

The Competitiveness of Indonesian cocoa and cocoa products in the US, Singapore and China = Daya saing ekspor kakao dan produk kakao Indonesia di AS, Singapura dan China

Dwi Hanas Nur Hartono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20343068&lokasi=lokal>

Abstrak

Kakao dan produk kakao Indonesia mampu memberikan kontribusi share yang besar pada pendapatan ekspor selain minyak kelapa sawit (CPO) dan karet. Kakao masih diekspor dalam bentuk barang primer. Disamping itu, Indonesia juga mempunyai kesempatan yang besar untuk mengembangkan industri kakao dalam negeri menjadi produk kakao setengah jadi maupun produk kakao jadi (coklat). Pada saat ini, negara-negara maju lebih menyukai impor produk kakao jadi (coklat) daripada barang mentahnya. Indonesia dapat mengembangkan kakao dan produk kakao untuk meningkatkan eksponya. Oleh karena itu, Indonesia harus meningkatkan daya saing dari produk kakao di pasar internasional, khususnya ke negara-negara tujuan utama ekspor kakao dan produk kakao Indonesia melalui produk turunannya.

Data statistik menunjukkan ekspor kakao dan produk kakao Indonesia meningkat pada periode 2004 - 2008. Pertumbuhan pangsa pasar Indonesia juga positif dan bahkan lebih besar dari pertumbuhan pangsa pasar dunia. AS, Singapura dan China adalah negara-negara tujuan utama untuk kakao dan produk kakao Indonesia. Malaysia juga merupakan negara terbesar pengimpor kakao dan produk kakao Indonesia di pasar internasional tetapi Malaysia adalah pesaing utama pengeksport kakao dan produk kakao Indonesia di pasar internasional. Untuk mengukur daya saing dalam penelitian ini menggunakan constant market share analysis (CMSA) dan trade specialization index (YSI).

Dari penelitian ini kakao dan produk kakao Indonesia mempunyai daya saing di pasar negara tujuan utama ekspor. Namun demikian Indonesia dapat mengembangkan produk kakao untuk meningkatkan nilai tambah pada industri kakao dalam negeri dan mengeksport produk setengah jadi dan produk jadi untuk meningkatkan nilai ekspor Indonesia.

.....Indonesia cocoa and cocoa products give a big share in the contribution of export revenue beside crude palm oil (CPO) and rubber product. Cocoa is still export in primary products. Indonesia has big opportunities to develop the cocoa domestic industry to become middle product and finished product of cocoa. In the recent year, the developed countries prefer import the processed product than primary product. Indonesian should develop the cocoa and cocoa products to increase export. Therefore, Indonesia have to increase the competitiveness of the product in international market, especially in the main destination of Indonesian cocoa and cocoa products export.

Statistics data shows export of Indonesian cocoa and cocoa product increase in the period 2004 -2008. The growth of Indonesia market share is also positive and greater than the growth of total share of the world. The US, Singapore and China is the main destination countries for Indonesia cocoa and cocoa products.

Malaysia is also the greatest importing countries but Malaysia is the competitor of Indonesia cocoa and cocoa products in the international market. To measure the competitiveness in this research use constant market share analysis (CMSA) and Trade specialization Index (TSI).

From the research, Indonesian cocoa and cocoa products have competitiveness in the main destination countries. However, Indonesia should develop the cocoa products to increase value added in the domestic

cocoa industry and export more middle and finished product, to increase Indonesian export value.