7.175	7.410	50.022	41.395
*						

Sumber : BPS (diolah); \* sampai dengan agustus 2009

Indikator umum yang dapat digunakan untuk memantau perkembangan struktur ekspor diantaranya adalah perbandingan antara ekspor barang migas dan non migas terhadap ekspor total. Perkembangan ekspor impor Indonesia dilihat dari kategori komoditi minyak (migas) dan gas dan non minyak dan gas (non migas). Kontribusi sektor non migas dalam total ekspor Indonesia cukup besar terlihat dari data pada tabel 2 pada jika pada tahun 2005 ekspor nonmigas Indonesia adalah sebesar US \$ 66.428 juta dan pada tahun 2008 telah mencapai Indonesia mencapai US \$ 107.894 juta ,namun di sisi lain kondisi tersebut juga diikuti oleh peningkatan impor non migas yang cukup besar pada tahun 2008 yaitu sebesar US \$ 98.644 juta.

Data pada tabel 5 menunjukkan bahwa Jepang merupakan tujuan Ekspor Utama Indonesia diatas Amerika Serikat dan China. Meskipun demikian pada tahun 2009 terjadi penurunan jumlah ekspor Indonesia ke Jepang yaitu US \$ 18.575 juta dari US \$27,744 Juta pada tahun 2008.

Tabel 5. Sepuluh Negara Terbesar Tujuan ekspor Indonesia ( Juta US \$)

Negara Tujuan	2005	2006	2007	2008	2009
Jepang	18.049	21.732	23.633	27.744	18.575
Cina	6.662	8.344	9.676	11.637	11.499
Amerika Serikat	9.869	11.232	11.614	13.037	10.850
Singapura	7.837	8.930	10.502	12.862	10.263
Korea Selatan	7.086	7.694	7.583	9.117	8.145
Malaysia	3.431	4.111	5.096	6.433	6.812
Taiwan	2.475	2.735	2.597	3.155	3.382
Australia	2.228	2.771	3.395	4.111	3.264
Thailand	2.247	2.702	3.054	3.661	3.234
Belanda	2.234	2.518	2.750	3.926	2.909
AFRIKA	1.669	1.986	2.511	3.281	2.754

Sumber : BPS (diolah); \* sampai dengan agustus 2009

Kebutuhan impor Indonesia sebagian besar disuplai berasal dari negara-negar Asia, Singapura sebagai salah satu negara ASEAN merupaka negara yang memiliki nilai impor paling tinggi sejak tahun 2006 sampai dengan saat ini, diikuti China dengan nilai US \$ 14.002 juta pada urutan ke duanya, dan di dominasi oleh barang barang modal. Untuk itu dengan diberlakukannya CAFTA akan membuka peluang bagi Indoensia untuk mendapatkan barang-barang modal penunjang produksi untuk menghasilkan barang lain yang memiliki nilai tambah.

Tabel 6. Sepuluh Terbesar Negara Asal Impor Indonesia (juta US \$)

Negara Asal	2005	2006	2007	2008	2009
Singapura	2.567	10.035	9.840	21.790	15.550
Cina	2.149	6.637	8.558	15.247	14.002
Jepang	6 906,3	5.516	6.527	15.128	9.844
Amerika Serikat	9.471	4.057	4.787	7.880	7.084
Malaysia	7.778	3.193	6.412	8.922	5.688
Korea Selatan	6.906	351	530	6.920	4.742
Thailand	5.843	2.984	4.287	6.334	4.613
Australia	3.879	2.986	3.004	3.998	3.436
Jerman	3.447	1.457	1.982	3.069	2.374
AFRIKA	1 606,6	1.190	2.314	2.242	2.242

Sumber : BPS (diolah);

#### 4.2 Perkembangan Nilai Ekspor Impor Indonesia dengan China

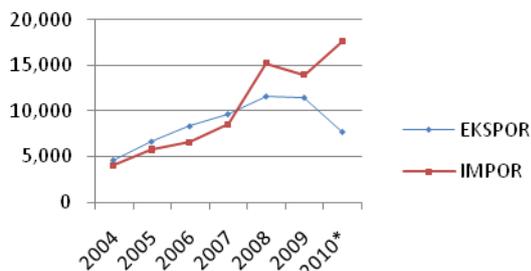
Perkembangan hubungan perdagangan antara China dan Indonesia dapat dilihat pada tabel 7 dan gambar 5, dari gambar tersebut dapat terlihat nilai perdagangan antara kedua negara mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Ekspor Indonesia ke China meningkat dari US \$ 4.604,7 Juta pada tahun 2004 meningkat 250% pada tahun 2008, namun peningkatan nilai ekspor ini masih kalah jika dibandingkan dengan pertumbuhan nilai impor Indonesia dari China. Kondisi ini dimulai dari tahun 2008 dimana pada tahun 2004 samapai dengan tahun 2007 nilai ekspor Indonesia ke China masih lebih besar dibandingkan dengan Impor Indonesia dari China namun sejak tahun 2008 impor negara kita dari China meningkat sebanyak 372% dan pada tahun 2010 dimana perjanjian perdagangan bebas China – ASEAN (CAFTA) nilai perdaganan telah mencapai US \$ 17.603,0 juta sampai dengan bulan Agustus 2010 yang sudah melebihi nilai perdagangan tahun 2009. Tahun 2008 merupakan kebangkitan China sebagai salah satu negara pengeksport terbesar di dunia, dari gambar 3 juga menunjukkan bahawa mulai dari tahun 2008 neraca perdaganan Indonesia dengan China mulai berubah menjadi negatif yang artinya Nilai Impor barang dari China lebih besar dari nilai Ekspor barang Indonesia ke China. Pemberlakuan perjanjian pedaganan bebas China dengan CAFTA telah memiliki dampak bagi negara kita dimana mulai terasa serbuan produk impor yang berasal dari China dan pertumbuhan ekspor Indonesia ke China tidak mampu mengimbangi masuknya barang –barang dari China. Pesatnya pertumbuhan ekspor China didukung sepenuhnya oleh pemerintah, pembangunan infratraktur yang

mendukung dunia investasi serta aspek pembiayaan baik bagi perusahaan swasta dan perusahaan milik negara dari bank-bank dalam negeri semakin membuka peluang berkembangnya investasi.

Tabel 7. Perkembangan Ekspor Impor Indonesia - China

TAHUN	EKSPOR ( juta US \$)	Impor (juta US \$)
2004	4.604,7	4.101,3
2005	6.662,4	5.842,9
2006	8.343,6	6.636,9
2007	9.675,5	8.557,9
2008	11.636,5	15.247,2
2009	11.499,3	14.002,2
2010*	7.737,0	17.603,0

Sumber : BPS (diolah); \* sampai dengan agustus 2010



Sumber : BPS (diolah)

Gambar 1. Perkembangan Ekspor Indonesia ke China

Barang-barang dari tembaga, biji nikel, komputer, dan biji coklat merupakan barang komoditi yang memiliki nilai besar dalam perdagangan ekspor Indonesia dengan China dari kategori komoditi ini terlihat bahwa barang yang menyumbangkan nilai besar adalah dari sektor pertanian serta barang pertambangan. Kondisi ini menunjukan bahwa komoditi tersebut memiliki potensi cukup kuat sebagai komoditas andalan produk ekspor. Dari kategori komoditi terlihat bahwa komoditi yang memiliki nilai perdagangan besar adalah komoditi penunjang produksi dan energi.

Berdasarkan tabel 5 dapat terlihat bahwa kebutuhan China terhadap produk-produk dari luar negaranya terutama Indonesia adalah komoditi bahan baku, produk pelengkap produksi serta energi sebagai bahan bakar yang dibutuhkan dalam proses produksi. Di sisi sebaliknya impor Indonesia pada kuartal 2 tahun 2010 sudah mencapai US \$17 Milyar dimana pada tahun 2009 nilai impor dari China hanya sebesar US \$14 Milyar. Data tersebut memperlihatkan dampak diberlakukanya CAFTA pada awal 2010

dimana produk-produk China mulai membanjiri pasar domestik Indonesia.

Tabel 7 menunjukkan beberapa komoditi utama yang di impor Indonesia dari China, komoditas yang memiliki nilai cukup besar diantaranya adalah beras, semen, minyak bumi dan hasil-hasilnya dan perlengkapan telekomunikasi. Untuk komoditi beras terjadi peningkatan yang cukup tinggi jika pada tahun 2004 nilai impor beras ke China hanya sebesar US \$ 43.000, maka pada tahun 2008 meningkat secara tajam menjadi US \$ 6.642.000, kondisi ini berbalik dengan komoditas minyak bumi beserta hasil hasilnya jika pada tahun 2005 impor Indonesia ke China sebesar US \$ 1.292.000 maka nilai tersebut menurun menjadi US \$ 299.000 pada tahun 2008

Tabel 8. Ekspor Impor China ( 10.000 US\$)

Tahun	Total Impor dan Ekspor	Total Ekspor	Total Impor
2001	5.097	2.661	2.436
2002	6.208	3.256	2.952
2003	8.510	4.382	4.128
2004	11.546	5.933	5.612
2005	14.219	7.620	6.600
2006	17.604	9.689	7.915
2007	21.737	12.178	9.560
2008	25.633	14.307	11.326
2009* (kuartal III)	15.578	8.466	7.112

Sumber : China statistical year book 2009

Perkembangan perdagangan internasional China berdasarkan tabel 8 menunjukkan peningkatan yang berarti sejak tahun 2007 hal ini menunjukkan dimulainya kebangkitan China sebagai negara industri baru di kawasan asia maupun dunia, peningkatan jumlah ekspor juga diiringi peningkatan jumlah impor untuk mendukung produksi. Data pada tabel 8 terlihat bahwa neraca perdagangan China selalu mengalami surplus dengan peningkatan surplus sebesar US \$29.810.000 dari surplus sebesar US \$ 2.250.000 pada tahun 2001. Komoditi impor utama China adalah sumber daya energi seperti, mesin-mesin produk. Impor terbesar China berasal dari Jepang senilai US \$150.600.041.097 pada tahun 2008. Kondisi tersebut China menunjukkan China masih terus berusaha mengembangkan Industri dengan membeli produk penunjang produksi sehingga dapat melakukan ekspor dengan nilai yang lebih besar lagi ke negara-negara tujuan utama ekspornya seperti Amerika Serikat, Negara-negara Eropa dan Jepang.

### 4.3 Hasil analisis Constant Market Share Komoditi Indonesia di China

#### a) Daya saing Komoditas ekspor di Pasar China

Perkembangan ekspor China ke dunia mengalami peningkatan yang cukup pesat jika dilihat nilai ekspor China tahun 2005 US \$ 7.632.361 juta jumlahnya terus meningkat hingga pada tahun 2009 mencapai US \$ 188.164.675 Juta, (data COMTRADE) Negara yang memiliki daya saing tinggi tercermin dari daya saing produk-produknya di pasar dunia. Semakin banyaknya memiliki produk dengan daya saing tinggi maka semakin kuat pula negara tersebut di mata peragaan

dunia. Produk dengan daya saing tinggi biasanya memiliki kekuatan dari efisiensi produksi sehingga memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan negara lain dengan kualitas produksi yang sama. Berdasarkan hasil analisis daya saing didapatkan bahwa indeks daya saing produk Indonesia ke China sebagian besar belum memiliki daya saing dilihat dari 9 kategori produk yang di impor China dari Indonesia hanya ada dua komoditi yang bernilai positif yaitu produk bahan perekat dan *Hard rubber* (karet keras) yang memiliki nilai positif tetapi nilai jika dibandingkan dengan total impor China di pasar dunia masih sangat kecil seperti ditampilkan pada tabel 9.

Tabel 9. Daya saing Produk ekspor Indonesia di Pasar China

HS 6 Digit	Uraian Produk	Total Impor China dari Ind		Total Impor China dari Wld		Struktur Ekspor IDN di China (%)		Indeks daya saing Tahun 05-09
		2005	2009	2005	2009	2005	2009	
350610	Produk yang cocok digunakan sebagai lem - atau perekat, disiapkan untuk penjualan ece- adhesives, put up for retail sale as gluesran sebagai lem atau perekat, dengan berat bersih tidak melebihi 1 kg	0	1,115	7,632,361	188,164,675	0.000%	0.001%	5.50199E-08
401700	Karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan skrap; barang dari forms, karet keras	1	56,565	13,109,716	20,421,907	0.000%	0.277%	7.99468E-11
250300	Belerang dari segala jenis, selain belerang 0 0 10 -sublimasi, belerang hasil endapan dan belerang	463	371	797,682,176	705,173,968	0.000%	0.000%	-6.56568E-11
482110	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, dicetak	111,562	96,483	261,697,953	252,356,030	0.043%	0.038%	-9.89719E-10
482190	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, tidak dicetak	35,151	1,053	31,327,421	32,517,674	0.112%	0.003%	-1.74366E-08
4905	Peta dan peta hidrografi atau peta semacam itu dari segala jenis, termasuk atlas, dinding, peta topografi serta bola dunia, dicetak	0	92	2,198,847	3,834,148	0.000%	0.002%	-5.17257E-08
8202	Gergaji tangan; bilah untuk gergaji segala Hand saws; jenis (termasuk bilah gergaji untuk membelah, (untuk membuat celah atau tanpa gigi))	725	110	66,331,191	101,575,656	0.001%	0.000%	-2.04277E-07
842390	Mesin penimbang (tidak termasuk timbangan dengan kepekaan timbangan sebesar 5 cg anak timbangan dari segala	109,207	83,779	17,234,701	24,054,153	0.634%	0.348%	-2.04277E-07

Sumber : COMTRADE UN , 2009 (diolah)

Indeks daya saing negatif menunjukkan bahwa produk Indonesia tidak memiliki daya saing di pasar China untuk produk tersebut. Rendahnya daya saing produk Indonesia dapat disebabkan oleh harga produk yang dianggap kurang kompetitif di pasar China, untuk itu dibutuhkan manajemen produksi yang lebih efisien sehingga menghasilkan harga jual yang lebih kompetitif dari negara lain untuk produk yang sama. Untuk produk yang memiliki nilai indeks daya saing yang positif berarti produk tersebut memiliki potensi untuk bersaing dengan produk dari negara lain meskipun ekspor Indonesia untuk kedua produk tersebut tergolong kecil dari pada kebutuhan China di pasar dunia. Produk perekat dan karet keras yang memiliki potensi menjadi produk yang memiliki daya saing di pasar China adalah produk-produk yang menjadi bagian dari

proses produksi suatu produk yang memiliki nilai yang lebih tinggi. yang memiliki nilai tambah lebih. tinggi dibandingkan dengan mengekspor bahan mentah.

#### b) Intial Spesialisasi Komoditas Indonesia di Pasar China

Data ekspor Indonesia selama periode 2005 sampai dengan 2009 menunjukan ada dua produk yang menjadi komoditas baru yang di ekspor Indonesia ke China yaitu produk perekat dan produk peta. Indeks spesialisasi menunjukkan pengembangan produk-produk tertentu yang memiliki ciri khas tertentu dari suatu pasar. Berdasarkan tabel 9 terlihat bahwa dari 9 produk ekspor Indonesia ada 4 produk yang belum memiliki spesialisasi di pasar China yaitu Produk

anak timbangan, kertas/karton tanpa cetak dan kertas/ karton dengan cetakan, hal ini ditunjukkan dengan nilai indeks spesialisasi yang bernilai negatif. Untuk produk yang memiliki perkembangan yang relatif baik di pasar China adalah produk peta, perekat, karet keras, gergaji tangan, kertas/karton. Indeks Initial Spesialisasi ini menunjukkan kemampuan produk dalam melakukan penetrasi di pasar tujuan ekspor. Produk-produk ini memiliki nilai indeks positif meskipun nilainya relatif kecil dibandingkan nilai impor China di pasar dunia dan merupakan produk komponen penunjang produksi di China. Jika kita kaitkan dengan indeks daya saing yang bernilai positif produk perekat dan karet keras merupakan produk-produk yang memiliki potensi untuk

dikembangkan karena selain memiliki daya saing produk tersebut juga memiliki kekuatan untuk memasuki pasar China meskipun memang jumlahnya masih sangat kecil. Untuk itu diperlukan pembenahan pada industri alam negeri sehingga dapat menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif sehingga dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Berdasarkan China National Bureau 2009 komoditi impor terbesar di China adalah minyak mentah yaitu sebesar US \$ 129.334.996.000 dan beberapa produk turunan dari minyak, untuk produk lain yang juga menjadi komoditas impor yang memiliki nilai tinggi adalah komoditi penunjang produksi seperti baja dan perlengkapan mesin.

Tabel 10. Pengembangan produk ekspor Indonesia di pasar China

HS 6 Digit	Uraian Produk	Impor China dari Ind		Impor China dari Wld		Struktur Impor Ind di china (%)		Indeks spesialisasi Th 05-09
		2005	2009	2005	2009	2005	2009	
4821	Paper or paperboard labels of all kinds, whether or not printed.	146.731	98.536	40.551.664	335.285.567	0,003618372	0,000271987	9,8415E-07
8202	Karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan scrap; barang dari forms,	725	110	66.331.191	101.575.656	1,093E-05	5,05499E-07	5,52511E-12
401700	Gergaji tangan; bilah untuk gergaji segala Hand saws; jenis (termasuk bilah gergaji untuk membelah	1	56.565	13.109.716	20.421.907	7,62793E-08	4,44458E-07	3,39029E-14
350610	Produk yang cocok digunakan sebagai lem atau perekat, disiapkan untuk penjualan sebagai lem atau perekat, dengan berat bersih tidak melebihi 1 kg	0	1.115	7.632.361	188.164.675	0	0,00017556	0
4905	Peta dan peta hidrografi atau peta semacam itu dari segala jenis, termasuk atlas, dinding, peta topografi serta bola dunia, dicetak	0	92	2.198.847	3.834.148	0	4,81141E-07	0
250300	Belerang dari segala jenis, selain belerang 0 0 10 - sublimasi, belerang hasil endapan dan belerang	463	371	797.682.176	705.173.968	5,80432E-07	-0,000507418	-2,94521E-10
842390	Mesin penimbang (tidak termasuk timbangan dengan kepekaan timbangan sebesar 5 cg anak timbangan dari segala jenis	109.207	83.779	17.234.701	24.054.153	0,006336460	-0,000002194	-1,39008E-08
482190	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, tidak dicetak	35.151	1.053	31.327.421	32.517.674	0,001122052	-1,51312E-05	-1,69779E-08

Sumber : COMTRADE UN (diolah) (Publication, 2010)

### c) Adaptiveness Komoditas Indonesia di pasar China

Data pada tabel 10 menunjukkan bahwa 7 produk dari 9 yang ada memiliki daya adaptasi yang positif di pasar China meskipun nilainya masih terbilang cukup kecil jika dibandingkan dengan produk-produk dari negara lain. Kondisi ini ditunjukkan dengan nilai indeks adaptasi yang memiliki nilai positif yaitu produk kertas/ karton tanpa cetak, kertas/ karton dengan cetak, anak timbangan, karet keras, produk perekat, sulphur dan peta. Nilai indeks adaptiveness yang positif menunjukkan kemampuan produk-produk tersebut dalam beradaptasi dengan selera dari pasar tujuan. Jika dilihat dari komposisi produk yang memiliki nilai indeks negatif maka terlihat bahwa sebenarnya

produk-produk Indonesia memiliki daya tarik dalam memenuhi selera pasar di negara tujuan ekspor. Maka produk-produk tersebut harus mendapat dukungan dari dalam negeri agar produk tersebut memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar negara ekspor tujuan. Untuk produk produk yang memiliki nilai negatif adalah produk gergaji tangan dan produk kertas dengan dan tanpa cetak. Produk karet keras dan bahan perekat jika dihubungkan dengan kedua Indeks sebelumnya merupakan produk yang memiliki kekuatan untuk memasuk pasar China namun kita tetap harus mendorong produk-produk lain untuk memiliki kekuatan di pasar tujuan mengingat kedua produk ini merupakan produk penunjang prose produksi bagai produk lain yang memiliki nilai lebih tinggi

Tabel 11 Adaptasi produk Indonesia terhadap permintaan pasar China

HS 6 Digit	Uraian Produk	Impor China dari Ind		Impor China dari Wld		Struktur Impor Ind di china (%)		Indeks adaptasi Tahun 05-09
		2005	2009	2005	2009	2005	2009	
482190	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, tidak dicetak	35,151	1,053	31,327,421	32,517,674	-0.00108967	-1.51312E-05	1.6488E-08
482110	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, dicetak	111,562	96,483	261,697,953	252,356,030	-4.3972E-05	-0.000145579	6.40134E-09
842390	Mesin penimbang (tidak termasuk timbangan dengan kepekaan timbangan sebesar 5 cg anak timbangan dari segala jenis)	109,207	83,779	17,234,701	24,054,153	-0.00285353	-2.19379E-06	6.26003E-09
401700	Karet keras (misalnya, ebonit) dalam segala bentuk, termasuk sisa dan scrap; barang dari forms,	1	56,565	13,109,716	20,421,907	0.00276974	4.44458E-07	1.23103E-09
350610	Produk yang cocok digunakan sebagai lem - atau perekat, disiapkan untuk penjualan sebagai lem atau perekat, dengan berat bersih tidak melebihi 1 kg	0	1,115	7,632,361	188,164,675	5.9257E-06	0.00017556	1.04031E-09
250300	Belerang dari segala jenis, selain belerang O O 10 -sublimasi, belerang hasil endapan dan belerang	463	371	797,682,176	705,173,968	-5.432E-08	-0.000507418	2.75631E-11
4905	Peta dan peta hidrografi atau peta semacam itu dari segala jenis, termasuk atlas, dinding, peta topografi serta bola dunia, dicetak	0	92	2,198,847	3,834,148	2.3995E-05	4.81141E-07	1.15449E-11
8202	Gergaji tangan; bilah untuk gergaji segala Hand saws; jenis (termasuk bilah gergaji untuk membelah	725	110	66,331,191	101,575,656	-9.8471E-06	5.05499E-07	-4.97769E-12
4821	Label kertas atau kertas karton dari segala jenis, tidak dicetak	146,731	98,536	40,551,664	335,285,567	-0.00332449	0.000271987	-9.04217E-07

Sumber : COMTRADE UN (diolah) (Publication, 2010)

Pemerintah memiliki harapan dengan diberlakukannya CAFTA ini dapat membuka peluang usaha di dalam negeri yaitu pertama adanya peningkatan nilai dan volume ekspor dengan diberlakukannya nol tarif masuk untuk barang –barang produksi Indonesia ke China, Kedua diharapkan terciptanya kondisi investasi yang menarik bagi pengusaha China untuk masuk ke Indonesia ketiga adalah adanya kerjasama dalam bidang ekonomi agar Indonesia dapat meningkatkan *capacity building*, alih teknologi dan kemampuan manajerial perusahaan. Meskipun berdasarkan analisis CMSA diatas produk produk Indonesia belum memiliki daya saing yang berarti di pasar China tetapi masih memiliki peluang untuk memasuki pasar tujuan ekspor lain. Indonesia akan dikatakan berhasil jika memiliki laju pertumbuhan ekspor rata-rata per tahun tetap tinggi dan komposisi ekspornya tidak hanya didominasi oleh komoditas pertanian, pertambangan dan migas. Saat ini ekspor non migas Indonesia sudah memiliki komposisi yang lebih tinggi dari ekspor migas kita meskipun masih di dominasi oleh komoditi pertambangan, maka strategi ekspor harus mengedepankan tentang diversifikasi output dan divesifikasi pasar tujuan ekspor. Untuk kondisi perdagangan dengan China Indonesia harus melakukan beberapa tindakan serius baik yang harus dilaksanakan oleh pemerintah sebagai pengelola negara maupun oleh kalangan industri di

dalam negeri. Langkah –langkah yang harus lakukan oleh pemerintah adalah menciptakan iklim investasi yang kompetitif sesuai dengan harapan awal diberlakukannya CAFTA sehingga pengusaha China memilih berinvestasi di Indonesia bukan di negara lain. Untuk menarik investasi masuk ke dalam negeri maka kondisi yang harus dipersiapkan adalah pembangunan infrastruktur penunjang dan perombakan birokrasi sehingga perijinan dapat dipercepat dan bebas dari pungutan liar, serta perbaikan kinerja BUMN yang menjadi penyedia energi untuk industri, ketidak efeisienan kinerja BUMN tersebut akan membuat industri dalam negeri menanggung biaya produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara lain. Dari Sisi pelaku industri hal yang harus dilakukan adalah meningkatkan produktivitas sumberdaya manusia yang digunakan dengan meningkatkan kesejahteraan meningkatkan penguasaan teknologi serta melakukan diversifikasi produk, memperhatikan kuitas sehingga dapat diciptakan produk yang memiliki daya saing yang tinggi.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Perdagangan antara Indonesia dan China mengalami perkembangan yang cukup pesat sejak tahun 2008 sampai dengan saat ini.

Dengan di berlakunya CAFTA pada 1 Januari 2010 yang telah memberlakukan 0% tarif masuk barang dari dan ke China maka meskipun sampai saat ini nilai impor Indonesia ke China terus meningkat tetapi masih menyisakan peluang untuk Indonesia memacu sektor ekspor non migas kita ke negara tujuan ekspor lainnya seperti Jepang dan Amerika Serikat.

- 2) Indonesia mengalami defisit perdagangan dengan China sejak tahun 2008 dimana nilai produk impor yang masuk ke Indonesia mencapai US \$15.247.200.000 dan terus berkembang hingga mencapai US \$ 17.603.000.000 pada Agustus 2010, dengan defisit perdagangan sebesar US \$ 9.866.000.000 hal ini menunjukkan dengan diberlakukannya tarif 0% untuk bea masuk barang dari China, Indonesia tidak mampu menahan derasnya laju barang masuk dari China
- 3) Analisis CMSA menunjukkan :
  - a. Daya saing produk Indonesia  
Indeks daya saing untuk produk produk yang ekspor ke pasar China belum memiliki daya saing yang tinggi, namun untuk produk – produk perekat dan karet keras memiliki potensi untuk menjadi produk yang memiliki daya saing di pasar China karena memiliki Indeks daya saing yang positif
  - b. Pengembangan produk Indonesia  
Produk yang tengah mengalami pengembangan di pasar China adalah Produk dari kertas/ karton baik yang dicetak mau pun tidak, karet keras, gergaji tangan, produk perekat dan peta
  - c. Tingkat adaptasi produk Indonesia  
Produk Indonesia yang memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan keinginan pasar China adalah produk kertas/karton baik yang dicetak maupun tidak, mesin penimbang, karet keras, perekat, belerang dan peta
- 4) Saran
  - a. Indonesia sebagai negara yang memiliki keunggulan baik dari daya saing alam maupun sumberdaya manusia, memiliki potensi untuk bersaing untuk itu perlu dukungan pemerintah untuk menyediakan infrastruktur, pelayanan publik, pendidikan dan ketrampilan serta adanya regulasi yang menunjang kegiatan usaha sehingga produk-produk Indonesia memiliki daya saing yang kuat untuk memasuki pasar luar negeri
  - b. China saat ini merupakan negara pengeksport terbesar di dunia untuk itu pastilah

dibutuhkan barang-barang pendukung produksi yang tidak sedikit. Hal ini dapat kita jadikan peluang untuk masuk ke pasar China dengan barang –barang penunjang proses produksi.

- c. Kerjasama dengan China terus dilakukan untuk mendapatkan alih teknologi dari industri China dan menjadikan China mitra dagang yang bersifat komplementer
- d. Dunia usaha harus terus mempersiapkan diri dengan terus melakukan pembenahan dari sisi sumberdaya manusia, bahan baku, pengawasan mutu serta efisiensi proses produksi sehingga dapat membuat produk yang memiliki daya saing.
- e. Dengan dihapusnya tarif impor dari China maka pengusaha dapat mengimpor bahan baku dari China dengan harga yang lebih murah untuk dijadikan produk yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi ke daerah ekspor tujuan lainnya.
- f. Meningkatkan kemampuan teknologi dan melakukan inovasi produk agar tidak hanya mengeksport bahan baku tetapi dapat menghasilkan barang yang memiliki nilai tambah yang tinggi

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] National Bureau of Statistics of China. (2009). *China statistical Year Book 2009*.
- [2] Anindita, R., & Reed, M. R. (2008). *Bisnis dan Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [3] Badan Pusat Statistik Indonesia. (2009). *Statistik Indonesia*. Jakarta: BPS.
- [4] Balassa. (1989). *Comparative Advantage, trade Policy and Economic Development*. New York: Harvester wheatsheaf.
- [5] Basri, F., & Munandar, H. (2010). *Dasar-dasar Ekonomi Internasional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [6] Basri, F., & Munandar, H. (2009). *Lanskap ekonomi Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- [7] Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. (2010). *Indonesia economic Outlook 2010*. Jakarta: Grasindo.
- [8] Harian Kompas. (2010, Januari 22). *Presiden : tinjau kembali CAFTA*. Jakarta: Harian Kompas., Publication, I. M. (2010). Dipetik Oktober 2010, dari <http://comtrade.un.org/pb/Default.aspx>
- [9] Sagir, S. (2009). *Kapita Selektika Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Kencana