



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA DAYA SAING EKSPOR TPT (TEKSTIL PRODUK
TEKSTIL) INDONESIA DI PASAR DUNIA**

TESIS

ABDUL SOMAD

0706178421

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM PASCASARJANA ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
DESEMBER, 2008**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA DAYA SAING EKSPOR TPT (TEKSTIL PRODUK
TEKSTIL) INDONESIA DI PASAR DUNIA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains
Ekonomi


ABDUL SOMAD


0706178421

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM PASCASARJANA ILMU EKONOMI
KEKHUSUSAN EKONOMI DAN KEBIJAKAN
PERDAGANGAN INTERNASIONAL
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
DESEMBER, 2008**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.



Nama : Abdul Somad
NPM : 0706178421
Tanda Tangan : 
Tanggal : 12 Desember 2008

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Abdul Somad
NPM : 0706178421
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul Tesis : Analisa Daya Saing Ekspor TPT (Tekstil Produk Tekstil)
Indonesia di Pasar Dunia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Nachrowi Djalal Nachrowi, Ph.D (.....)

Penguji : Pos M. Hutabarat, Ph.D (.....)

Penguji : Nuzul Achjar, Ph.D (.....)



Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 12 Desember 2008

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang hanya berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisa Daya Saing Ekspor TPT (Tekstil Produk Tekstil) Indonesia di Pasar Dunia”** dengan baik sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Magister Sains Ekonomi pada Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia.

Selama proses pembuatan tesis ini banyak pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian tesis ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nachrowi D. Nachrowi, selaku pembimbing tesis yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
2. Bapak Pos M Hutabarat, Ph.D, selaku penguji atas kritik dan saran untuk perbaikan pada tahap akhir penulisan tesis ini;
3. Bapak Nuzul Achjar, Ph.D, selaku penguji atas kritik dan saran untuk perbaikan tesis ini;
4. Bapak Dr. Arindra A. Zainal, selaku Ketua Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia;
5. Bapak Drs. Robby Kumenaung, selaku Kepala Pusat Pendidikan dan Latihan Departemen Perdagangan Republik Indonesia beserta staf Pusdiklat. Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas studi yang telah diberikan kepada penulis dan rekan-rekan kelas Ekonomi dan Kebijakan Perdagangan Internasional (EKPI) 2007 dari Departemen Perdagangan.
6. Bapak Ir. Rahayu Budi, MM selaku Kepala Biro Kepegawaian dan Organisasi Departemen Perdagangan Republik Indonesia, atas kesediaannya memberikan izin bagi penulis untuk menyelesaikan tugas belajar dan atas segala bantuannya;
7. Seluruh staf Pengajar pada Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi FE-UI, yang telah memberikan bimbingan dan materi ilmu pengetahuan kepada penulis dan rekan-rekan di kelas EKPI 2007 selama mengikuti perkuliahan;

8. Bapak Dody dan Abdi Rizal, tutor kelompok V yang selalu setia mendengarkan keluh kesah penulis;
9. Upie, Ilwa, Eka dan Ratna atas kesediannya dalam membantu penulis menyelesaikan studinya;
10. Kedua Orang Tuaku, Bapak Aswad dan Ibu Ainih serta Kakak dan Adikku (Bang Yudi & Dian), makasih atas doa dan dukungannya terhadap penulis.
11. Kedua Mertuaku, Bapak Sugino dan Ibu Nani Amaliah, serta Mi Ucu, terima kasih atas doanya untuk penulis.
12. Yang Tercinta dan Tersayang yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan tesis ini, *My Lovely Wife Dwi Yunina Lestari*, terima kasih sayang tesis ini kepersembahkan untuk dirimu.
13. Teman-teman EKPI II 2007, Semuanya terutama yang satu pembimbing Iska, Herlina, Lulu, Nia, Arif RW & Astri, dan teman-teman lainnya, atas segala dukungannya dan kegilaannya di kelas;
14. Seluruh staf dan karyawan Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi FE-UI (Mbak Denti, Mbak Mirna, Pak Wasdi, Mas Daus, dll) yang telah membantu selama proses menimba ilmu di Pascasarjana UI, juga karyawan Perpustakaan Pascasarjana FEUI atas kerjasama serta kesabarannya mendengarkan ributnya kita semua jika berkumpul di perpustakaan padahal bukan belajar tapi *download* lagu-lagu terbaru, pak satpam yang telah bersedia menjaga kendaraan kita semua selama perkuliahan and last the cleaning service team yang telah memberikan kenyamanan bagi kita semua dalam belajar Acnya duingin buanget.
15. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studinya baik ketika proses penyelesaian tesis dan studi selama delapan belas bulan ini.

Besar harapan penulis semoga tesis ini dapat berguna bagi ilmu pengetahuan dan masukan kebijakan di bidang perdagangan internasionala.

Jakarta, Desember 2008

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Somad
NPM : 0706178421
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi.
Jenis karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Analisa Daya Saing Ekspor TPT (Tekstil Produk Tekstil)
Indonesia di Pasar Dunia**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok.
Pada tanggal : Desember 2008.
Yang menyatakan



(Abdul Somad)

ABSTRAK

Nama : Abdul Somad

Program Studi : Ilmu Ekonomi
Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Indonesia

Judul : Analisa Daya Saing Ekspor TPT (Tekstil Produk Tekstil)
Indonesia di Pasar Dunia

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pertumbuhan ekspor TPT Indonesia di pasar dunia dan mengetahui posisi daya saing TPT (Tekstil Produk Tekstil) Indonesia di pasar dunia dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Data statistik menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor TPT Indonesia pada tahun 2002-2004 berada di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia. Hal ini terjadi karena adanya kuota, dengan adanya kuota maka Indonesia tidak dapat melakukan ekspor TPT melebihi kuota yang telah ditentukan, sehingga pertumbuhan ekspor TPT Indonesia di bawah pertumbuhan ekspor dunia. Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekspor TPT Indonesia, diperlukan upaya untuk meningkatkan komposisi produk TPT melalui peningkatan ekspor TPT Indonesia dalam bentuk produk-produk menengah (*midstream*), dan hilir (*downstream*). Selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengaruh distribusi pasar. Pada aspek daya saing, posisi daya saing TPT Indonesia tahun 2002 dan 2004 lebih lemah dibandingkan negara-negara produsen TPT lainnya.

Kata kunci :

Indonesia, TPT (Tekstil Produk Tekstil), ekspor, daya saing, constant market share analysis (CMSA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

ABSTRACT

Name : Abdul Somad

Study Program : Economic Sains
The Graduate Program, Faculty of Economic
University of Indonesia

Title : Competitiveness Analysis of Indonesian TPT (Textile Product
Textile) Export in World Market

This research aim to know growth of Indonesian TPT export at world market and to know the competitiveness of Indonesian TPT (Textile Product Textile) in the world market using *Constant Market Share (CMS)* approach and *Trade Specialization Index (TSI)*. Statistic show that in year 2002-2004 export growth of Indonesian TPT under world export growth for TPT. This happen because quota, that make Indonesian can't export more TPT to the world market. In order to increase export growth for Indonesian TPT, the TPT composition must be improve trough export midstream and downstream product. Beside that, influence of market distribution has to be increasing. For competitiveness aspect, in year 2002 and 2004 Indonesian position for competitiveness weaker compare with other TPT producer.

Key Words :

Indonesia, TPT (Textile Product Textile), exportr, competitiveness, constant market share analysis (CMSA), Trade Specialization Index (TSI)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	8
2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Teori Ekspor.....	10
2.2. Teori Daya Saing.....	11
2.2.1. Pengertian Daya Saing	11
2.2.2. Pengukuran Daya Saing	12
2.2.3. Teori Daya Saing Porter.....	14
2.2.4. Peningkatan Daya Saing.....	17
2.3. Penelitian Sebelumnya	19
3. PROFIL KOMODITI TPT	28
3.1. Pendahuluan.....	28
3.2. Perkembangan TPT di Indonesia	33
3.3. Perkembangan Ekspor TPT Indonesia	37
3.4. Perkembangan TPT Dunia	38
3.6. Permasalahan TPT.....	38

4. METODE PENELITIAN	40
4.1. Metode Analisis	40
4.1.1. Constant Market Share Analysis	40
4.1.2. Indeks Spesialisasi Perdagangan	44
4.2. Data dan Sumber Data.....	45
5. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1. Perkembangan Pangsa Ekspor Negara-Negara Pengekspor TPT	
5.2. Kinerja Ekspor TPT.....46	48
5.2.1. Tahun 2002	48
5.2.2. Tahun 2003	50
5.2.3. Tahun 2004	51
5.2.4. Tahun 2005	52
5.2.5. Tahun 2006	54
5.2.6. Tahun 2007	56
5.3. Posisi Daya Saing TPT Indonesia di Pasar Dunia.....	57
5.3.1. Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan Untuk Penjualan Eceran (540233)	58
5.3.2. Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau lebih dari Serat Staple Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	62
5.3.3. Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	68
5.3.4. Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapan bukan Rajutan (620342).....	73
5.3.5. Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	78
5.3.6. Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210).....	83
5.4. Indeks Spesialisasi Perdagangan	88
6. KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
Kesimpulan	91
Saran	92
7. DAFTAR REFERENSI	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Nilai Ekspor Negara-Negara Pengekspor TPT di Amerika Serikat tahun 2006	6
Gambar 2.1. Diamond Model Porter	16
Gambar 3.1. Grafik Perkembangan Ekspor TPT Indonesia Tahun 2002-2006	37
Gambar 3.2 Grafik Perkembangan Ekspor TPT Dunia Tahun 2002-2006	38
Gambar 5.1 Share Ekpor TPT Tahun 2006	47



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Pangsa Nilai Ekspor (%) Negara- Negara Pengekspor TPT pada Tahun 2002 dan 2006	46
Tabel 5.2 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2002	49
Tabel 5.3 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2003	50
Tabel 5.4 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2004	51
Tabel 5.5 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2005	53
Tabel 5.6 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2006	54
Tabel 5.7 Hasil Analisis Kinerja Ekspor Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2007	56
Tabel 5.8 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233).....	58
Tabel 5.9 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011).....	63
Tabel 5.10 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020).....	68
Tabel 5.11 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	73
Tabel 5.12 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	78
Tabel 5.13 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210).....	83
Tabel 5.14 Indeks Spesialisasi Perdagangan Tahun 2002-2006	88

DAFTAR LAMPIRAN

1. Ekspor TPT Indonesia Berdasarkan HS
2. Impor TPT Indonesia Berdasarkan HS
3. Ekspor TPT Dunia Berdasarkan HS
4. Ekspor TPT Perancis Berdasarkan HS
5. Ekspor TPT Cina Berdasarkan HS
6. Ekspor TPT India Berdasarkan HS
7. Ekspor TPT Italia Berdasarkan HS
8. Ekspor TPT Korea Berdasarkan HS
9. Ekspor TPT Turki Berdasarkan HS
10. Ekspor TPT Vietnam Berdasarkan HS
11. Ekspor TPT Thailand Berdasarkan HS
12. Ekspor TPT Canada Berdasarkan HS



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap negara di dunia ini sangat memperhatikan kebutuhan pokok atau primer untuk warga negaranya, yaitu kebutuhan sandang, pangan dan papan. Kebutuhan pangan dipenuhi melalui industri pertanian, kebutuhan papan dipenuhi melalui industri perumahan serta industri pendukung lainnya, sedangkan untuk kebutuhan sandang atau pakaian dipenuhi melalui industri tekstil, dari industri ini dihasilkan tekstil dan produk tekstil. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diharapkan negara dapat menciptakan industri pertekstilan yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan sandang tersebut.

Namun demikian, terkadang setiap negara tidak dapat memenuhi kebutuhan sandangnya sendiri karena produksi dalam negeri yang kurang atau produk yang dibutuhkan tidak diproduksi oleh industri dalam negeri. Oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan impor dari negara lain yang memproduksi tekstil dan produk tekstil lebih banyak dan lebih bervariasi. Negara pengimpor melalui importir akan mengajukan kebutuhan atau permintaan kepada negara pengekspor untuk memenuhi kebutuhan negara pengimpor sesuai dengan standar dan kualitas yang telah ditentukan oleh negara pengimpor.

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) merupakan salah satu industri penting di Indonesia, hal ini disebabkan karena industri ini dapat menyerap sebanyak 5,5 juta tenaga kerja, atau sekitar 2,6 persen dari total tenaga kerja Indonesia. Oleh karena itu industri tekstil dan produk tekstil harus mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah. Adapun industri tekstil Indonesia terdiri dari industri benang (fabric), kain (tekstil) dan industri pakaian jadi (apparel).

Berbicara mengenai perkembangan pertekstilan di Indonesia tidak dapat diketahui dengan pasti mulai berkembangnya industri pertekstilan di Indonesia. Namun demikian kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia dalam menenun dan merajut baik kain, pakaian serta ketrampilan membatik sudah dimulai saat adanya kerajaan-kerajaan Hindu, kemampuan dan

ketrampilan ini berkembang di sekitar lingkungan istana kerajaan. Tenunan yang dihasilkan oleh masyarakat pada saat itu hanya digunakan untuk kepentingan sendiri.¹

Perjalanan perkembangan pertekstilan Indonesia dimulai dari industri yang berkembang di rumah-rumah penduduk atau dengan kata lain industri rumahan. Industri rumahan ini mulai berkembang sejak tahun 1929, untuk menenun dan merajut menjadi sarung, kain panjang, dan lain-lain masyarakat menggunakan alat yang diciptakan oleh Daalennoord pada tahun 1926 yang dikenal dengan nama Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) atau *Textile Inrichting Bandung (TIB) Gethouw*. Seiring perjalanan waktu lambat laun masyarakat mulai meninggalkan ATBM. Hal ini disebabkan dengan diciptakannya Alat Tenun Mesin (ATM). Di Indonesia sendiri penggunaan ATM pertama kali digunakan pada tahun 1939 di daerah Majalaya – Jawa Barat, karena daerah tersebut telah lebih dahulu dialiri listrik pada tahun 1935. Sejak saat itu perkembangan industri TPT Indonesia mulai memasuki era teknologi dengan menggunakan ATM.

Perkembangan industri tekstil Indonesia setelah masa penjajahan dan kemerdekaan diawali pada tahun 1970-an dimulai saat masuknya investasi asing ke Indonesia yaitu dari Jepang yang berinvestasi di sub-sektor industri hulu (*spinning* dan *man-made fiber making*). Adapun tahapan perkembangan industri pertekstilan Indonesia sebagai berikut :

- Periode tahun 1970 – 1985, pertumbuhan industri pertekstilan Indonesia relatif lambat sehingga hanya mampu memenuhi permintaan pasar domestik (substitusi impor).
- Pada tahun 1986, terjadi pertumbuhan industri TPT Indonesia yang pesat, hal ini terjadi karena didukung oleh iklim usaha kondusif seperti regulasi pemerintah yang efektif yang difokuskan pada ekspor non-migas, dan kemampuan industri untuk memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan agar dapat memasuki pasar ekspor.
- Periode tahun 1986 – 1997, terjadi peningkatan terus menerus terhadap volume ekspor TPT Indonesia. Pada periode ini pakaian jadi sebagai komoditi primadona.

¹ Dapat dilihat dalam <http://egismy.wordpress.com>, dalam tulisan "Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia" 18 April 2008.

- Periode 1998 – 2002 merupakan periode tersulit yang dialami oleh industri TPT Indonesia. Dimana kinerja ekspor tekstil berfluktuatif.
- Periode 2003 – 2006 merupakan periode untuk melakukan pemulihan setelah terjadinya penurunan ekspor TPT nasional.
- Periode 2007 dimulainya restrukturisasi permesinan industri TPT Indonesia.

Sampai dengan tahun 2006, perusahaan yang bergerak di industri tekstil berjumlah 2.699 perusahaan, dengan total nilai investasi sebesar Rp. 135,7 triliun. Perusahaan-perusahaan TPT tersebut tersebar di beberapa daerah antara lain di Jawa Barat sebanyak 57 %, Jawa Tengah 14 %, dan Jakarta 17 % sedangkan sisanya Jawa Timur, Bali, Sumatera dan Yogyakarta. Kapasitas produksi industri TPT tersebut pada 2006, mencapai 6,1 juta ton. Kapasitas produksi tersebut terdiri dari industri pemintalan 2,4 juta ton, industri pertenunan, perajutan, pencelupan dan finishing 1,8 juta ton, industri garmen 754 ribu ton dan tekstil lainnya 101 ribu ton. Kapasitas produksi ini mengalami kenaikan sebesar 1,7 juta ton dibanding tahun sebelumnya yang hanya sebesar 5,86 juta ton.²

Di tingkat hulu Indonesia memiliki industri serat yang terdiri dari industri serat alam, serat buatan dan benang filamen; dan industri pemintalan serta pencelupan (spinning). Hingga 2006, Indonesia telah memiliki 26 perusahaan industri serat dengan total kapasitas terpasang 1,077 ribu ton. Sekitar 70% dari hasil industri serat ini diserap oleh industri pemintalan di dalam negeri. Sedangkan sisanya diekspor ke luar negeri. Saat ini Indonesia merupakan produsen serat buatan ketujuh terbesar dunia yang memasok 10% kebutuhan serat rayon dunia. Di tingkat hilir, terdapat industri garmen yang jumlahnya mencapai 897 perusahaan pada 2006 dengan total kapasitas terpasang 754 ribu ton. Sekitar 88 persen dari hasil industri garmen diekspor ke luar negeri dan 12 persen untuk pasar domestik.

Terlihat bahwa industri tekstil Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini akan membuat posisi Indonesia di pasar dunia akan lebih diperhitungkan dalam industri pertekstilan. Namun demikian, banyak permasalahan yang dihadapi oleh industri tekstil Indonesia yang dapat

² Dapat dilihat pada Economic Review No. 209 September 2007, dalam tulisan dari Ermina Miranti, Mencermati Kinerja Tekstil Indonesia : Antara Potensi dan Peluang.

menghambat laju pertumbuhan tersebut. Permasalahan yang dihadapi antara lain mulai dengan sudah tuanya mesin-mesin yang digunakan oleh pabrik-pabrik tekstil Indonesia, masih rendahnya tingkat investasi asing di bidang ini serta permasalahan-permasalahan teknis lainnya. Berdasarkan data dari Departemen Perindustrian, dari seluruh mesin TPT yang berjumlah 8,38 juta unit mesin pada tahun 2006, sekitar 80 % diantaranya telah berusia diatas 20 tahun. Ini menyebabkan produktivitas menurun hingga 50 %. Di Industri pemintalan jumlah mesin yang berusia diatas 20 tahun mencapai 64 % (5.025.287 mata pinal dari 7.803.241 mata pinal). Di industri pertenunan jumlahnya mencapai 82,1 persen (204.393 ribu alat tenun mesin dibanding 248.957 unit), perajutan 84%, finishing 93% dan pakaian jadi atau garmen 78%. Dengan kondisi mesin-mesin yang sudah sangat tua tersebut, produktivitas industri TPT Indonesia diperkirakan menurun hingga 50 persen.

Selain permasalahan tersebut di atas, masalah lain yang dihadapi oleh industri pertekstilan Indonesia adalah biaya energi yang mahal, infrastruktur pelabuhan yang belum kondusif, dan maraknya produk impor ilegal terutama dari China. Berbagai permasalahan tersebut menyebabkan Industri TPT Indonesia berjalan dengan kondisi yang kurang sehat. Biaya operasional menjadi relatif mahal, namun dengan produktivitas yang relatif rendah. Dengan kondisi yang cukup berat tersebut, produk TPT Indonesia masih berhasil mendapat tempat yang cukup baik di pasar luar negeri, bahkan memiliki daya saing yang cukup tinggi di pasar internasional. Ini terbukti dari cukup besarnya kontribusi devisa yang dihasilkan dari sektor ini dari tahun ke tahun maupun kontribusi Indonesia terhadap perdagangan TPT internasional dibanding negara-negara eksportir lainnya. Hal ini terlihat pada tahun 2006, kontribusi industri ini terhadap total ekspor nasional sebesar 11,7 persen, 20,2 persen terhadap surplus perdagangan nasional, dan 3,8 persen terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Sementara daya serap industri ini terhadap tenaga kerja juga cukup besar, mencapai 5,5 juta tenaga kerja..

Di pasar dunia, produk tekstil yang dihasilkan Indonesia masih mendapatkan perhatian yang cukup besar. Untuk produk serat, Indonesia menduduki peringkat ketujuh sebagai produsen terbesar di dunia dengan share

10% dari total impor dunia untuk produk tersebut. Negara tujuan utama ekspor Indonesia untuk produk benang pintal adalah Jepang, Brazil, Korea dan Turki. Dan untuk benang filament negara tujuan utama ekspor Indonesia adalah India dan Taiwan. Sedangkan untuk produk kain tenun, posisi Indonesia lemah, hal ini disebabkan karena industri kain tenun Indonesia menggunakan teknologi yang sudah tidak lagi digunakan oleh negara pesaing.

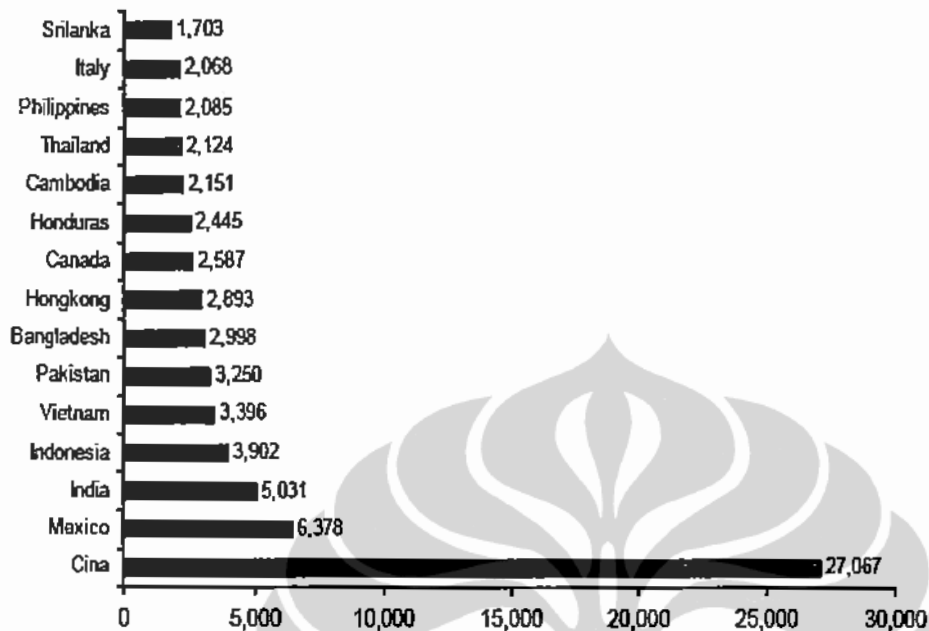
Namun demikian untuk produk pakaian jadi, Indonesia menduduki peringkat kesembilan. Hal ini diraih karena kemampuan Indonesia dalam memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pembeli dari negara pengimpor. Negara tujuan atau pasar utama pakaian jadi Indonesia adalah Uni Eropa (UE), AS, Jepang dan Hongkong. Sedangkan eksportir utama adalah China, UE, Hongkong, Turki, Meksiko, India, AS dan Rumania.

Pada tahun 2006, Indonesia masuk 10 besar negara pengeksport Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) terbesar dunia. Di pasar Amerika Serikat, Indonesia menduduki peringkat keempat dengan pangsa pasar 4,18% (US\$ 3,9 juta). Sedangkan negara pengeksport terbesar TPT di Amerika Serikat adalah China (US\$ 27,067 juta), Meksiko (US\$ 6,378 juta), dan India (US\$ 5,031 juta). Kesempatan Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar TPT di Amerika Serikat terbuka lebar. Hal ini disebabkan karena rata-rata setiap tahunnya volume ekspor Indonesia ke Amerika tumbuh sebesar 10,67%.

Sedangkan di pasar Uni Eropa, pada tahun 2006 Indonesia menduduki peringkat kesepuluh sebagai negara pemasok TPT dengan pangsa pasar 1,2% (EURO 1,57 juta). Produk TPT Indonesia mendapat saingan yang kuat dari negara-negara pemasok lainnya. Pesaing utama Indonesia adalah China, Turki dan India.

Sementara itu di pasar Jepang, Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara pengeksport produk kain dan benang dengan share sebesar 6% (USD 349 juta). Pesaing utama Indonesia di Pasar Jepang adalah China pasar (USD 3,037 miliar), Uni Eropa, Korea, Taiwan dan AS

Gambar 1.1 Grafik Nilai Ekspor Negara-Negara Pengekspor TPT di Amerika Serikat tahun 2006



Sumber : Asosiasi Pertekstilan Indonesia (2007)

Sedangkan di pasar Hong Kong (China), Indonesia tidak masuk ke dalam 10 besar pengekspor utama di Hong Kong dan hanya berada di peringkat 15, bahkan peringkat Indonesia kalah dari India, Philipina dan Thailand. Pesaing utama Indonesia adalah Cina, Taiwan, Italia dan Korea. Share Indonesia di pasar Hong Kong sangat kecil sekali yaitu sebesar 0,004% (USD 131,926).

Di masa yang akan datang produk TPT masih menjadi primadona dalam perdagangan internasional. Hal ini terjadi karena pertambahan penduduk dunia dari tahun ke tahun terus bertambah, sehingga permintaan untuk produk TPT juga akan meningkat. Ini adalah kesempatan emas yang harus diambil oleh Indonesia untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar lagi, karena produk TPT Indonesia saat ini mendapatkan saingan yang cukup berat dari para pesaing potensial dari benua Asia antara lain adalah Vietnam, China dan India.

Namun demikian dengan dihapusnya kuota untuk ekspor TPT sejak tahun 2005 serta dengan kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh industri TPT memunculkan pertanyaan akankah produk TPT Indonesia masih

mendapatkan tempat di pasar dunia atau ditinggalkan karena daya saing produk TPT Indonesia di pasar dunia menurun.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, terlihat bahwa betapa besarnya peran ekspor tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia ke pasar dunia. Oleh karena diharapkan daya saing produk TPT Indonesia di pasar dunia tetap baik sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap devisa negara. Namun demikian dengan serangan yang gencar dari para pesaing Indonesia bukan tidak mungkin daya saing produk TPT Indonesia menurun. Oleh karena itu, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah pertumbuhan atau perkembangan ekspor produk TPT Indonesia di pasar dunia dari tahun ke tahun ?
- b. Bagaimanakah daya saing produk TPT Indonesia di pasar dunia dibandingkan dengan negara-negara pengekspor produk TPT lainnya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian mengenai daya saing produk Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia di pasar dunia adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pertumbuhan atau perkembangan ekspor produk TPT Indonesia di pasar dunia dari tahun ke tahun.
- b. Untuk mengetahui tingkat daya saing produk Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia di pasar dunia dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya.

1.4. Manfaat Penelitian

Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penelitian tentang daya saing produk Tekstil Produk Tekstil (TPT) Indonesia di pasar dunia. Sedangkan untuk para pembuat kebijakan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemerintah untuk membuat kebijakan yang baik untuk mengembangkan lagi industri

pertekstilan nasional, sehingga tercipta suatu iklim usaha industri pertekstilan yang baik yang mendorong pertumbuhan industri tekstil nasional lebih baik lagi. Pada akhirnya dengan pertumbuhan yang baik tersebut diharapkan sektor industri pertekstilan nasional dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Perumusan Masalah
- 1.3. Tujuan Penelitian
- 1.4. Manfaat Penelitian
- 1.5. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1. Teori Ekspor
- 2.2. Teori Daya Saing
- 2.3. Penelitian Sebelumnya

BAB III PROFIL KOMODITI TPT

- 3.1. Pendahuluan
- 3.2. Perkembangan TPT di Indonesia
- 3.3. Perkembangan Ekspor TPT Indonesia
- 3.4. Perkembangan TPT Dunia
- 3.5. Permasalahan TPT

BAB IV METODE PENELITIAN

- 4.1. Metode Analisis
- 4.2. Data dan Sumber Data

BAB V ANALISA HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 5.1. Perkembangan Pangsa Pasar Negara-Negara Pengekspor TPT
- 5.2. Pertumbuhan Ekspor TPT Dunia
- 5.3. Posisi Daya Saing TPT Indonesia di Pasar Dunia

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

6.2. Saran



Universitas Indonesia

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Ekspor

Ekspor adalah barang dan jasa yang diproduksi didalam negeri yang dijual secara luas di luar negeri (Mankiw, 2006:230). Ekspor dapat diartikan sebagai kegiatan yang menyangkut produksi barang dan jasa yang diproduksi disuatu negara untuk dikonsumsi di luar batas negara tersebut (Triyaso, 1994:210). Lebih jelas lagi, Deliarnov (1995, 202-203) menambahkan bahwa ekspor merupakan kelebihan produksi dalam negeri yang kemudian kelebihan produksi tersebut dipasarkan di luar negeri.

Pengertian ekspor menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 182/MPP/Kep/4/1998 tentang Ketentuan Umum di Bidang Ekspor, menyatakan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dan jasa dari daerah kepabeanan suatu negara. Adapun daerah kepabeanan sendiri didefinisikan sebagai wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan dan ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang didalamnya berlaku Undang-Undang No.10 tahun 1995 tentang Kepabeanan.

Ekspor suatu barang secara teoritis ditentukan oleh penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Menurut Krugman dan Obstfeld (2000) serta Salvatore (1996) faktor-faktor yang menentukan ekspor dalam perdagangan internasional adalah sisi supply (penawaran) dan demand (permintaan). Jika dilihat dari sisi demand maka ekspor dipengaruhi oleh export price, world price, exchange rate serta tingkat pendapatan (GDP) negara pengimpor. Sedangkan dari sisi supply ekspor sangat dipengaruhi oleh harga ekspor, harga domestik, nilai tukar, kapasitas produksi serta impor bahan baku.

Terdapat dua faktor penentu permintaan ekspor (Dornbusch, 1988). Pertama, GDP negara asing (pengimpor atau mitra dagang), yang memperlihatkan aktivitas ekonomi dan kemampuan membeli (daya beli) negara mitra dagang (*income effect*). Kedua, harga relatif atau *variabel term of trade (price effect)*.

2.2 Teori Daya Saing

2.2.1 Pengertian Daya Saing

Pengertian daya saing tidak hanya faktor-faktor produksi seperti tanah, modal, sumber daya alam dan tenaga kerja. Daya saing yang dimiliki suatu negara tidak hanya dipengaruhi oleh makro ekonomi negara akan tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi dunia usaha tentang keadaan sosial, politik, budaya, pemerintahan, lingkungan, institusional serta pendidikan.

Menurut Toming (2006), daya saing merupakan suatu konsep definisi yang luas demikian pula dengan cara pengukurannya. Daya saing dapat diukur pada tingkat negara, propinsi, kabupaten, industri, sektor bahkan pada tingkat perusahaan. Akan tetapi terdapat hal umum yang harus diperhatikan pada setiap tingkatan. Bahwa daya saing merupakan konsep relatif dan untuk itu mesti diukur melalui kriteria tertentu misalnya industri yang berbeda dalam kabupaten yang sama, industri yang sama dalam kabupaten yang berbeda, industri yang sama di kabupaten yang sama antar waktu, dan lain sebagainya.

Heckscher-Ohlin menyatakan bahwa tingkat daya saing suatu negara pada perdagangan internasional, ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/diciptakan. Selain dua faktor tersebut, tingkat daya saing suatu negara sesungguhnya juga dipengaruhi oleh apa yang disebut *Sustainable Competitive Advantage* (SCA) atau keunggulan daya saing berkelanjutan. Ini terutama dalam kerangka menghadapi tingkat persaingan global yang sedemikian lama menjadi sedemikian ketat/keras atau *Hyper Competitive*.

Analisis *Hyper Competitive* (persaingan yang super ketat) berasal dari D'Aveni (Hamdy, 2001:60), dan merupakan analisis yang menunjukkan bahwa pada akhirnya setiap negara akan dipaksa memikirkan atau menemukan suatu strategi yang tepat, agar negara/perusahaan tersebut dapat tetap bertahan

pada kondisi persaingan global yang sangat sulit. Menurut Hamdy, strategi yang tepat adalah strategi SCA atau strategi yang berintikan upaya perencanaan dan kegiatan operasional yang terpadu, yang mengkaitkan lingkungan eksternal dan internal demi pencapaian tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, dengan disertai keberhasilan dalam mempertahankan/meningkatkan *sustainable real income* secara efektif dan efisien.

2.2.2 Pengukuran Daya Saing

Menurut Basri (1992) terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing produk suatu negara. Metode yang sering digunakan antara lain metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Metode ini digunakan untuk mengukur kinerja/*performance* ekspor komoditi suatu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor komoditi tertentu dalam ekspor total suatu negara dibandingkan dengan pangsa pasar komoditi tersebut dalam perdagangan dunia.

Dari metode RCA diperoleh nilai indeks. Jika nilai indeks lebih besar dari satu menunjukkan bahwa pangsa pasar suatu komoditas di dalam ekspor total suatu negara lebih besar dari pangsa pasar rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia). Artinya, negara tersebut relatif lebih berspesialisasi dikomoditas yang bersangkutan. Atau, dengan kata lain negara itu memiliki keunggulan komparatif untuk komoditi tersebut. Kebalikannya berlaku jika nilai indeks lebih kecil dari satu. Kelemahan metode RCA ini adalah walaupun bisa menjelaskan pola perdagangan yang telah dan sedang berlangsung namun ia tidak dapat memprediksikan pola keunggulan komparatif di masa yang akan datang.

Metode lain yang juga sering digunakan untuk melihat pola perubahan keunggulan komparatif tapi juga berusaha melihat faktor-faktor yang menyebabkannya adalah metode Constant Market Share Analysis (CMSA). Metode ini mendekomposisikan pertumbuhan ekspor menjadi kenaikan ekspor dunia, komposisi komoditi ekspor dari negara pengekspor dan residual yang mencerminkan peningkatan daya saing suatu komoditi di pasar internasional (Basri, 1992, hal 84). Kelemahan CMSA ini adalah tidak

dapat menganalisis perubahan yang terjadi pada tahun antara; tidak dapat menganalisis kemunculan "pasar baru" atau produk baru bila tidak tercatat pada tahun dasar. Karenanya, semakin pendek selang waktu yang dianalisis maka hasil perhitungan CMSA akan semakin akurat (Aswicahyono, 1996, hal 63).

Menurut LPEM-FEUI (1997) terdapat dua kelemahan pokok dari metode ini, yaitu :

1. CMS mengabaikan perubahan pangsa pasar selama periode observasi. Ia tidak memperhitungkan peluncuran barang-barang baru serta munculnya tujuan-tujuan ekspor yang baru selama masa pengamatan. Oleh karena itu, semakin panjang masa observasi semakin besar pula distorsi yang akan terjadi.
2. CMS dihitung berdasarkan nilai, bukan kuantun atau volume. Mengingat pangsa pasar bergantung pada harga relatif, maka peningkatan pangsa nilai (value share) tidak selalu berarti bahwa harga relatif ekspor mengalami penurunan. Keadaan tersebut hanya akan terjadi jika elastisitas substitusi untuk daerah tujuan antara negara pengekspor dengan harga pesaingnya lebih besar dari pada satu.

Kelemahan lain dari CMS adalah sifatnya yang statis. Artinya keunggulan komparatif yang dimiliki oleh komoditas yang dihitung merupakan gambaran masa lalu, atau setidaknya hingga saat sekarang. Kita tidak mempunyai bayangan tentang prospeknya di masa mendatang.

Mengenai kelemahan CMS, Medina-Lopes et All (1983), mengatakan hasil CMS dapat diperbandingkan tetapi tidak berhubungan dengan perubahan kebijakan untuk pengembangan industri, promosi ekspor, atau pengembangan regional. Muller (1990), selanjutnya mengatakan walaupun dengan CMS tidak dapat diperoleh hasil secara langsung mengenai hubungan sebab akibat antara daya saing dan campur tangan pemerintah, informasi yang diberikan membawa kita kepada dugaan bahwa kinerja ekspor berhubungan dengan kemampuan beberapa industri untuk memanfaatkan insentif dari pemerintah.

Namun demikian, menurut Arshad (1997:6), walaupun dengan segala keterbatasan, pendekatan CMS masih tetap merupakan suatu alat yang bernilai dan populer yang digunakan untuk melakukan analisa terhadap kinerja ekspor suatu negara. CMS memberikan suatu kerangka kerja yang konsisten di mana kinerja ekspor dari suatu komoditas atau negara pasar tertentu dapat diuji dalam periode tertentu.

Metode lain yang juga bisa mencerminkan perubahan daya saing tapi secara umum adalah indeks Real Effective Exchange Rate (REER). Indeks ini merupakan rasio tingkat harga sekelompok barang suatu negara terhadap tingkat harga sekelompok barang yang sama dari mitra dagangnya. Indeks yang meningkat menunjukkan harga barang-barang Indonesia semakin murah dibandingkan dengan barang di negara mitra dagang sehingga terjadi peningkatan daya saing.

2.2.3 Teori Daya Saing Porter

Daya saing Nasional (*Competitive Advantage of The Nations*). Teori Porter tentang daya saing nasional berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparative tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat. Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing/*competitive advantage* (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perusahaan memperoleh (CA) karena tekanan dan tantangan Perusahaan menerima manfaat dari adanya persaingan di pasar domestik, supplier domestik yang agresif, serta pasar lokal yang memiliki permintaan tinggi. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya memberi kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Perusahaan menjadi kompetitif melalui inovasi yang dapat meliputi peningkatan teknis proses produksi atau kualitas produk.

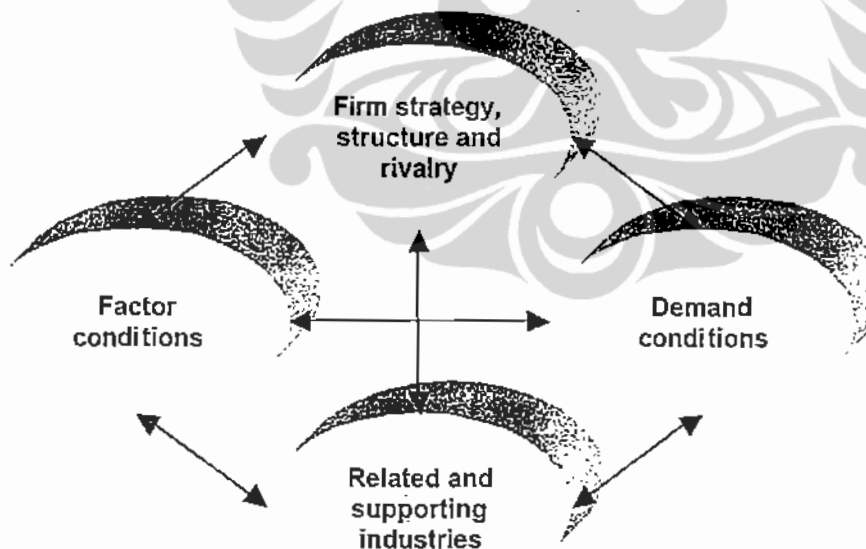
Selanjutnya Porter mengajukan Diamond Model (DM) yang terdiri dari empat determinan (faktor-faktor yang menentukan) *National Competitive Advantage* (NCA). Empat atribut ini adalah : *factor conditions*, *demand*

conditions, related and supporting industries, dan firm strategy, structure, dan rivalry.

- a. *Factor conditions*, mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber daya alam, modal dan infrastruktur. Argumen Porter, kunci utama faktor produksi adalah “diciptakan” bukan diperoleh dari warisan. Lebih jauh, kelangkaan sumber daya (factor disadvantage) seringkali membantu negara menjadi kompetitif. Terlalu banyak (sumber daya) memiliki kemungkinan disia-siakan, ketika langka dapat mendorong inovasi.
- b. *Demand conditions*, mengacu pada tersedianya pasar domestik yang siap berperan menjadi elemen penting dalam menghasilkan daya saing. Pasar seperti ini ditandai dengan kemampuan untuk menjual produk-produk superior, hal ini didorong oleh adanya permintaan barang-dan jasa berkualitas serta adanya kedekatana hubungan antara perusahaan dan pelanggan.
- c. *Related and Supporting Industries*, mengacu pada tersedianya serangkaian dan adanya keterkaitan kuat antara industri pendukung dan perusahaan, hubungan dan dukungan ini bersifat positif yang berujung pada peningkatan daya saing perusahaan. Porter mengembangkan model dari faktor kondisi semacam ini dengan industrial clusters atau agglomeration, yang memberi manfaat adanya potential technology knowledge spillover, kedekatan dengan dengan konsumen sehingga semakin meningkatkan market power.
- d. *Firm strategy, Structure and Rivalry*, mengacu pada strategi dan struktur yang ada pada sebagian besar perusahaan dan intensitas persaingan pada industri tertentu. Faktor Strategy dapat terdiri dari setidaknya dua aspek: pasar modal dan pilihan karir individu. Pasar modal domestik mempengaruhi strategi perusahaan, sementara individu seringkali membuat keputusan karir berdasarkan peluang dan prestise. Suatu negara akan memiliki daya saing pada suatu industri di mana personel kuncinya dianggap prestigious. Struktur mengikuti strategi. Struktur dibangun guna

menjalankan strategi. Intensitas persaingan (*rivalry*) yang tinggi mendorong inovasi.

Porter juga menambahkan faktor lain; peran pemerintah dan *chance*, yang dikatakan memiliki peran penting dalam menciptakan NCA. Peran dimaksud, bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitasi, katalis, dan tantangan bagi industri. Pemerintah menganjurkan dan mendorong industri agar mencapai level daya saing tertentu. Hal-hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan *factor conditions*, serta menegakkan standar industri. Poin utama dari DM, Porter mengemukakan model penciptaan daya saing yang *self-reinforcing*, di mana persaingan domestik men-stimulasi tumbuhnya industri dan secara bersamaan membentuk konsumen yang maju (*sophisticated*) yang selalu menghendaki peningkatan dan inovasi. Lebih jauh DM juga mempromosikan *industrial cluster*. Kontribusi Porter menjelaskan hubungan antara *firm-industry-country*, serta bagaimana hubungan ini dapat mendukung negara dan sebaliknya.



Gambar 2.1 Diamond Model Porter

2.2.4 Peningkatan Daya Saing

Dalam salah satu tulisannya, Porter (1997) mengungkapkan bahwa ada sepuluh prasyarat penting bagi perbaikan/peningkatan daya saing di suatu negara atau wilayah/daerah geografis tertentu. Kesepuluh prasyarat tersebut adalah:

- a. Perlu ada *sense of urgency* tentang perbaikan daya saing yang dirasakan bersama secara luas. Intinya perlu ada motivasi sangat kuat yang mendorong upaya sungguh-sungguh menanggulangi *status quo* yang problematis. Tugas utama pemimpin, khususnya dari kalangan pemerintah, dalam hal ini antara lain adalah menyusun argumen yang jelas dan menantang tentang mengapa perubahan sangat diperlukan. Tentu saja stabilitas lingkungan politik dan ekonomi sangat penting bagi pencapaian kemajuan yang nyata, karena hal ini berkaitan dengan kepercayaan masyarakat atas komitmen pemerintah.
- b. Perlu dikembangkan suatu paradigma bersama tentang peningkatan daya saing. Untuk menggalang berbagai pihak bekerjasama perlu penafsiran yang sama tentang daya saing dan pemahaman tentang bagaimana memperbaikinya. Hal ini dapat dilakukan dengan:
 - 1) memperluas para konstituen yang berpengaruh terhadap ekonomi (kalangan bisnis, pemerintah, dan lainnya) ke dalam proses.
 - 2) proses edukasi dan komunikasi kepada masyarakat tentang ekonomi modern dan persaingan global serta menariknya ke dalam proses persiapannya.
- c. Pendekatan berbasis klaster telah menjadi suatu alat yang sangat berguna untuk membuat kemajuan secara cepat. Pendekatan berbasis klaster mengakui realita penentu produktivitas, utamanya adalah kesalingtergantungan dan aktivitas bersama (*joint activity*) antar beragam bidang. Pendekatan klaster membawa para pemimpin secara bersama misalnya dalam pembelajaran dan memahami bahwa keberhasilannya berkaitan dengan bagaimana bagian lain dalam klaster bekerja.
- d. Kebijakan ekonomi dan sosial perlu terintegrasi, bukan sebagai hal yang terpisah, berbeda ataupun bertentangan. Warga masyarakat yang terdidik,

aman dan sehat sangat dibutuhkan bagi suatu ekonomi yang produktif, dan demikian sebaliknya. Persoalan lingkungan misalnya erat terkait dengan produktivitas. Karenanya para pemimpin perlu mengkomunikasikan bahwa hal ini, yang perlu diselaraskan, bersifat komplementatif dan saling bergantung. Pendeknya, perancangan kebijakan “sosial” perlu membuat masyarakat memperkuat sumber sesungguhnya bagi kemakmuran yang berkelanjutan.

- e. Kalangan bisnis dan pemerintah perlu melaksanakan peran masing-masing yang berbeda dan lebih sesuai dari masa sebelumnya. Dalam ekonomi modern, pemerintah mempunyai lima peran dasar, yaitu:
- 1) Mencapai stabilitas ekonomi makro dan politik;
 - 2) Memperbaiki kualitas *input* (ekonomi mikro) dan lembaga umum, seperti jalan, sekolah dan telekomunikasi;
 - 3) Menciptakan insentif (ekonomi mikro) dan aturan permainan yang menstimulasi inovasi produktivitas;
 - 4) Menumbuh-kembangkan dan memperkuat proses formasi klaster; dan
 - 5) Membangun visi ekonomi jangka panjang yang positif, berbeda (*distinctive*) dan menantang serta program tindak yang menggerakkan pemerintah, bisnis dan masyarakat. Pemerintah tidak dapat memainkan perannya secara efektif tanpa masukan dari bisnis.
- f. Perlunya perubahan dialog antara bisnis dengan pemerintah. Diperlukan dialog-dialog konsultatif tentang daya saing dan kendala-kendala bagi produktivitas. Untuk itu, mekanisme-mekanisme kolaboratif bisnis-pemerintah yang efektif (seperti kelompokkelompok klaster dan lembaga daya saing atas pemerintah dan bisnis) perlu dikembangkan.
- g. Prasyarat ketujuh dan kedelapan berkaitan dengan pengembangan yang saling mendukung melalui upaya paralel pada tingkat daerah (yang berbeda), dan perkuatan komplementatif antara prakarsa-prakarsa nasional dan regional (lintas negara). Pengalaman menunjukkan bahwa produktivitas tidak semata dipengaruhi di dalam saja, melainkan bersifat lintas batas.

- h. Keseluruhan upaya harus berorientasi tindakan, bukan sekedar analitis semata.
- i. Perlunya kepemimpinan, baik di sektor pemerintah maupun swasta.

Sementara itu, IMD menyampaikan suatu “aturan emas daya saing” (*the golden rules of competitiveness*) dalam membangun daya saing dalam konteks daya saing negara (Garelli, 2003) sebagai berikut:

- a. Ciptakan lingkungan legislasi yang stabil dan *predictable*.
- b. Bangun struktur ekonomi yang lentur dan fleksibel.
- c. Berinvestasi dalam infrastruktur tradisional dan teknologis.
- d. Kembangkan tabungan swasta dan investasi domestik.
- e. Kembangkan keagresifan pasar internasional (“ekspor”) dan daya tarik investasi asing (FDI).
- f. Fokus pada kualitas, kecepatan dan transparansi dalam pemerintahan dan administrasi.
- g. Pelihara hubungan antara tingkatan upah, produktivitas dan perpajakan.
- h. Pertahankan kondisi/struktur sosial dengan mengurangi kesenjangan upah dan memperkuat kelas menengah.
- i. Investasi secara sungguh-sungguh dalam edukasi/pendidikan, khususnya pada tingkat menengah, dan pelatihan seumur hidup (*life-long learning*) tenaga kerja.
- j. Kembangkan keseimbangan ekonomi “proksimitas/kedekatan” dan globalitas untuk penciptaan kesejahteraan, sejalan dengan pemeliharaan sistem nilai yang dikehendaki oleh masyarakat.

2.3 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Lu (1996) mengenai kinerja ekspor barang-barang perdagangan Australia dengan menggunakan alat analisis CMS, mendapatkan bahwa pertama, pertumbuhan ekspor Australia ke Asia Timur sebagian besar dipengaruhi oleh efek perdagangan dunia. Hal ini dapat juga dilihat dari terjadinya pertumbuhan pada saat yang bersamaan antara total impor asia timur dan impor australia sejak tahun 1980.

Kedua, efek distribusi pasar positif, tetapi sangat kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa australia mampu berkonsentrasi pada tingkat yang terbatas di negara-negara yang pertumbuhan impornya relatif cepat.

Ketiga, efek komposisi komoditi tidak memuaskan selama periode pengujian. Hal ini memberikan gambaran bahwa australia memproduksi komoditas yang peningkatannya berada di bawah rata-rata permintaan. Terakhir nilai negatif untuk efek daya saing mengindikasikan penurunan daya saing ekspor australia ke negara-negara asia timur.

Selanjutnya Lu (1996) mengatakan bahwa daya saing ekspor merupakan hal yang penting. Daya saing dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya faktor domestik yang biasanya menjadi faktor yang paling menentukan. Studi lebih lanjut diperlukan untuk dapat membantu mengidentifikasi pengaruh daya saing dalam kelompok-kelompok industri utama. Hal ini akan membantu dalam pengembangan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan daya saing Australia di pasar Asia Timur yang cepat berubahnya.

Penelitian juga dilakukan oleh Muhammad dan Yaacob mengenai daya saing ekspor produk elektrikal dan elektronik Malaysia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Constant Market Share (CMS) analysis dan Revealed Competitive Advantage (RCA). Analisis CMS akan digunakan untuk penelitian saat ini guna mengevaluasi pertumbuhan ekspor dan daya saing elektrikal dan elektronik Malaysia berdasarkan world trade effect, commodity composition effect, market distribution effect dan competitiveness effect. RCA dapat mengukur perubahan keunggulan komparatif. Dalam teori ini, dihasilkan indeks yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif. Data yang digunakan menggunakan SITC 7 (764, 752, 772, 776, 759). Periode yang dipilih dalam penelitian ini adalah tahun 1990 sampai dengan tahun 2004 (15 tahun). Data diperoleh dari Bank Sentral Malaysia, UNComtrade dan MATRADE.

Dari hasil penelitian ini diperoleh, selama periode 1990-1994, ekspor elektrikal dan elektronik Malaysia telah menunjukkan daya saingnya. Ini merupakan kenyataan dimana competitive residual menunjukkan perubahan nilai ekspor Malaysia sebesar 104% dimana sejalan dengan competitive effect secara umum sebesar 37,36% dan competitive effect khusus sebesar 66,70%. Efek

competitive khusus yang positif merupakan sinyal terjadi peningkatan secara umum dalam memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan nilai ekspor Malaysia untuk produk elektrikal dan elektronik. Dengan kata lain, peningkatan dalam efek competitive umum dan khusus mengindikasikan peningkatan daya saing Malaysia untuk produk elektrikal dan elektronik di pasar negara pengimpor (Amerika Serikat, Singapura, Jepang, Hong Kong) sama pentingnya dalam menjelaskan peningkatan nilai ekspor elektrikal dan elektronik Malaysia selama periode 1990-1994.

Pada periode ke dua (1995-1999), didominasi oleh efek struktural dibandingkan dengan efek yang lain dalam menjelaskan perubahan nilai ekspor, sedangkan hasil CMS menunjukkan efek yang positif yaitu 100,65%. Hasil ini merupakan kontribusi dari efek structural interaction sebesar 100,85%. Hal ini menunjukkan bahwa Malaysia telah melakukan spesialisasi dan mengekspor produk elektrikal dan elektronik yang memiliki keunggulan competitive (SITC 776,759). Untuk periode ketiga (2000-2004), hasil perhitungan menunjukkan peningkatan yang sedikit untuk semua efek. Efek struktural menunjukkan nilai positif sebesar 79,13%, competitive residual 20,69% dan second order efek 0,18%. Oleh karena itu perubahan nilai ekspor hanya sedikit disebabkan oleh residual competitive tetapi utamanya dari efek structural.

Sedangkan untuk hasil perhitungan RCA, menunjukkan ekspor elektrikal dan elektronik Malaysia ke dunia secara umum memiliki keunggulan comparative dibandingkan dengan pesaing lainnya seperti Indonesia, Thailand dan Cina. Penelitian ini juga mengungkap bahwa kapasitas ekspor Malaysia lebih tinggi dibandingkan dengan negara lain kecuali Amerika Serikat, Singapura, Jepang dan Hong Kong. Namun demikian, rasio kinerja ekspor elektrikal dan elektronik Malaysia ke negara tujuan selama penelitian berfluktuasi. Secara keseluruhan hasil RCA kinerja ekspor Malaysia menunjukkan competitive hanya di pasar Amerika Serikat dan Singapura. Namun demikian, rasio kinerja ekspor elektrikal dan elektronik Malaysia, dominan di pasar Amerika Serikat untuk SITC 776 untuk periode kedua dan ketiga.

Situasi yang sama terjadi untuk SITC 772. Untuk periode yang pertama, rasio kinerja ekspor untuk SITC 776 di Amerika Serikat didominasi oleh

Indonesia dan SITC 772 didominasi oleh Thailand. Di pasar Singapura, produk elektrikal dan elektronik Malaysia hanya mendominasi untuk SITC 776 pada periode ketiga, sebelumnya didominasi oleh Thailand dan Indonesia. Untuk pasar Jepang, rasio kinerja ekspor Malaysia kecil dan sangat didominasi oleh Indonesia dan Cina. Di lain pihak, rasio kinerja ekspor Malaysia untuk SITC 772 juga kecil di Singapura, Jepang dan Hong Kong dimana dikuasai juga oleh Indonesia dan Cina. Untuk SITC 764 dan 769 hampir semua pasar dikuasai oleh Indonesia dan Cina. Malaysia hanya mendominasi di pasar Amerika Serikat pada periode kedua dan ketiga untuk SITC 764 tetapi untuk SITC 759 disemua periode. Untuk SITC 752, rasio kinerja ekspor Malaysia sangat bagus pada periode pertama dan kedua tetapi di pasar lain, dikuasai oleh pesaing yang lain. Secara keseluruhan, untuk semua periode diketahui bahwa pasar Hong Kong seluruhnya didominasi oleh Cina.

Haque dan Rahman (2002) melakukan penelitian mengenai mengukur daya saing ekspor tekstil dan apparel Bangladesh. Dalam penelitian ini digunakan RCA dan CMSA sebagai alat analisisnya. Dalam RCA (*Revealed Comparative Advantage*) terdapat 2 indikator utama untuk menangkap perubahan dalam comparative advantage yaitu export performance ratio dan net export/total trade ratio. Sedangkan CMS (*Constant Market Share*) telah digunakan untuk menguji kinerja ekspor dan indikator untuk menunjukkan daya saing. Periode penelitiannya dari tahun 1985 sampai dengan tahun 1999. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari publikasi berbagai departemen dan laporan tahunan dari berbagai institusi.

Dalam penelitian ini untuk tekstil yang diteliti meliputi 4 produk yaitu SITC 651 (textile yarn), SITC 654 (woven textile fabric), SITC 657 (special textile fabric) dan SITC 658 (textile articles NES). Dan untuk apparel meliputi 7 produk yaitu SITC 842 (men outerwear not knit), SITC 843 (women outerwear not knit), SITC 844 (outer garments not knit), SITC 845 (outerwear knit non elastics), SITC 846 (under garments knitted), SITC 847 (textile clothing accessories NES), dan SITC 848 (articles of apparel and cloth accessories textile fabric). Hasil penelitian yang diperoleh adalah :

1. RCA

a. Export Performance Ratio

Untuk produk tekstil, SITC 651 (textile yarn) dan 657 (special textile fabric) menunjukkan peningkatan comparative advantage pada ketiga periode bila dibandingkan dengan produk tekstil yang lain. Pada periode I ratio dari kedua produk tersebut adalah 0,40% dan 0,10%, dan pada periode III adalah 0,77% dan 0,70%. Sedangkan untuk export performance ratio untuk SITC 654 (woven textile fabric) dan SITC 658 (textile articles NES) menunjukkan trend penurunan RCA dalam 3 periode. Untuk periode I rasionya adalah 9,45% dan 7,11% dan untuk periode III rasionya adalah 3% dan 3,62%.

Untuk produk apparel, SITC 844 (outer garments not knit) dan SITC 847 (textile clothing accessories NES) menunjukkan penurunan RCA pada semua periode. Kedua produk ini menghasilkan EPR untuk periode I sebesar 7,175 dan 0,32%, dan untuk periode III rasionya sebesar 3,41% dan 0,14%. Untuk outerwear not knit (SITC 842) menunjukkan kinerja yang lebih baik untuk semua periode yang diteliti. Ratio dari produk ini menunjukkan trend peningkatan untuk semua periode, yaitu 0,78%, 1,26% dan 1,44%. Untuk women outerwear not knit (SITC 843) menunjukkan kinerja yang tidak stabil untuk semua periode. Dan untuk kasus SITC 845 (outerwear knit non elastics), SITC 846 (under garments knitted), dan SITC 848 (articles of apparel and cloth accessories textile fabric) Bangladesh cenderung mengalami trend penurunan pada periode II. Selama periode ini ratio sebesar 0,30%, 0,86% dan 0,22%. Pada periode III ratio mengalami peningkatan menjadi 0,52%, 1,29% dan 0,33%.

b. Net Export/Total Trade

Hasil yang diperoleh dari net export/total trade untuk Bangladesh tercatat NE/TE negative hanya untuk produk SITC 651 (textile yarn). Ratio yang diperoleh -33,92%, -39,38% dan -52,18% untuk semua periode. Ratio yang negative untuk semua periode disebabkan tingginya impor untuk produk tersebut. Diantara produk tekstil lainnya, SITC 654 (woven textile fabric) dan SITC 657 (special textile fabric) terindikasi memiliki RCA

yang kuat untuk semua periode. Hal ini terjadi karena selama periode ini tidak ada impor yang dilakukan oleh Bangladesh untuk produk ini. Namun demikian, pada periode I ratio kedua produk ini adalah 100%, periode III ratio kedua produk ini menurun menjadi 95,82% dan 56,34%. Untuk kasus SITC 658 (textile articles NES), Bangladesh memiliki RCA kuat untuk semua periode. Hal ini terjadi karena tidak ada catatan mengenai impor dari produk ini.

Sedangkan NE/TE untuk produk apparel, men outerwear not knit (SITC 842) dan outerwear knit non elastics (SITC 845) menunjukkan ratio NE/TE yang kuat sebesar 100% pada periode I, karena selama periode ini tidak terdapat impor. Pada periode II terjadi penurunan sedikit menjadi 95,69% dan 86,25%. Kemudian ratio kembali meningkat menjadi 97,86% dan 96,72% pada periode III. Ratio NE/TE yang mengindikasikan kekuatan RCA untuk produk apparel Bangladesh lainnya secara umum berdasarkan peringkat SITC 846 (under garments knitted), SITC 847 (textile clothing accessories NES), dan SITC 848 (articles of apparel and cloth accessories textile fabric) menunjukkan ratio 100% untuk semua periode. Hal ini terjadi karena tidak ada impor untuk ketiga produk ini selama periode penelitian.

2. CMS

Hasil dari CMSA terbagi menjadi 4 komponen struktural selama 3 periode yaitu :

a. *World Trade Effect*

Untuk produk tekstil, menunjukkan perubahan ekspor yang positif untuk SITC 651 (*textile yarn*) dan SITC 657 (*special textile fabric*) dimana *world trade effect* memberikan kontribusi positif untuk semua periode. *Woven textile fabric* (SITC 654) dan *textile articles NES* (SITC 658) menunjukkan perubahan ekspor negative untuk ketiga periode.

Sedangkan diantara 7 produk apparel, perubahan ekspor Bangladesh menunjukkan trend meningkat untuk semua produk apparel tersebut. Dimana, *world trade effect* memberikan kontribusi positif kepada semua

produk apparel. Hal ini mengindikasikan bahwa *market size* memiliki peran yang dominant dalam pertumbuhan ekspor.

b. *Commodity Composition Effect*

Semua produk tekstil menunjukkan *commodity composition effect* yang positif untuk semua periode, kecuali SITC 651 (*textile yarn*) dan SITC 658 (*textile articles NES*). *Commodity composition effect* negatif untuk produk SITC 651 terjadi pada ketiga periode yaitu -38,10%, -24,88% dan -37,88%. Sedangkan untuk SITC 658 menunjukkan kontribusi negative hanya pada periode I, pada periode II dan III memberikan efek positif yaitu 116,83% dan 163,94%.

Dalam kasus produk apparel dari Bangladesh, SITC 844 (*outer garments not knit*) dan SITC 846 (*under garments knitted*) menunjukkan tanda yang positif untuk ketiga periode dan membantu menjaga perubahan ekspor yang positif bagi Bangladesh. SITC 842 (*men outerwear not knit*) dan SITC 845 (*outerwear knit non elastics*) hanya menunjukkan kontribusi share positif pada periode I dan II. Diantara produk apparel lainnya, SITC 843 (*women outerwear not knit*), SITC 847 (*textile clothing accessories NES*) dan SITC 848 (*articles of apparel and cloth accessories textile fabric*) menunjukkan *commodity composition effect* yang negatif untuk ketiga periode.

c. *Market Distribution Effect*

Distribution effect positif yang berhasil dicapai Bangladesh hanya untuk SITC 657 (*special textile fabric*) untuk ketiga periode yaitu 20,88%, 24,71% dan 1,11%. SITC 654 (*woven textile fabric*) dan SITC 658 (*textile articles NES*) memberikan kontribusi positif kecuali dalam perbandingan pada periode II dan III untuk SITC 654 dan perbandingan pada periode I dan II untuk SITC 658. Untuk SITC 651 (*textile yarn*) menunjukkan *distribution effect* yang negative untuk ketiga periode yaitu -47,62%, -1,91% dan -23,89%.

Market distribution effect menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam memberikan kontribusi perubahan ekspor Bangladesh untuk produk apparel dan mengindikasikan kontribusi pada pertumbuhan pasar yang

cepat untuk SITC 842 (*men outerwear not knit*), SITC 844 (*outer garments not knit*) dan SITC 845 (*outerwear knit non elastics*). Diantara produk apparel yang lain SITC 843 (*women outerwear not knit*), SITC 846 (*under garments knitted*) dan SITC 848 (*articles of apparel and cloth accessories textile fabric*) menunjukkan kontribusi negative hanya dalam perbandingan periode II dan III, pada periode I dan III *distribution effect* secara substansial meningkat dan membantu menjaga perubahan pertumbuhan ekspor yang positif. Hanya produk *textile clothing accessories NES* (SITC 847) yang menunjukkan kontribusi negative pada perubahan ekspor untuk ketiga periode.

d. *Competitiveness Effect*

Peningkatan yang besar *competitiveness effect* terjadi pada SITC 657 (*special textile fabric*) dari 45,3% antara periode I dan II menjadi 68,38% pada periode I dan III. *Woven textile fabric* (SITC 654) dan *textile articles NES* (SITC 658) menunjukkan trend penurunan perlahan-lahan dari *competitiveness effect* dan memberikan kontribusi negative terhadap perubahan ekspor.

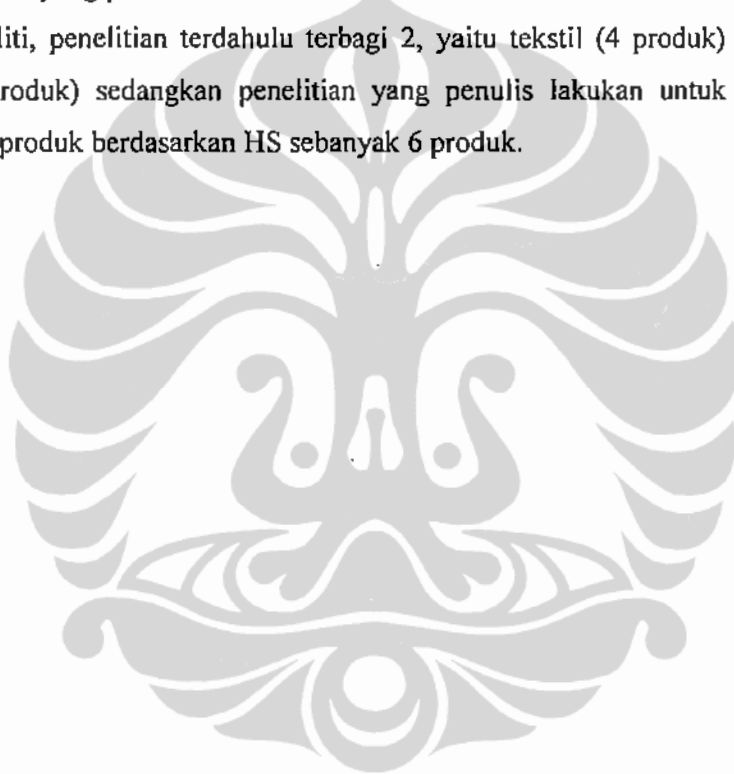
Terdapat perubahan ekspor Bangladesh yang positif untuk ketiga periode dan menunjukkan kinerja yang luar biasa dari *competitiveness effect* untuk semua produk apparel. *Competitiveness effect* sangat penting bagi Bangladesh, untuk menunjukkan *relative advantage* dalam pasar dunia. *Competitiveness effect* memainkan peran yang sangat penting dalam perubahan ekspor berdasarkan *relative share* untuk semua produk.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil perhitungan RCA menunjukkan untuk ekspor produk tekstil dan apparel Bangladesh berhasil meningkatkan kekuatan dari *comparative advantage*. Hal ini terjadi karena import yang minimum untuk produk-produk tersebut. Hasil dari analisis CMS untuk produk tekstil dan apparel menunjukkan *world trade effect* merupakan faktor yang dominan untuk Bangladesh memperluas ekspornya. *Commodity composition* dan *market distribution effect* untuk produk apparel memperlihatkan kinerja ekspor yang negatif. Analisis CMS juga menggambarkan terjadi peningkatan *competitiveness effect* produk apparel selama periode I dan III (1985-1989 dan

1995-1999) bila dibandingkan dengan periode I dan II (1985-1989 dan 1990-1994) serta periode II dan III (1990-1994 dan 1995-1999).

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu antara lain :

- a. Penelitian terdahulu menggunakan RCA dan CMSA untuk mengukur daya saing sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan CMSA dan ISP.
- b. Periode penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu mulai tahun 1985-1999 sedangkan penelitian yang penulis lakukan mulai tahun 2002-2006.
- c. Produk yang diteliti, penelitian terdahulu terbagi 2, yaitu tekstil (4 produk) dan apparel (7 produk) sedangkan penelitian yang penulis lakukan untuk produk TPT serta produk berdasarkan HS sebanyak 6 produk.



BAB 3

PROFIL KOMODITI TPT

3.1 Pendahuluan

Tekstil berasal dari bahasa latin, yaitu *textiles* yang berarti menenun atau tenunan. Namun secara umum tekstil diartikan sebagai sebuah barang/benda yang bahan bakunya berasal dari serat (umumnya adalah kapas, poliester, rayon) yang dipintal (*spinning*) menjadi benang dan kemudian dianyam/ditenun (*weaving*) atau dirajut (*knitting*) menjadi kain yang setelah dilakukan penyempurnaan (*finishing*) digunakan untuk bahan baku produk tekstil. Produk tekstil disini adalah pakaian jadi (*garment*), tekstil rumah tangga, dan kebutuhan industri.

Serat merupakan bahan baku yang paling utama untuk tekstil. Serat adalah benda padat yang mempunyai ciri atau bentuk khusus yaitu ukuran panjangnya relatif lebih besar dari ukuran lebarnya. Serat diperoleh/berasal dari alam dan buatan, yang secara rinci sebagai berikut:

- a. Serat alam (*natural fibers*), adalah serat nabati (seperti kapas, linen, ramie, kapok, rosela, jute, sisal, manila, coconut, daun/sisal, sabut) dan serat hewani (seperti wool, sutera, cashmere, llama, unta, alpaca, vicuna).
- b. Serat buatan (*man made fibers*), adalah artificial fiber (seperti rayon, acetate), synthetics fiber (seperti polyester/tetoron, acrylic, nylon/poliamida), dan mineral (seperti asbes, gelas, logam

Untuk tekstil, serat yang banyak dipergunakan adalah:

- a. Kapas, adalah serat yang diperoleh dari biji tanaman kapas, yaitu sejenis tanaman perdu dan banyak digunakan untuk pakaian karena sifatnya yang menyerap keringat, sehingga nyaman dipakai dan stabilitas dimensi yang baik.
- b. Rayon, berasal dari kayu yang dimurnikan dan dengan zat-zat kimia. Banyak dipergunakan untuk tekstil rumah tangga seperti kain tirai/gorden, penutup kursi dan meja, kain renda, kain halus untuk

pakaian dan pakaian dalam. Campuran rayon dan polyester banyak digunakan untuk bahan pakaian.

- c Poliester, dibuat dari minyak bumi, yaitu asam tereftalat yang telah dimurnikan (*pirified terephtalate acid/PTA*) dan *ethylene glycol*. Poliester banyak digunakan untuk bahan pakaian (dicampur dengan kapas/rayon), dasi, kain tirai/gorden, tekstil industri (*conveyor*, isolator), pipa pemadam kebakaran, tali temali, jala, kain layar dan terpal.
- d Sedangkan serat lainnya untuk tekstil adalah:
- 1) Poliamida/Nilon, digunakan untuk stocking/kaos kaki, kain parasut, tali temali, terpal, jala, belt untuk industri, kain ban, tali pancing, karpet, kain penyaring.
 - 2) Poliuretan (*spandex*), digunakan untuk pakaian wanita, ikat pinggang, kaos tangan bedah, kaos kaki.
 - 3) Polietilena, digunakan untuk kain pelapis di furniture/tempat duduk mobil, kain untuk pakaian pelindung di industri yang menggunakan zat-zat kimia yang korosif, kain penyaring untuk penyaringan dengan suhu rendah, kain efek empuk.
 - 4) Polipropilena, digunakan untuk keperluan industri, tali temali, karung pembungkus, jala ikan, permadani/carpet.
 - 5) Poliakrilik, digunakan untuk selimut, kain rajut untuk sweater, baju hangat, scarf, tirai jendela, pakaian pelindung zat kimia, kain penyaring zat kimia, water softener filter, kain-lain berbulu.
 - 6) Serat Gelas, digunakan untuk isolasi listrik, kaos lampu, pembungkus kawat tembaga, pembungkus kabel listrik.
 - 7) Serat Carbon, digunakan untuk bodi pesawat terbang dan pesawat luar angkasa.
 - 8) Serat Metal/Logam, digunakan untuk benang hias baik di tekstil rumah tangga maupun tekstil pakaian.

Benang berasal dari serat yang dipintal. Jenis-jenis benang dapat diketahui dari:

- a Berdasarkan Urutan Prosesnya.
- 1) *Carded Yarn* (benang garuk) yang bahan bakunya berasal dari cotton, rayon dan polyester.
 - 2) *Combed Yarn* (benang sisir) yang bahan bakunya adalah cotton.
 - 3) *Blended Yarn* (benang campur) yang bahan bakunya campuran antara dua jenis serat, yaitu polyester dengan rayon atau polyester dengan cotton atau rayon dengan cotton.
 - 4) *Open End Yarn* (OE) yang bahan bakunya adalah cotton dan polyester.
- b Berdasarkan Konstruksinya.
- 1) *Single Yarn* (benang tunggal) adalah benang yang terdiri dari satu helai.
 - 2) *Double Yarn* (benang rangkap) adalah benang yang terdiri dari dua benang atau lebih tanpa di twist.
 - 3) *Multifold Yarn* (benang gintir) adalah benang yang terdiri dari dua helai atau lebih yang dijadikan satu dengan diberi twist.
- c Berdasarkan Panjang Seratnya.
- 1) *Staple Yarn* (benang staple) adalah benang yang tersusun dari serat staple atau serat buatan dalam bentuk staple.
 - 2) *Filament Yarn* (benang filament) adalah benang yang tersusun dari serat buatan yang berupa filament.
- d Berdasarkan Penggunaannya.
- 1) *Warp Yarn* (benang lusi) adalah benang yang digunakan untuk arah panjang kain pada proses weaving.
 - 2) *Weft Yarn* (benang pakan) adalah benang yang digunakan untuk arah lebar kain pada proses weaving.
 - 3) *Knitting Yarn* (benang rajut) adalah benang yang digunakan untuk pembuatan kain rajut (knitting fabric).
 - 4) *Sewing Thread* (benang jahit) adalah benang yang digunakan untuk menjahit.
 - 5) *Fancy Yarn* (benang hias) adalah benang yang dibuat dengan efek hias pada twistnya, antara lain seperti slub yarn.

- e Berdasarkan Bahan Bakunya, yaitu: benang cotton, benang polyester, benang rayon, benang nylon, benang akrilik, benang polipropilen, benang R/C (benang rayon/cotton), benang T/R (benang polyester/rayon), benang T/C (benang polyester/cotton), dan lain-lain.

Kain merupakan hasil proses dari benang-benang yang dianyam/ditenun atau dirajut. Namun benang hasil pemintalan tidak bisa langsung ditunen atau dirajut, karena akan mudah putus ketika terjadi gesekan antara benang lusi dan benang pakan pada waktu proses. Oleh sebab itu ada proses pekerjaan yang harus dipersiapkan terlebih dahulu sebelum benang-benang tersebut ditunen atau dirajut. Proses tersebut secara berurutan:

- a Benang-benang yang dari mesin pintal (*ring spinning*) berbentuk gulungan palet cones lalu digulung kembali melalui mesin penggulung (*winding machine*) menjadi bentuk gulungan cones, dengan maksud untuk proses selanjutnya agar lebih mudah dipasangkan pada mesin penggulangan (*reeling*) dalam proses pensejajaran benang arah lusi (*warping*). Apabila dikehendaki kain yang dihasilkan memiliki efek warna antara lusi dan pakan seperti Kain Sarung atau Kain Motif, maka benangnya terlebih dahulu mengalami proses pencelupan benang (*yarn dyed*);
- b Setelah itu agar benang lebih licin agar tidak mudah putus ketika bergesekan, maka diproses ke *sizing machine* untuk dikanji;
- c Setelah kering dari pengkanjian, benang-benang baru bisa diproses untuk ditunen atau dirajut.
- d Proses tersebut, baik ditunen (dengan benang lusi dan pakan di mesin tenun) atau dirajut (rajut lusi dan pakan di mesin rajut) dengan cara gerakan silang-menyilang antara dua benang yang dilakukan secara teratur dan terus-menerus serta berulang kali dengan gerakan yang sama sehingga menjadi sebuah bentuk anyaman tertentu.

Jenis-jenis kain dapat dibedakan menjadi tiga kelompok besar, yaitu:

- a Kain Grey atau Kain Blacu, yaitu kain yang paling sederhana atau kain yang setelah ditunen kemudian dikunji dan diseterika namun tidak mengalami proses pemasakan dan pemutihan.
- b Kain Finished adalah kain grey yang telah melalui proses-proses pemasakan, pemutihan, pencelupan (*dyeing*), pewarnaan (*colouring*), dan pencapan (*printing*). Secara umum, nama kainnya, antara lain seperti: Kain Putih (untuk pakaian jadi yang biasanya diberi warna dan/atau dicap), Kain Mori (khusus untuk keperluan batik), Kain Percal (biasanya untuk pakaian jadi yang berkualitas), Kain Shirting (biasanya untuk pakaian dalam, sprei, sarung bantal), Kain Gabardine (biasanya untuk pakaian musim dingin), Kain Satin/Sateen (untuk dirangkap, penutup, penghias jendela), Kain Damas (biasanya untuk taplak meja, dekorasi mebel, serbet,), Kain Diaper (untuk popok bayi atau yang sejenisnya, karena kain ini mudah menyerap air), Kain Markis (untuk kelambu dan sejenisnya).
- c Kain Rajut, kainnya lebih halus dan lebih lemas dengan sifat kainnyapun lebih elastis dan daya tembus udara lebih besar daripada kain tenun dan banyak digunakan untuk pakaian dalam (*underwear*), kaos kaki, shirt, sweaters atau *overcoats*, dan lainnya.
- d Kain Non Woven, adalah semua kain yang bukan kain tenun dan kain rajut.

Produk tekstil adalah hasil pengolahan lebih lanjut dari tekstil, baik yang setengah jadi maupun yang telah jadi. Yang termasuk dalam produk tekstil adalah:

- a Pakaian jadi/*clothing/garment* adalah berbagai jenis pakaian yang siap pakai (*ready to wear*) dalam berbagai ukuran standar, antara lain: pakaian pria dan wanita (dewasa dan anak-anak), pakaian pelindung (mantel, jacket, sweater), pakaian seragam, pakaian olah raga, dan lain-lain. Pakaian jadi ini harus dibedakan dengan *apparel*, karena *apparel* ini selain mencakup pakaian jadi juga mencakup berbagai *accessories* seperti: sepatu, tas, perhiasan, tutup kepala atau kerudung, dasi, kaos kaki, dan *accessories* lainnya.

- b Tekstil rumah tangga/house hold, seperti: bed linen, table linen, toilet linen, kitchen linen, curtain, dan lain-lain.
- c Kebutuhan industri/industrial use, antara lain: canvas, saringan, tekstil rumah sakit, keperluan angkatan perang termasuk ruang angkasa, dan lain-lain.

3.2 Perkembangan TPT di Indonesia

Sejarah pertekstilan Indonesia secara pasti sejak kapan awal keberadaan industri TPT di Indonesia tidak dapat dipastikan, namun kemampuan masyarakat Indonesia dalam hal menenun dan merajut pakaiannya sendiri sudah dimulai sejak adanya kerajaan-kerajaan Hindu di Indonesia dalam bentuk kerajinan, yaitu tenun-menenun dan membatik yang hanya berkembang disekitar lingkungan istana dan juga ditujukan hanya untuk kepentingan seni dan budaya serta dikonsumsi/digunakan sendiri.

Sejarah pertekstilan Indonesia dapat dikatakan dimulai dari industri rumahan tahun 1929 dimulai dari sub-sektor pertenunan (*weaving*) dan perajutan (*knitting*) dengan menggunakan alat *Textile Inrichting* Bandung (TIB) *Gethouw* atau yang dikenal dengan nama Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang diciptakan oleh Daalennoord pada tahun 1926 dengan produknya berupa tekstil tradisional seperti sarung, kain panjang, lurik, stagen (sabuk), dan selendang. Penggunaan ATBM mulai tergeser oleh Alat Tenun Mesin (ATM) yang pertama kali digunakan pada tahun 1939 di Majalaya-Jawa Barat, dimana di daerah tersebut mendapat pasokan listrik pada tahun 1935. Dan sejak itu industri TPT Indonesia mulai memasuki era teknologi dengan menggunakan ATM.

Tahun 1960-an, sesuai dengan iklim ekonomi terpimpin, pemerintah Indonesia membentuk Organisasi Perusahaan Sejenis (OPS) yang antara lain seperti OPS Tenun Mesin; OPS Tenun Tangan; OPS Perajutan; OPS Batik; dan lain sebagainya yang dikoordinir oleh Gabungan Perusahaan Sejenis (GPS) Tekstil dimana pengurus GPS Tekstil tersebut ditetapkan dan diangkat oleh Menteri Perindustrian Rakyat dengan perkembangannya sebagai berikut :

1. Pertengahan tahun 1965-an, OPS dan GPS dilebur menjadi satu dengan nama OPS Tekstil dengan beberapa bagian menurut jenisnya atau sub-sektornya, yaitu pemintalan (*spinning*); pertenunan (*weaving*); perajutan (*knitting*); dan penyempurnaan (*finishing*).
2. Menjelang tahun 1970, berdirilah berbagai organisasi seperti Perteksi; *Printer's Club* (kemudian menjadi *Textile Club*); perusahaan milik pemerintah (Industri Sandang, Pinda Sandang Jabar, Pinda Sandang Jateng, Pinda Sandang Jatim), dan Koperasi (GKBI, Inkopteksi).
3. Tanggal 17 Juni 1974, organisasi-organisasi tersebut melaksanakan Kongres yang hasilnya menyepakati mendirikan Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) dan sekaligus menjadi anggota API.

Fase perkembangan industri tekstil Indonesia diawali pada tahun 1970-an industri TPT Indonesia mulai berkembang dengan masuknya investasi dari Jepang di sub-sektor industri hulu (*spinning* dan *man-made fiber making*). Adapun fase perkembangannya sebagai berikut:

1. Periode 1970 – 1985, industri tekstil Indonesia tumbuh lamban serta terbatas dan hanya mampu memenuhi pasar domestik (substitusi impor) dengan *segment* pasar menengah-rendah.
2. Tahun 1986, industri TPT Indonesia mulai tumbuh pesat dengan faktor utamanya adalah: (1) iklim usaha kondusif, seperti regulasi pemerintah yang efektif yang difokuskan pada ekspor non-migas, dan (2) industrinya mampu memenuhi *standard* kualitas tinggi untuk memasuki pasar ekspor di *segment* pasar atas-*fashion*.
3. Periode 1986 – 1997 kinerja ekspor industri TPT Indonesia terus meningkat dan membuktikan sebagai industri yang strategis dan sekaligus sebagai andalan penghasil devisa negara sektor non-migas. Pada periode ini pakaian jadi sebagai komoditi primadona.
4. Periode 1998 – 2002 merupakan masa paling sulit. Kinerja ekspor tekstil nasional fluktuatif. Pada periode ini dapat dikatakan periode *cheos*, *rescue*, dan *survival*.
5. Periode 2003 – 2006 merupakan *outstanding rehabilitation*, *normalization*, dan *expansion (quo vadis?)*. Upaya revitalisasi *stagnant*

yang disebabkan multi-kendala, yang antara lain dan merupakan yang utama: (1) sulitnya sumber pembiayaan, dan (2) iklim usaha yang tidak kondusif.

6. Periode 2007 pertengahan – *onward* dimulainya restrukturisasi permesinan industri TPT Indonesia.

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia secara teknis dan struktur terbagi dalam tiga sektor industri yang lengkap, vertikal dan terintegrasi dari hulu sampai hilir, yaitu:

1. Sektor Industri Hulu (*upstream*), adalah industri yang memproduksi serat/fiber (*natural fiber* dan *man-made fiber* atau *synthetic*) dan proses pemintalan (*spinning*) menjadi produk benang (*unblended* dan *blended yarn*). Industrinya bersifat padat modal, *full automatic*, berskala besar, jumlah tenaga kerja relatif kecil dan *out put* pertenagakerjanya besar.
2. Sektor Industri Menengah (*midstream*), meliputi proses penganyaman (*interlacing*) benang menjadi kain mentah lembaran (*grey fabric*) melalui proses pertenunan (*weaving*) dan rajut (*knitting*) yang kemudian diolah lebih lanjut melalui proses pengolahan pencelupan (*dyeing*), penyempurnaan (*finishing*) dan pencapan (*printing*) menjadi kain-jadi. Sifat dari industrinya semi padat modal, teknologi madya dan modern – berkembang terus, dan jumlah tenaga kerjanya lebih besar dari sektor industri hulu.
3. Sektor Industri Hilir (*downstream*), adalah industri manufaktur pakaian jadi (*garment*) termasuk proses *cutting*, *sewing*, *washing* dan *finishing* yang menghasilkan *ready-made garment*. Pada sektor inilah yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga sifat industrinya adalah padat karya.

Hingga 2006, jumlah industri tekstil Indonesia mencapai 2.699 perusahaan, dengan total investasi Rp 135,7 triliun. Jumlah ini hanya mengalami sedikit kenaikan dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah 2,656 perusahaan. Lokasi industri TPT terkonsentrasi di Jawa Barat (57 persen), Jawa Tengah (14 persen), dan Jakarta (17 persen). Sisanya tersebar di Jawa Timur, Bali, Sumatera dan Yogyakarta. Pada 2006, total kapasitas

produksi mencapai 6,1 juta ton dengan utilitas 69,8 persen. Kapasitas produksi tersebut terdiri dari industri pemintalan 2,4 juta ton, industri pertenunan, perajutan, pencelupan dan finishing 1,8 juta ton, industri garmen 754 ribu ton dan tekstil lainnya 101 ribu ton. Kapasitas produksi ini mengalami kenaikan sebesar 1,7 juta ton dibanding tahun sebelumnya yang hanya sebesar 5,86 juta ton.

Industri tekstil memiliki struktur industri yang terintegrasi dari hulu hingga ke hilir (up stream, mid stream, dan down stream) dan memiliki keterkaitan yang sangat erat antara satu industri dengan industri lainnya. Karena itu, analisis mengenai industri ini akan menyentuh berbagai segmen industri baik langsung maupun tidak langsung.

Di tingkat hulu Indonesia memiliki industri serat yang terdiri dari industri serat alam, serat buatan dan benang filamen; dan industri pemintalan serta pencelupan (spinning). Hingga 2006, Indonesia telah memiliki 26 perusahaan industri serat dengan total kapasitas terpasang 1,077 ribu ton. Sekitar 70% dari hasil industri serat ini diserap oleh industri pemintalan di dalam negeri. Sedangkan sisanya diekspor ke luar negeri. Saat ini Indonesia merupakan produsen serat buatan ketujuh terbesar dunia yang memasok 10% kebutuhan serat rayon dunia.

Sementara itu, jumlah industri pemintalan mencapai 204 perusahaan dengan kapasitas terpasang 2,4 juta ton dan jumlah mesin 7.803.241 unit pada 2006. Jumlah mesin ini tidak mengalami perkembangan sejak 2003. Dari jumlah mesin tersebut, sebanyak 64 persen diantaranya telah berusia diatas 20 tahun. Ini menyebabkan industri ini tidak mampu memenuhi permintaan pasar dalam negeri maupun luar negeri secara optimal. Sekitar separuh dari produksi industri pemintalan dikonsumsi di dalam negeri, dan sisanya di ekspor ke luar negeri.

Kondisi yang relatif sama juga terlihat pada industri pertenunan, perajutan, pencelupan dan finishing. Jumlah perusahaan yang berjumlah 1,044 perusahaan dengan total kapasitas produksi 1,78 juta ton pada 2006 nyaris tidak mengalami perkembangan sepanjang 5 tahun terakhir. Demikian juga jumlah mesin tidak mengalami penambahan sejak 2003. Diantara

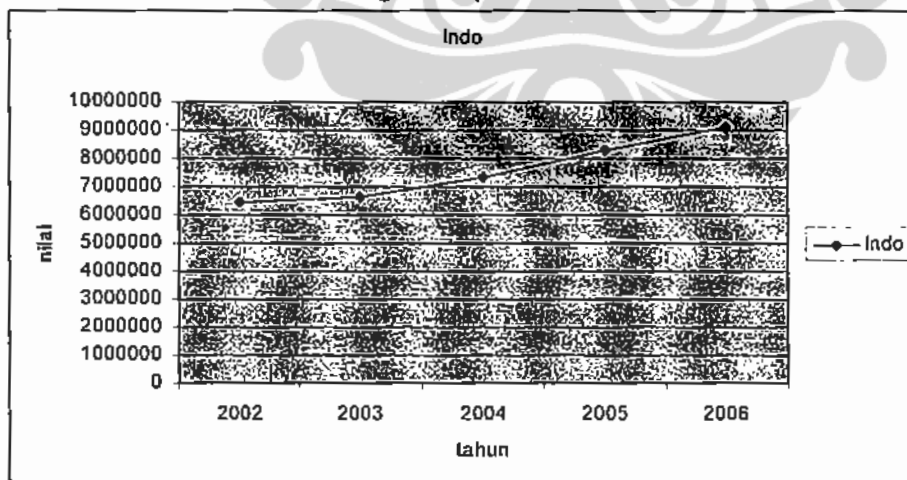
industri TPT, industri ini kondisinya termasuk yang paling memprihatinkan. Dari 248.957 unit mesin tenun yang ada, sekitar 66 persen diantaranya telah berusia diatas 20 tahun, dan 26 persen diatas 10 tahun. Kondisi mesin rajut dan mesin finishing jauh lebih memprihatinkan. Jumlah mesin rajut yang berusia diatas 20 tahun mencapai 84 persen dari jumlah mesin 41.312 unit. Sementara pada mesin finishing, jumlah mesin yang berusia diatas 20 tahun jumlahnya mencapai 93 persen dari 349 unit mesin yang ada. Itulah sebabnya, karena kemampuan mesin finishingnya yang rendah, ekspor di sub sektor ini didominasi oleh kain mentah. Pasar utama dari hasil industri tenun adalah negara-negara di Eropa dan Timur Tengah.

Di tingkat hilir, terdapat industri garmen yang jumlahnya mencapai 897 perusahaan pada 2006 dengan total kapasitas terpasang 754 ribu ton. Sekitar 88 persen dari hasil industri garmen diekspor ke luar negeri dan 12 persen untuk pasar domestik.

3.3 Perkembangan Ekspor TPT Indonesia

Setelah terpuruk karena krisis ekonomi tahun 1997, perlahan-lahan ekspor TPT Indonesia mulai mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 3.1 Grafik Perkembangan Ekspor TPT Indonesia Tahun 2002-2006



Sumber : UNComtrade (2008) (diolah)

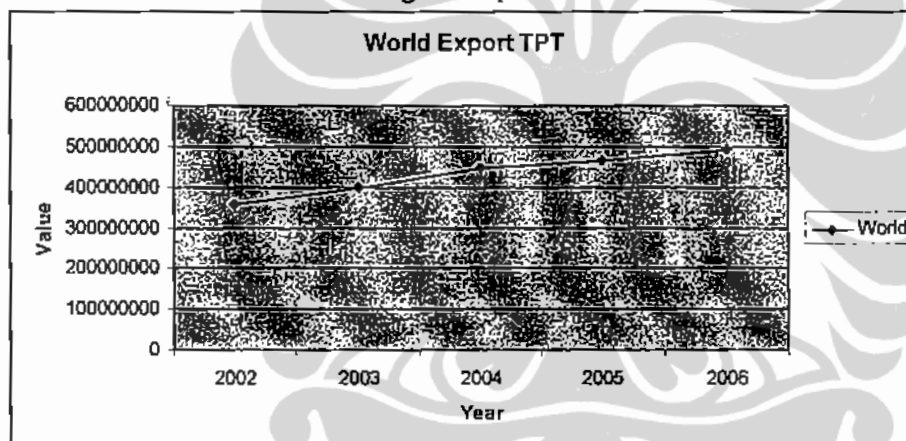
Dari gambar di atas terlihat bahwa dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2006 ekspor TPT Indonesia memiliki trend yang meningkat.

3.4 Perkembangan TPT Dunia

Kedepan, perdagangan TPT dunia diperkirakan akan terus bertumbuh sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Tingkat konsumsi tekstil dunia yang pada 2006 baru mencapai 65,2 kg per kapita, pada 2008 diperkirakan akan mencapai 66,6 kg. Dan pada 2010, dengan asumsi jumlah penduduk dunia mencapai 6,8 miliar jiwa, tingkat konsumsi tekstil diperkirakan akan bertumbuh menjadi 68 kg per kapita. Pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh peningkatan permintaan TPT dari AS, Uni Eropa dan Jepang. Pada saat tersebut perdagangan TPT dunia akan mencapai US\$ 649 miliar.

Perkembangan ekspor dunia untuk produk TPT dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2006 dapat dilihat pada grafik di bawah ini :

Gambar 3.2 Grafik Perkembangan Ekspor TPT Dunia Tahun 2002-2006



Dari grafik di atas terlihat bahwa ekspor TPT dunia memiliki trend ekspor yang meningkat. Hal ini harus dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasarnya di dunia, untuk itu diperlukan tingkat daya saing yang tinggi agar dapat meningkatkan pangsa pasar di tahun-tahun mendatang.

3.5 Permasalahan TPT

Salah satu permasalahan terbesar industri TPT Indonesia saat ini adalah usia mesin-mesin yang sudah sangat tua. Ini memang permasalahan klasik, namun belum terselesaikan hingga saat ini. Menurut catatan Departemen Perindustrian, dari seluruh mesin TPT yang ada (8,38 juta unit

mesin pada 2006), sekitar 80 persen diantaranya telah berusia diatas 20 tahun. Ini menyebabkan produktivitas menurun hingga 50 persen. Di Industri pemintalan jumlah mesin yang berusia diatas 20 tahun mencapai 64 persen (5.025.287 mata pinal dari 7.803.241 mata pinal). Di industri pertenunan jumlahnya mencapai 82,1 persen (204.393 ribu alat tenun mesin dibanding 248.957 unit), perajutan 84%, finishing 93% dan pakaian jadi atau garmen 78%.

Permasalahan lain yang cukup serius adalah maraknya tekstil impor ilegal yang masuk ke pasar domestik terutama dari China. Jumlah tekstil ilegal ini ditengarai menguasai hingga 50 persen pasar tekstil domestik yang mencapai 1.013 ribu ton pada 2006. Diperkirakan produk TPT ilegal yang masuk melalui pelabuhan mencapai 74 persen dan melalui bandara 25 persen. Di bandara Soekarno Hatta Cengkareng, produk TPT ilegal masuk dalam bentuk pakaian jadi.

Biaya energi yang mahal merupakan permasalahan lain yang cukup mengganggu daya saing produk tekstil Indonesia. Pada 2005 misalnya, biaya listrik yang dikeluarkan industri TPT Indonesia mencapai US\$ 0.08 (8 cent/kwh, tertinggi dibanding negara lain yang hanya sebesar 7,6 cent/kwh di China, 7 cent/kwh di Vietnam, 6,6 cent/kwh di Pakistan, dan 3 cent/kwh di Bangladesh dan Mesir. Disamping mahal, kebutuhan listrik juga belum mampu dipenuhi secara optimal oleh PLN. Untuk biaya tenaga kerja, Indonesia juga merupakan yang tertinggi diantara negara produsen lainnya. Bila negara Bangladesh dan Vietnam hanya membayar upah buruh sebesar US\$ 0,35/ jam, Pakistan US\$ 0,40/jam, India US\$ 0,6/jam, Indonesia membayar lebih mahal yakni lebih dua kalinya Bangladesh dan Vietnam, yakni sebesar US\$ 0,76/jam. Diluar itu, Indonesia masih dihadapi biaya pelabuhan yang cukup mahal, termahal kedua diantara negara-negara ASEAN setelah Singapura.

BAB 4 METODE PENELITIAN

4.1 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat daya saing adalah metode Constant Market Share Analysis (CMSA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

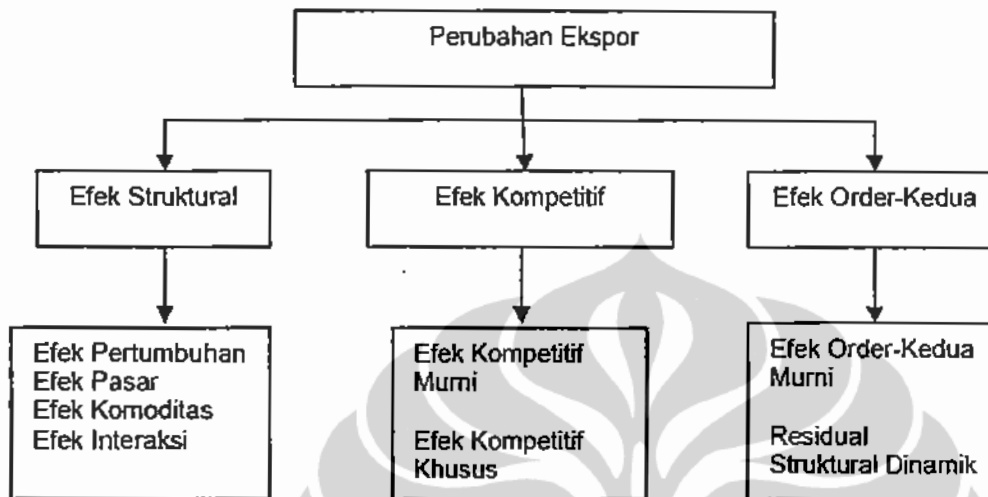
4.1.1 Constant Market Share Analysis (CMSA)

Untuk mengetahui keunggulan kompetitif atau daya saing ekspor di pasar dunia dari suatu negara relatif terhadap negara pesaingnya, telah dikembangkan berbagai model analisis daya saing. Salah satunya adalah Model Pangsa Pasar Konstant (*Constant Market Share/CMS*). Pada analisis CMS, menurut Leamer dan Stern (1970) kegagalan ekspor suatu negara yang pertumbuhan ekspornya lebih rendah dari pertumbuhan ekspor dunia disebabkan oleh tiga alasan yaitu (1) ekspor terkonsentrasi pada komoditas-komoditas yang pertumbuhan permintaannya relatif rendah; (2) ekspor lebih ditujukan ke wilayah yang mengalami stagnasi; dan (3) ketidakmampuannya bersaing dengan negara-negara pengeksport lainnya.

Asumsi dasar dari analisis CMS adalah bahwa pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar dunia tidak berubah antar waktu. Oleh karena itu, perbedaan antara pertumbuhan ekspor aktual suatu negara dengan pertumbuhan yang mungkin terjadi apabila suatu negara dapat mempertahankan pangsa pasarnya, merupakan efek dari daya saing. Nilai daya saing yang negatif menggambarkan bahwa negara tersebut gagal dalam mempertahankan pangsa pasarnya, dan sebaliknya untuk nilai positif. Efek daya saing pada analisis CMS ini lebih bersumber dari daya saing harga.

Pengembangan lebih lanjut dari aplikasi model CMS dilakukan oleh Chen dan Duan (1999) yang menggunakan dekomposisi dua tahap. Efek dari dekomposisi dua tahap terhadap perubahan ekspor dari suatu negara disajikan pada gambar di bawah. Efek dari dekomposisi pertama dapat diuraikan menjadi (1) efek struktural, yang terdiri dari efek pertumbuhan, pasar,

komoditas, dan interaksi; (2) efek daya saing yang terdiri dari efek daya saing murni dan khusus; dan (3) efek order-kedua yang terdiri dari efek order-kedua murni dan efek sisaan struktural dinamik.



Gambar 4.1 Dekomposisi Dua Tahap dari Model CMS

Seperti umumnya pada setiap model, model CMS juga memiliki beberapa kelemahan. Beberapa kelemahan dari model CMS ini telah dikemukakan oleh Muhammad dan Habibah (1993) antara lain adalah bahwa persamaan yang digunakan sebagai basis untuk menguraikan pertumbuhan ekspor adalah persamaan identitas. Oleh karena itu, alasan-alasan dari terjadinya perubahan daya saing ekspor tidak dapat dievaluasi dengan hanya menggunakan analisis CMS saja. Kelemahan analisis CMS lainnya adalah mengabaikan perubahan daya saing pada titik waktu yang terdapat di antara dua titik waktu yang digunakan. Namun demikian, analisis ini sangat berguna untuk mengkaji kecenderungan daya saing produk yang dihasilkan suatu negara.

Pendekatan yang digunakan untuk melihat posisi TPT di pasar dalam konteks pertumbuhan, komposisi, distribusi, dan persaingan adalah dengan menganalisis pangsa pasar (CMS). Analisis ini merupakan alat untuk mengukur keragaan ekspor suatu negara relatif terhadap pesaingnya. Analisis ini menyediakan seperangkat indikator statistik untuk mengetahui apakah suatu negara eksportir mampu mengelola kontribusi ekspornya ke seluruh pasar

pengimpor dalam suatu selang waktu tertentu.

Persamaan CMS ini mengacu pada formulasi umum seperti yang digunakan Tyers *et al*, (1985), adalah sebagai berikut :

$$\frac{E_{(t)} - E_{(t-1)}}{E_{(t-1)}} = g + \frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)}} + \frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1)ij}}{E_{(t-1)}} + \frac{\sum_i \sum_j (E_{(t)ij} - E_{(t-1)ij} - g_{ij} E_{(t-1)ij})}{E_{(t-1)}} \quad (4.1)$$

Keterangan :

g	pertumbuhan standar
$\frac{\sum_i (g_i - g) E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)}}$	pengaruh komposisi komoditas
$\frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E_{(t-1)ij}}{E_{(t-1)}}$	pengaruh distribusi pasar
$\frac{\sum_i \sum_j (E_{(t)ij} - E_{(t-1)ij} - g_{ij} E_{(t-1)ij})}{E_{(t-1)}}$	pengaruh daya saing

Keterangan :

$$g = \frac{W_{(t)} - W_{(t-1)}}{W_{(t-1)}}$$

$$g_i = \frac{W_{(t)i} - W_{(t-1)i}}{W_{(t-1)i}}$$

$$g_{ij} = \frac{W_{(t)ij} - W_{(t-1)ij}}{W_{(t-1)ij}}$$

Keterangan :

$E(t)$ = adalah nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh produk TPT tahun t

$E(t-1)$ = adalah nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh prouk TPT tahun t-1

$E(t)i.$ = adalah nilai total ekspor Indonesia tahun t untuk produk TPT ai
(komoditas TPT tertentu)

$E(t).j$ = adalah nilai total seluruh ekspor Indonesia tahun t ke negara tujuan j

$E(t)ij$ = adalah nilai total ekspor Indonesia tahun t untuk jenis TPT ai ke negara j

$W(t)i$ = adalah total ekspor standar (dunia atau negara-negara pengeksportertentu) tahun t untuk produk ai

$W(t)j$ = adalah total ekspor standar (dunia atau negara-negara pengeksportertentu) seluruh komoditas TPT tahun t ke negara tujuan j

$W(t)ij$ = adalah nilai total ekspor standar dunia tahun t untuk produk ai ke negara j.

$W(t)$ = adalah nilai total ekspor standar (dunia atau negara-negara pengekspor tertentu) untuk seluruh komoditas TPT tahun t

Hasil penghitungan dengan CMS digunakan untuk menguji kinerja ekspor komoditi suatu negara di pasar dunia dan indikator daya saing produk tersebut di pasar dunia dibandingkan dengan para pesaingnya. Pada dasarnya, model CMSA mengindikasikan apakah suatu negara atau kawasan berhasil mempertahankan market sharenya atau tidak. Terdapat 4 komponen yang mempengaruhi kinerja ekspor komoditi suatu negara yaitu :

1. Pertumbuhan Standar

Dalam analisis ini, parameter pertumbuhan standar mengindikasikan standar umum pertumbuhan ekspor produk TPT Indonesia di dunia. Pertumbuhan ini mencerminkan kinerja ekspor komoditi suatu negara dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor dunia. Jika pertumbuhan ekspor Indonesia lebih tinggi (atau lebih rendah) dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor TPT dunia maka kinerja ekspor TPT Indonesia lebih baik (atau lebih buruk).

2. Pengaruh Komposisi Komoditas

Parameter efek komposisi produk dapat bernilai positif atau negatif. Parameter yang bernilai positif mengindikasikan bahwa negara pengekspor mengekspor produk ke negara yang mempunyai pertumbuhan impor produk itu lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan impor kelompok produk itu.

3. Pengaruh Distribusi Pasar

Parameter efek distribusi pasar dapat bernilai positif atau negatif. Parameter yang bernilai positif jika negara pengekspor mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan permintaan. Jika sebaliknya maka parameter efek distribusi pasar bernilai negatif.

4. Pengaruh Persaingan

Parameter efek daya saing mengindikasikan kenaikan atau penurunan bersih (net gain or loss) dalam pangsa pasar ekspor Indonesia secara relatif terhadap standar setelah memperhitungkan perubahan komposisi produk dan distribusi pasar. Nilai parameter daya saing dapat positif atau negatif. Jika

parameter bernilai positif, berarti Indonesia memiliki daya saing yang kuat. Jika negatif berarti Indonesia lemah dalam persaingan.

4.1.2 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Dengan sifat statisnya seperti pada metode lain seperti RCA, Konsentrasi pasar, akselerasi rasio, metode CMSA juga hanya menggambarkan fenomena masa lalu, paling tidak untuk keadaan masa kini. Oleh sebab itu metode ini harus dilengkapi dengan indeks spesialisasi perdagangan (ISP) untuk akselerasi ke depan (LPEM FEUI, 1997 : 18). Metode ini menggambarkan secara lengkap periode masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang melalui suatu pembabakan industrialisasi untuk menentukan apakah suatu komoditi sudah berada pada tahap perkembangan yang seharusnya. Indeks ISP ini diformulasikan sebagai berikut :

$$ISP = \frac{(X - M)}{(X + M)} \quad (4.2)$$

Dimana : X = nilai ekspor ; M = nilai impor

Angka ISP berkisar antara -1 (net importer) sampai dengan +1 (net eksporter)

- Pada tahap pengenalan ISP berkisar -1,00 sampai -0,50
- Pada tahap substitusi impor ISP berkisar dari -0,49 sampai 0,00
- Tahap Pertumbuhan berkisar dari 0,01 sampai 0,80
- Pada tahap kematangan ISP berkisar 0,81 sampai +1,00
- Pada tahap mengimpor kembali ISP berada disekitar 0,8-0.

(Ariff, 1985 : 342)

Dari hasil penghitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), maka dapat diketahui berada dalam tahapan apakah industri TPT, karena perkembangan produk di suatu negara biasanya mempunyai beberapa tahapan yang dimulai dari tahap pengenalan, substitusi impor, tumbuh menjadi produk ekspor, kemudian mencapai tahap puncak kematangan dan akhirnya mengalami penurunan kembali atau kembali melakukan impor.

4.2 Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari UNComtrade. Data sekunder yang digunakan untuk keperluan analisis CMS adalah data nilai ekspor dari berbagai negara pengekspor Tekstil Produk Tekstil ke berbagai negara pengimpor Tekstil Produk Tekstil dunia. Nilai ekspor TPT tersebut meliputi produk Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233), Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011), Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020), Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342), Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520), dan Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210). Data nilai ekspor TPT dari setiap negara dimulai dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2006.

BAB 5
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Perkembangan Pangsa Ekspor Negara-Negara Pengekspor TPT Dunia

Perkembangan pangsa nilai ekspor dari beberapa negara pengekspor produk TPT (Tekstil Produk Tekstil) disajikan pada tabel 5.1. Indonesia mengekspor berbagai jenis produk TPT antara lain Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233), Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011), Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020), Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342), Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520), dan Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210). Pangsa nilai ekspor TPT Indonesia yang diekspor Indonesia pada tahun 2006 mencapai 1,807% dari total nilai ekspor TPT di pasar dunia.

Tabel 5.1 Pangsa Nilai Ekspor (%) Negara-Negara Pengekspor TPT pada Tahun 2002 dan 2006

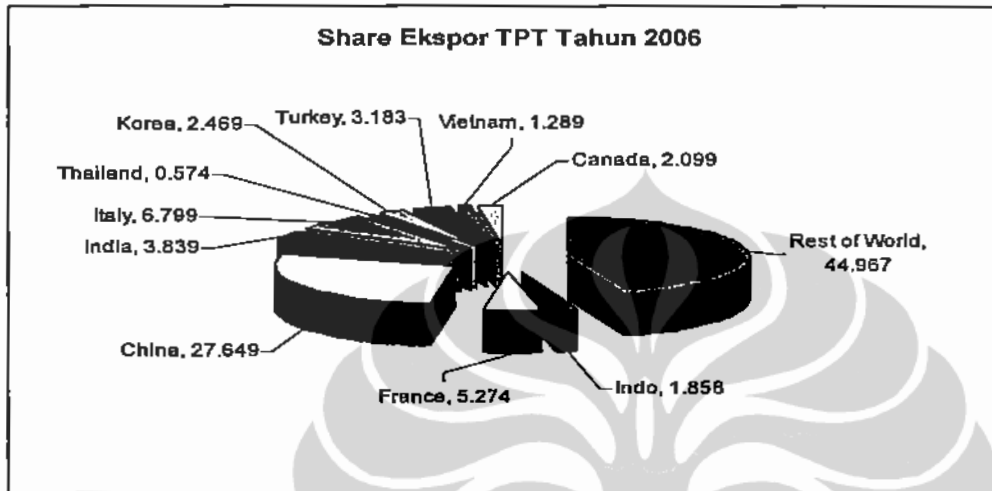
Negara Pengekspor	Tahun	Total Share TPT	Share 540233	Share 551011	Share 611020	Share 620342	Share 620520	Share 621210
Indonesia	2002	1.807	9.433	22.520	0.922	1.499	3.365	3.584
	2006	1.858	11.548	26.458	1.181	1.353	3.496	4.402
Perancis	2002	5.197	1.885	3.203	1.054	1.504	1.793	5.154
	2006	5.274	1.703	2.616	1.137	1.793	1.890	4.956
Cina	2002	16.019	1.111	2.584	9.657	10.722	11.720	9.599
	2006	27.649	10.400	5.056	22.051	17.882	18.759	33.671
India	2002	3.193	1.744	11.691	0.740	1.320	9.717	0.285
	2006	3.839	4.857	12.332	0.705	2.332	7.330	0.173
Italia	2002	7.065	5.776	5.741	3.919	5.941	5.916	2.443
	2006	6.799	5.052	4.789	3.358	5.517	5.406	2.378
Thailand	2002	0.571	2.751	5.446	0.974	1.085	1.216	3.602
	2006	0.574	5.053	7.948	0.640	0.790	1.048	3.853
Korea	2002	3.931	2.829	0.842	0.729	0.164	1.217	0.329
	2006	2.469	1.883	2.615	0.223	0.034	0.540	0.228

- ¹ Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran
² Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran
³ Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas
⁴ Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan
⁵ Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan
⁶ Penyangga Dada dan Perlengkapannya

Turki	2002	3.304	2.513	0.995	5.555	4.228	3.562	0.930
	2006	3.183	2.435	2.577	3.818	4.337	4.183	1.148
Vietnam	2002	0.829	0.141	0.003	0.305	0.347	0.577	1.399
	2006	1.289	1.924	1.737	0.900	0.280	0.952	1.240
Canada	2002	1.998	0.114	0.143	0.654	0.344	0.533	0.274
	2006	2.099	0.413	0.264	0.274	0.131	0.238	0.296

Sumber : UNComtrade (2008) (diolah)

Gambar 5.1 Share Ekspor TPT Tahun 2006



Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Pangsa nilai ekspor TPT Indonesia mengalami peningkatan yang sangat kecil bila dibandingkan dengan pangsa yang dicapai pada tahun 2002 yaitu sebesar 1,807%. Selama periode tahun 2002-2006, untuk beberapa produk terjadi peningkatan pangsa pasar dan untuk produk Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342) terjadi penurunan. Adanya penurunan pangsa nilai ekspor TPT terkait dengan masalah komposisi produk, distribusi dan daya saing ekspor TPT Indonesia.

Nilai ekspor TPT Indonesia pada tahun 2006, masih didominasi dalam bentuk bahan baku seperti Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011) dan Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233), dengan penguasaan pangsa nilai ekspor masing-masing 26,458% dan 11,548%. Selain itu ada pula produk yang dihasilkan Indonesia mengalami peningkatan namun tidak terlalu besar diantaranya Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020) yang semula 0,922% menjadi 1,181%, Kemeja Pria atau Anak Laki-

Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520) meningkat dari 3,365% menjadi 3,496%, dan Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210) meningkat dari yang awalnya 3,584% menjadi 4,402%. Peningkatan pangsa pasar yang kecil ini disebabkan banyaknya pesaing Indonesia yang memproduksi barang sejenis yang juga diminati pasar. Selain itu serbuan produk asal Cina yang terkenal murah juga mempengaruhi pangsa pasar produk yang dihasilkan Indonesia.

Negara pengeksport TPT yang mengalami peningkatan pangsa ekspor yang cukup tinggi adalah Cina dan India. Pangsa nilai ekspor TPT Cina meningkat dari 16,019% pada tahun 2002 menjadi 27,648% pada tahun 2006. Pangsa nilai ekspor Cina untuk produk Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020) meningkat dari 9,657% pada tahun 2002 menjadi 22,051% pada tahun 2006 dan Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210) meningkat dari 9,599% pada tahun 2002 menjadi 33,671% pada tahun 2006. Selain itu pangsa nilai ekspor untuk HS yang lain juga mengalami peningkatan namun demikian tidak terlalu tinggi dibandingkan ke dua HS tersebut.

Pangsa nilai ekspor India juga meningkat yang tadinya 3,192% pada tahun 2002 menjadi 3,838% pada tahun 2006 sehingga mampu mengungguli Indonesia. Demikian pula halnya dengan Perancis dan Kanada yang mengalami peningkatan pangsa nilai ekspor TPTnya.

5.2 Kinerja Ekspor TPT

Daya saing TPT (Tekstil Produk Tekstil) suatu negara pengeksport TPT dapat diketahui secara umum melalui kinerja ekspor TPTnya. Pertumbuhan ekspor negara-negara pengeksport TPT dunia tahun 2002 – 2006 disajikan pada tabel-tabel di bawah ini.

5.2.1 Tahun 2002

Pada tahun 2002, kinerja ekspor TPT negara-negara pengeksport TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing.

Tabel 5.2 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengekspor TPT Dunia tahun 2002

Negara Pengekspor	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	-0.097	0.120	-0.127	-0.0112
Perancis	0.131	0.035	-0.037	0.004
Cina	1.982	0.165	-0.173	0.006
India	5.071	0.382	-0.402	0.045
Italia	1.043	0.117	-0.125	0.012
Thailand	0.018	0.251	-0.264	-0.004
Korea	1.515	0.042	-0.044	0.002
Turki	-0.080	0.082	-0.086	-0.028
Vietnam	4.947	0.146	-0.153	0.219
Canada	0.019	0.020	-0.021	0.002

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0,037

Pada periode ini pertumbuhan ekspor Indonesia berada di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia (0,037) bahkan mengalami pertumbuhan yang negatif. Pertumbuhan yang negatif ini disebabkan lemahnya daya saing TPT Indonesia hal ini ditunjukkan dengan nilai yang negatif. Selain itu pertumbuhan yang negatif disebabkan nilai ekspor TPT Indonesia mengalami penurunan yang semula pada tahun 2001 sebesar USD 7,161 milyar menjadi USD 6,466 milyar atau terjadi penurunan sebesar 0,096993643 (USD 0,694 milyar). Selain itu rendahnya pertumbuhan ekspor TPT Indonesia disebabkan oleh adanya kuota ekspor untuk TPT sehingga pada tahun 2002 Indonesia tidak dapat mengekspor TPT melebihi kuota yang telah ditetapkan.

Pada aspek komposisi produk, meskipun bernilai positif akan tetapi produk-produk yang dihasilkan dan diekspor Indonesia sebagian besar masih merupakan bahan baku yang memiliki nilai jual lebih rendah dibandingkan dengan produk jadi maupun setengah jadi. Untuk komposisi produk ini Indonesia dapat mencontoh India, Cina dan Thailand yang menghasilkan produk-produk jadi dan setengah jadi yang diekspor ke negara-negara importir TPT.

Untuk aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia belum melakukan ekspor ke semua negara. Karena negara-negara tersebut dan Indonesia dalam melakukan ekspor hanya terfokus ke beberapa negara saja. Hal ini terlihat dari nilai distribusi yang negatif.

Pada aspek daya saing, produk TPT yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang rendah karena bernilai negatif termasuk Indonesia. Nilai negatif menunjukkan produk-produk TPT yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan negara pengekspor lainnya. Hal ini terlihat dengan penurunan nilai ekspor Indonesia pada tahun 2002 bila dibandingkan dengan tahun 2001. Namun demikian Vietnam merupakan negara yang memiliki daya saing yang positif, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan oleh Vietnam mendapat perhatian di pasar. Selain itu nilai positif yang diperoleh Vietnam diikuti dengan peningkatan nilai ekspor TPT yang semula USD 0,498 milyar pada tahun 2001 menjadi USD 2,965 milyar pada tahun 2002 atau naik sebesar 0,066.

5.2.2 Tahun 2003

Pada tahun 2003, kinerja ekspor TPT negara-negara pengekspor TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing.

Tabel 5.3 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengekspor TPT Dunia Tahun 2003

Negara Pengekspor	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	0.032	0.009	-0.017	0.004
Perancis	0.173	0.002	-0.005	0.006
Cina	0.268	0.004	-0.008	0.009
India	0.127	0.005	-0.010	-0.004
Italia	0.142	0.005	-0.009	0.008
Thailand	0.099	0.018	-0.034	-0.018
Korea	-0.019	0.001	-0.002	-0.0004
Turki	0.250	0.008	-0.016	0.027
Vietnam	0.280	0.004	-0.008	0.020
Canada	0.079	0.002	-0.003	-0.002

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0,118

Pada periode ini untuk aspek pertumbuhan standar, pertumbuhan ekspor TPT Indonesia berada di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia yang sebesar 0,118. Meskipun pertumbuhan ekspor TPT dibawah pertumbuhan dunia akan tetapi nilai ekspor TPT Indonesia meningkat sebesar USD 204,226 juta dibandingkan dengan tahun sebelum atau 0,032. Selain itu rendahnya pertumbuhan ekspor TPT Indonesia disebabkan oleh adanya kuota ekspor untuk TPT sehingga pada tahun

2003 Indonesia tidak dapat mengekspor TPT melebihi kuota yang telah ditetapkan. Namun demikian pertumbuhan ekspor Indonesia masih lebih baik bila dibandingkan dengan Korea.

Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai yang positif, hal ini menunjukkan komposisi produk yang dihasilkan oleh negara-negara tersebut termasuk Indonesia tidak terfokus hanya untuk memproduksi produk-produk tertentu saja. Misalnya hanya bahan baku atau pun hanya produk jadi saja.

Pada aspek distribusi, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai distribusi yang negatif, hal ini menunjukkan bahwa semua negara belum mendistribusikan produk-produk yang dihasilkannya ke pasar-pasar TPT di seluruh dunia.

Sedangkan untuk aspek daya saing, Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian daya saing yang dimiliki Indonesia masih kalah bila dibandingkan Vietnam, Turki, Thailand, Perancis, Italia, dan Cina. Hal ini terlihat dengan pertumbuhan ekspor TPT Indonesia pada tahun 2003 masih berada di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia.

5.2.3 Tahun 2004

Pada tahun 2004, kinerja ekspor TPT negara-negara pengeksport TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing.

Tabel 5.4 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengeksport TPT Dunia Tahun 2004

Negara Pengeksport	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	0.103	0.004	-0.007	-0.002
Perancis	0.143	0.001	-0.002	0.001
Cina	0.209	0.002	-0.003	0.005
India	0.002	0.002	-0.003	-0.004
Italia	0.102	0.002	-0.003	-0.004
Thailand	0.151	0.007	-0.012	0.032
Korea	-0.003	0.001	-0.001	-0.002
Turki	0.162	0.003	-0.006	0.003
Vietnam	0.237	0.002	-0.003	0.048
Canada	0.084	0.001	-0.001	-0.007

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0,117

Pada tahun 2004, untuk aspek pertumbuhan standar terlihat bahwa pertumbuhan ekspor TPT Indonesia berada di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia yang sebesar 0,117. Pertumbuhan ekspor TPT Indonesia yang berada di bawah pertumbuhan dunia disebabkan produk-produk yang diekspor Indonesia kurang memiliki daya saing produk TPT Indonesia yang bernilai negatif. Selain itu rendahnya pertumbuhan ekspor TPT Indonesia disebabkan oleh adanya kuota ekspor untuk TPT sehingga pada tahun 2004 Indonesia tidak dapat mengekspor TPT melebihi kuota yang telah ditetapkan. Namun demikian, pertumbuhan ekspor TPT Indonesia masih lebih baik bila dibandingkan dengan India, Italia, dan Korea. Negara yang memiliki pertumbuhan ekspor TPT di atas pertumbuhan dunia berturut-turut adalah Vietnam, Cina, Turki, Thailand, dan Perancis.

Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai yang positif, hal ini mengindikasikan bahwa negara-negara tersebut dalam memproduksi produk TPTnya tidak hanya terfokus pada satu produk saja akan tetapi lebih bervariasi. Selain itu negara-negara pengekspor TPT termasuk Indonesia menghasilkan produk TPT yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Untuk aspek distribusi, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai distribusi negatif, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan negara-negara pengekspor TPT termasuk Indonesia belum didistribusikan ke seluruh pasar TPT di dunia.

Sedangkan untuk aspek daya saing, produk TPT yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang lemah karena bernilai negatif. Hal ini menyebabkan produk TPT yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk TPT yang dihasilkan oleh negara pengekspor TPT lainnya seperti Vietnam, Thailand, dan Cina.

5.2.4 Tahun 2005

Pada tahun 2005, kinerja ekspor TPT negara-negara pengekspor TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing.

Tabel 5.5 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengekspor TPT Dunia Tahun 2005

Negara Pengekspor	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	0.127	0.012	-0.024	0.024
Perancis	0.003	0.003	-0.007	0.002
Cina	0.212	0.005	-0.010	0.029
India	0.350	0.006	-0.012	0.021
Italia	-0.004	0.006	-0.012	-0.002
Thailand	0.039	0.022	-0.045	0.032
Korea	-0.071	0.002	-0.003	-0.003
Turki	0.072	0.010	-0.020	0.011
Vietnam	0.096	0.008	-0.016	0.014
Canada	0.087	0.001	-0.003	0.002

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0.045

Pada periode ini, pertumbuhan ekspor TPT Indonesia bila dibandingkan dengan pertumbuhan standar ekspor TPT dunia berada di atas pertumbuhan dunia yang sebesar 0,045. Hal ini disebabkan karena produk yang dihasilkan oleh Indonesia sesuai dengan kebutuhan pasar terlihat pada nilai komposisi produk yang positif. Selain hal tersebut, dengan adanya penghapusan kuota ekspor TPT membuat Indonesia dapat mengekspor TPT sebanyak-banyaknya tanpa adanya batasan jumlah yang harus diekspor. Hal ini juga didukung dengan peningkatan ekspor produk TPT Indonesia bila dibandingkan pada tahun 2004 sebesar USD 7,360 milyar menjadi USD 8,295 milyar pada tahun 2005. Peningkatan ekspor TPT Indonesia didukung turunnya ekspor Italia dan Korea sehingga terjadi perpindahan pembeli dari kedua negara tersebut ke negara pengekspor TPT lainnya termasuk Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang positif.

Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai yang positif. Nilai yang positif menunjukkan bahwa semua negara termasuk Indonesia menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar atau dengan kata lain semua negara menghasilkan produk yang bervariasi.

Pada aspek distribusi, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai distribusi negatif, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan negara-negara pengekspor TPT termasuk Indonesia belum didistribusikan ke seluruh pasar TPT di dunia.

Sedangkan untuk aspek daya saing, meskipun terjadi peningkatan ekspor TPT yang dihasilkan Indonesia akan tetapi daya saing Indonesia di pasar dunia masih kalah bersaing dengan Cina dan India. Hal ini terlihat bahwa peningkatan ekspor yang dicapai oleh Cina dan India lebih besar dibandingkan dengan Indonesia. Pada tahun 2004 ekspor TPT Cina mencapai USD 87,862 milyar menjadi USD 106,466 milyar pada tahun 2005 atau terjadi peningkatan sebesar 0,212, begitu pula halnya dengan India pada tahun 2004 ekspor TPT India mencapai USD 12,910 milyar menjadi USD 17,431 milyar pada tahun 2005 atau meningkat sebesar 0,350.

5.2.5 Tahun 2006

Pada tahun 2006, kinerja ekspor TPT negara-negara pengekspor TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing. Pada aspek pertumbuhan standar, negara-negara yang memiliki pertumbuhan ekspor yang melebihi pertumbuhan standar ekspor TPT dunia (0,052 dengan menggunakan rumus CMSA pertumbuhan standar), berturut-turut adalah Cina, Vietnam, Canada, Indonesia, India dan Italia. Sedangkan Perancis dan Thailand memiliki pertumbuhan ekspor dibawah pertumbuhan dunia bahkan Korea dan Turki memiliki pertumbuhan yang negatif.

Tabel 5.6 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengekspor TPT Dunia Tahun 2006

Negara Pengekspor	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	0.102	0.014	-0.021	0.033
Perancis	0.037	0.004	-0.006	0.003
Cina	0.277	0.007	-0.010	0.038
India	0.083	0.006	-0.010	0.009
Italia	0.054	0.007	-0.010	0.003
Thailand	0.051	0.027	-0.041	0.004
Korea	-0.050	0.002	-0.002	-0.004
Turki	-0.150	0.011	-0.017	-0.015
Vietnam	0.232	0.007	-0.010	0.013
Canada	0.136	0.001	-0.002	0.001

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0,052

Pertumbuhan ekspor TPT Indonesia yang melebihi pertumbuhan ekspor TPT dunia, hal ini disebabkan produk TPT yang dihasilkan Indonesia mengikuti permintaan pasar hal ini tercermin dari angka komposisi produk yang bertanda positif. Selain hal tersebut, dengan adanya penghapusan kuota ekspor TPT membuat Indonesia dapat mengekspor TPT sebanyak-banyaknya tanpa adanya batasan jumlah yang harus diekspor. Terlihat bahwa ekspor TPT Indonesia mengalami peningkatan sebesar USD 842,212 juta pada tahun 2006. Peningkatan ekspor TPT Indonesia didukung turunnya ekspor Korea dan Turki sehingga terjadi perpindahan pembeli dari kedua negara tersebut ke negara pengeksor TPT lainnya termasuk Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang positif. Pada aspek komposisi produk yang diekspor, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai yang positif. Nilai yang positif mengindikasikan bahwa produk yang dihasilkan Indonesia telah mengikuti kebutuhan pasar atau dengan kata lain negara-negara tersebut termasuk Indonesia menghasilkan dan mengekspor produk yang bervariasi.

Pada aspek distribusi pasar, berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan pendekatan Constant Market Share (CMS), diketahui bahwa semua negara memiliki pengaruh distribusi pasar yang negatif termasuk Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan negara-negara pengeksor TPT termasuk Indonesia belum didistribusikan ke seluruh pasar TPT di dunia akan tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja.

Pada aspek daya saing, produk yang dihasilkan oleh Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik di pasar dunia karena bernilai positif. Hal ini didukung dengan terjadinya peningkatan ekspor TPT Indonesia. Pada tahun 2005 nilai ekspor TPT Indonesia mencapai USD 8,295 milyar menjadi USD 9,137 milyar pada tahun 2006 atau terjadi peningkatan sebesar 0,102. Namun demikian daya saing Indonesia masih kalah bila dibandingkan dengan Cina, hal ini terlihat dari peningkatan ekspor TPT Cina lebih besar bila dibandingkan dengan Indonesia yang sebesar 0,277. Pada tahun 2005 ekspor TPT Cina mencapai USD 106,466 milyar menjadi USD 135,993 milyar pada tahun 2006.

5.2.6 Tahun 2007

Pada tahun 2007, kinerja ekspor TPT negara-negara pengekspor TPT dapat dilihat dari aspek pertumbuhan standar (pertumbuhan ekspor dunia), aspek komposisi produk, aspek distribusi dan aspek daya saing. Pada aspek pertumbuhan standar, negara-negara yang memiliki pertumbuhan ekspor yang melebihi pertumbuhan standar ekspor TPT dunia (0,052 dengan menggunakan rumus CMSA pertumbuhan standar), berturut-turut adalah Cina, Vietnam, Canada, Indonesia, India dan Italia. Sedangkan Perancis dan Thailand memiliki pertumbuhan ekspor dibawah pertumbuhan dunia bahkan Korea dan Turki memiliki pertumbuhan yang negatif.

Tabel 5.7 Hasil Analisis Kinerja Ekspor
Negara Pengekspor TPT Dunia Tahun 2007

Negara Pengekspor	Pertumbuhan Ekspor TPT	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	0.074	-0.173	0.009	0.179
Perancis	-0.309	-0.044	0.002	0.048
Cina	0.219	-0.089	0.005	0.100
India	1.221	-0.076	0.004	0.074
Italia	0.143	-0.075	0.004	0.074
Thailand	1.494	-0.291	0.015	0.266
Korea	0.091	-0.015	0.001	0.013
Turki	0.186	-0.134	0.007	0.135
Vietnam	-	-0.074	0.004	0.019
Canada	-0.627	-0.013	0.001	0.010

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan : - Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 0,071

Pertumbuhan ekspor TPT Indonesia yang melebihi pertumbuhan ekspor TPT dunia, hal ini disebabkan produk TPT yang dihasilkan Indonesia mengikuti permintaan pasar hal ini tercermin dari angka komposisi produk yang bertanda positif. Selain hal tersebut, dengan adanya penghapusan kuota ekspor TPT membuat Indonesia dapat mengekspor TPT sebanyak-banyaknya tanpa adanya batasan jumlah yang harus diekspor. Peningkatan ekspor TPT Indonesia didukung turunnya ekspor Perancis dan Canada sehingga terjadi perpindahan pembeli dari kedua negara tersebut ke negara pengekspor TPT lainnya termasuk Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang positif.

Pada aspek komposisi produk yang diekspor, semua negara termasuk Indonesia memiliki nilai yang negatif. Nilai yang negatif mengindikasikan bahwa produk yang dihasilkan Indonesia telah mengikuti kebutuhan pasar atau dengan kata lain negara-negara tersebut termasuk Indonesia menghasilkan dan mengekspor produk yang bervariasi.

Pada aspek distribusi pasar, berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan pendekatan Constant Market Share (CMS), diketahui bahwa semua negara memiliki pengaruh distribusi pasar yang positif termasuk Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan negara-negara pengeksport TPT termasuk Indonesia telah didistribusikan ke seluruh pasar TPT di dunia tidak terfokus hanya ke beberapa negara saja.

Pada aspek daya saing, produk yang dihasilkan oleh Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik di pasar dunia karena bernilai positif. Hal ini didukung dengan terjadinya peningkatan ekspor TPT Indonesia. Pada tahun 2006 nilai ekspor TPT Indonesia mencapai USD 9,137 milyar menjadi USD 9,810 milyar pada tahun 2007 atau terjadi peningkatan sebesar 0,074. Namun demikian daya saing Indonesia masih kalah bila dibandingkan dengan Thailand.

5.3 Posisi Daya Saing TPT Indonesia di Pasar Dunia

Pembahasan mengenai posisi daya saing produk TPT Indonesia di pasar dunia dilakukan terhadap 6 produk yang memiliki nilai ekspor terbesar antara lain adalah Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233), Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011), Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020), Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342), Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520), dan Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210).

Posisi daya saing Indonesia untuk ke 6 (enam) produk tersebut di atas akan dibandingkan dengan daya saing yang dimiliki oleh 9 (sembilan) negara pengeksport ke 6 produk tersebut antara lain Perancis, Cina, India, Italia, Thailand, Turki, Korea, Vietnam, dan Canada. Dengan melakukan perbandingan

akan diketahui apakah produk yang dihasilkan oleh Indonesia memiliki daya saing yang baik atau tidak di pasar dunia.

5.3.1 Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)

Untuk mengetahui daya saing untuk produk Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.8 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)

Negara Pengekspor	Tahun	Pertumbuhan Ekspor 540233	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	-0.069	-0.005	0.276	-1.472
	2003	-0.038	0.001	-0.007	-0.983
	2004	0.183	0.002	-0.668	-0.101
	2005	0.259	0.022	-2.160	0.802
	2006	0.062	0.020	-1.972	0.266
	2007	0.083	-0.027	2.526	0.922
Perancis	2002	-0.280	-0.001	0.020	-0.052
	2003	0.201	0.000	-0.0004	0.114
	2004	-0.015	0.000	-0.076	-0.026
	2005	-0.028	0.001	-0.227	-0.056
	2006	-0.023	0.001	-0.137	0.036
	2007	-0.007	-0.001	0.201	-0.026
Cina	2002	0.932	0.000	0.013	0.012
	2003	0.769	0.000	-0.0001	0.101
	2004	1.640	0.000	-0.034	0.105
	2005	1.099	0.001	-0.176	0.138
	2006	0.187	0.001	-0.191	0.049
	2007	1.095	-0.002	0.228	0.156
India	2002	-0.091	-0.004	0.114	-0.303
	2003	-0.251	0.000	-0.001	-0.069
	2004	0.756	0.000	-0.047	0.315
	2005	0.385	0.003	-0.440	0.436
	2006	0.901	0.002	-0.474	0.069
	2007	0.281	-0.005	0.622	-0.013
Italia	2002	0.067	-0.002	0.100	0.311
	2003	0.066	0.000	-0.002	-0.010
	2004	0.021	0.000	-0.214	0.102
	2005	-0.035	0.003	-0.797	0.126
	2006	0.035	0.002	-0.705	-0.041
	2007	0.018	-0.003	0.825	1.964

Tabel 5.8 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Benang Tekstur
Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)
(lanjutan)

Negara Pengekspor	Tahun	Pertumbuhan Ekspor 540233	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Thailand	2002	0.182	-0.004	0.226	0.562
	2003	0.151	0.001	-0.008	-0.815
	2004	0.819	0.002	-0.828	1.005
	2005	0.155	0.033	-3.403	0.195
	2006	-0.056	0.030	-2.659	-0.803
	2007	0.204	-0.038	2.558	0.011
Korea	2002	0.143	-0.002	0.079	1.122
	2003	-0.077	0.000	-0.002	-0.475
	2004	-0.162	0.000	-0.144	-0.253
	2005	-0.015	0.002	-0.317	-0.017
	2006	0.086	0.002	-0.251	0.282
	2007	-0.148	-0.003	0.611	0.306
Turki	2002	0.388	-0.001	0.027	0.325
	2003	0.443	0.000	-0.002	0.279
	2004	0.252	0.000	-0.219	0.013
	2005	-0.031	0.004	-0.707	0.092
	2006	-0.312	0.003	-0.569	-0.200
	2007	-0.341	-0.003	0.647	0.287
Vietnam	2002	-0.766	-0.005	0.432	-7.416
	2003	0.268	0.000	-6.53E-06	0.370
	2004	1.296	0.000	-0.064	0.399
	2005	2.022	0.001	-0.466	-0.144
	2006	0.921	0.003	-0.238	-0.013
	2007	0.363	-0.006	0.239	
Canada	2002	-0.190	-0.002	0.100	0.001
	2003	0.147	0.000	-0.002	-0.001
	2004	0.147	0.000	-0.214	0.001
	2005	0.941	0.003	-0.797	-0.0001
	2006	0.756	0.002	-0.705	-0.001
	2007	-0.999	-0.003	0.825	0.207

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0,043, 2003 : 0,081, 2004 : 0,085, 2005 : 0,025, 2006 : 0,033, 2007 : 0.022

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia bahkan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor produk ini sebesar 0,069 pada tahun 2002. Selain itu penurunan ekspor terjadi karena adanya pembeli yang beralih ke negara

pengekspor lain yang memproduksi barang sejenis, hal ini ditandai dengan adanya peningkatan ekspor dari Cina, Italia, Korea, Turki, dan Thailand. Untuk aspek komposisi Indonesia kurang memperhatikan kebutuhan pasar, hal ini terbukti dengan nilai yang negatif. Untuk aspek distribusi, Indonesia telah mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia terbukti dengan nilai yang positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Cina, India, Thailand, Korea, Turki, dan Vietnam karena memiliki nilai yang negatif.

- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini masih di bawah pertumbuhan ekspor dunia dan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor untuk produk ini dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ekspor disebabkan karena produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh negara lain, sehingga pembeli beralih membeli ke negara pengekspor lainnya. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan ekspor dari beberapa negara pengekspor antara lain Perancis, Cina, Italia, Turki, Vietnam, Thailand, dan Canada. Untuk aspek komposisi produk, produk yang dihasilkan Indonesia telah memenuhi kebutuhan pasar terlihat dari nilai positif. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Misalnya Indonesia pada tahun 2003, sebagian besar produk yang dihasilkan diekspor ke Brasil, Italia, Amerika Serikat dan Spanyol. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia masih kalah bersaing dengan Perancis, Cina, Turki, dan Vietnam.
- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia karena adanya penurunan ekspor dari beberapa negara pengekspor lainnya seperti Perancis dan Korea, sehingga pembeli yang biasanya membeli produk dari kedua negara tersebut beralih membeli ke negara pengekspor lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk

Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang lemah karena kalah bersaing dengan Cina, India, Italia, Thailand, Turki, dan Vietnam.

- Tahun 2005 dan 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia karena adanya penurunan ekspor dari beberapa negara pengekspor lainnya seperti Perancis, Italia, dan Turki pada tahun 2005. Sedangkan pada tahun 2006 negara yang mengalami penurunan ekspor adalah Perancis, Turki, dan Thailand sehingga pembeli yang biasanya membeli produk dari kedua negara tersebut beralih membeli ke negara pengekspor lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain.
- Tahun 2007 pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia karena adanya penurunan ekspor dari beberapa negara pengekspor lainnya seperti Perancis, Korea, dan Canada, sehingga pembeli yang biasanya membeli produk dari negara-negara tersebut beralih membeli ke negara pengekspor lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia belum menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat

dengan nilai negatif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor tidak terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, Indonesia memiliki daya saing tertinggi (0.116) di atas India (0.082), Vietnam (0.058), Thailand (0.021), dan Korea (0.007).
- Di pasar Hong Kong, daya saing Indonesia untuk produk ini sangat lemah bahkan bila dibandingkan dengan Vietnam daya saing Indonesia masih kalah. Negara pengekspor yang memiliki daya saing tertinggi untuk produk ini di pasar Hong Kong berturut-turut adalah Cina, Korea dan Italia.
- Di pasar Inggris, Indonesia merupakan negara terkuat untuk produk ini karena memiliki daya saing yang tertinggi bila dibandingkan dengan negara lainnya. Di bawah Indonesia berturut-turut adalah Thailand dan Perancis sedangkan negara pengekspor lainnya memiliki nilai daya saing yang negatif.
- Di pasar Jepang, Indonesia masih tetap yang terkuat untuk produk ini karena memiliki daya saing tertinggi dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya, dibawah Indonesia berturut-turut Korea, Vietnam, Perancis, Italia, India, dan Canada.
- Di pasar Amerika Serikat, daya saing produk Indonesia masih kalah dari Thailand yang merupakan negara terkuat untuk produk ini. Namun demikian daya saing yang dimiliki Indonesia masih lebih baik bila dibandingkan dengan India, Perancis bahkan dengan Cina.

5.3.2 Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)
Untuk mengetahui daya saing untuk produk Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan

Eceran (551011) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.9 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari
Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 551011	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	0.191	0.0003	-0.153	-1.119
	2003	-0.045	0.001	0.034	-0.125
	2004	0.419	0.0003	-0.202	0.511
	2005	0.195	0.001	-0.444	0.160
	2006	0.538	0.001	-0.329	0.139
	2007	0.476	0.007	-1.559	1.282
	Perancis	2002	-0.264	3.76E-5	-0.013
2003		-0.225	0.0001	0.001	-0.032
2004		0.474	1.32E-5	-0.004	0.021
2005		0.047	0.0001	-0.009	0.023
2006		0.449	2.18E-5	-0.010	0.085
2007		0.114	0.0002	-0.084	0.003
Cina		2002	0.188	1.61E-05	-0.005
	2003	0.488	1.34E-5	0.001	0.077
	2004	-0.015	6.17E-6	-0.011	-0.065
	2005	0.310	1.33E-5	-0.011	0.029
	2006	1.162	6.64E-6	-0.001	0.009
	2007	2.344	9.27E-05	-0.042	0.040
	India	2002	0.592	0.001	-0.051
2003		0.317	0.0003	0.003	-0.044
2004		0.113	0.0001	-0.015	-0.036
2005		0.094	0.0004	-0.027	0.037
2006		0.395	0.0002	-0.019	0.119
2007		0.445	0.002	-0.134	0.008
Italia		2002	0.232	5.37E-5	-0.012
	2003	0.430	6.76E-5	0.003	0.079
	2004	0.551	3.31E-5	-0.021	-0.116
	2005	-0.289	1.24E-4	-0.025	0.030
	2006	0.122	4.06E-5	-0.023	-0.163
	2007	0.146	0.0003	-0.046	-0.004
	Thailand	2002	0.215	0.0003	-0.144
2003		0.221	0.001	0.052	-1.623
2004		0.713	0.0003	-0.165	0.920
2005		0.215	0.001	-0.407	-0.097
2006		0.218	0.001	-0.301	-1.463
2007		0.554	0.007	-0.867	0.891
Korea		2002	0.342	1.59E-5	-0.011
	2003	1.315	1.78E-5	0.001	0.277
	2004	0.521	1.65E-5	-0.034	0.091
	2005	0.418	0.0001	-0.082	0.303
	2006	0.319	0.0001	-0.106	-0.148
	2007	0.540	0.001	-0.499	-0.493

Tabel 5.9 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari
Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)
(lanjutan)

Negara Pengekspor	Tahun	Pertumbuhan Ekspor 551011	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Turki	2002	0.969	5.61E-6	-0.005	-0.052
	2003	0.923	2.51E-5	0.001	0.004
	2004	0.333	1.51E-5	-0.005	0.020
	2005	0.827	0.0001	-0.011	-0.006
	2006	0.172	3.61E-5	-0.008	-0.087
	2007	0.562	0.0004	0.003	0.685
Vietnam	2002	-	0	0	0.000
	2003	-1.000	3.26E-7	0	0.000
	2004	-	0	0	0.005
	2005	-0.407	0.0001	-0.001	0.233
	2006	1.662	3.83E-5	-0.024	0.080
	2007	0.421	0.001	-0.124	-0.014
Canada	2002	0.044	2.79E-6	-7.95E-6	-2.75E-5
	2003	1.648	5.98E-6	2.16E-6	-0.0001
	2004	-0.345	5.74E-6	-5.93E-6	-0.0001
	2005	0.199	9.22E-6	-5.15E-6	-2.45E-5
	2006	0.875	4.67E-6	-1.28E-6	-1.39E-5
	2007	1.862	6.37E05	-5.88E-07	0.440

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0,188, 2003 : 0,083, 2004 : 0,366, 2005 : 0,023, 2006 : 0,402, 2007 : 0,240.

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia. Hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini sebesar 0,191 pada tahun 2002. Peningkatan ekspor Indonesia disebabkan adanya penurunan ekspor dari negara pengeksport lainnya seperti Perancis, sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Perancis ke negara pengeksport lainnya yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi Indonesia telah memperhatikan kebutuhan pasar, hal ini terbukti dengan nilai yang positif. Untuk aspek distribusi, Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia terbukti dengan nilai yang negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Cina, India, Italia,

Thailand, dan Korea karena daya saing Indonesia memiliki nilai yang negatif.

- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini masih di bawah pertumbuhan ekspor dunia dan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor untuk produk ini dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan dengan negara pengekspor lainnya, sehingga terjadi pengalihan pembeli ke negara-negara yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif seperti Cina, India, Italia, Korea, Korea, dan Thailand. Untuk aspek komposisi produk, produk yang dihasilkan Indonesia telah memenuhi kebutuhan pasar terlihat dari nilai positif. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia telah mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia, hal ini terlihat dari nilai yang positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia masih kalah bersaing dengan Cina, Korea, dan Turki.
- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Cina dan Canada, sehingga terjadi pengalihan pembeli ke negara pengekspor lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik, namun demikian daya saing Indonesia masih kalah bila dibandingkan dengan Thailand.
- Tahun 2005, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia

disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengeksport lainnya seperti Vietnam, sehingga terjadi pengalihan pembeli ke negara pengeksport lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain. Namun demikian daya saing Indonesia masih kalah dengan Korea dan Vietnam.

- Tahun 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan meningkatnya ekspor Indonesia untuk produk ini bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengeksport lainnya Canada, sehingga terjadi pengalihan pembeli ke negara pengeksport lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya.
- Tahun 2007, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan meningkatnya ekspor Indonesia untuk produk ini bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor Indonesia disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengeksport lainnya Korea, sehingga terjadi pengalihan pembeli ke negara pengeksport lainnya yang memiliki pertumbuhan yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat

dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, Perancis merupakan negara terkuat untuk produk ini karena memiliki daya saing tertinggi diikuti oleh India, Indonesia, Cina, dan Turkey. Meskipun daya saing Indonesia bukanlah yang tertinggi namun demikian masih lebih baik dibandingkan dengan Cina dan Turkey.
- Di pasar Hong Kong, daya saing Indonesia untuk produk ini cukup tinggi meskipun masih kalah dengan Korea yang memiliki daya saing tertinggi serta dengan Thailand.
- Di pasar Inggris, Indonesia memiliki daya saing terendah karena bernilai negatif bila dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya. Bahkan daya saing produk Indonesia kalah dari Thailand. Untuk produk ini negara yang memiliki daya saing tertinggi adalah India diikuti Perancis, Thailand, dan Cina.
- Di pasar Jepang, negara yang memiliki daya saing tertinggi adalah Thailand. Sedangkan untuk produk Indonesia memiliki daya saing terlemah karena bernilai negatif.
- Di pasar Amerika Serikat, daya saing Indonesia untuk produk ini merupakan yang terkuat karena memiliki daya saing tertinggi. Di bawah Indonesia berturut-turut adalah Vietnam, India, dan Cina.

5.3.3 Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)

Untuk mengetahui daya saing untuk produk Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.10 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 611020	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	-0.222	0.0003	-0.428	-4.059
	2003	0.222	0.0002	-0.506	0.390
	2004	0.150	0.0001	-0.467	3.647
	2005	-0.122	0.004	-2.935	-4.111
	2006	0.472	0.004	-3.239	6.207
	2007	0.134	-0.021	20.429	2.898
Perancis	2002	0.288	0.0001	-0.060	0.651
	2003	0.297	0.0001	-0.094	0.345
	2004	0.094	0.0001	-0.083	0.023
	2005	0.010	0.001	-0.415	-0.600
	2006	0.066	0.002	-0.511	-0.073
	2007	0.512	-0.007	2.342	0.175
Cina	2002	0.096	0.001	-1.399	-1.001
	2003	0.102	0.0002	-0.644	0.242
	2004	0.118	0.0001	-0.478	0.632
	2005	0.656	0.003	-2.327	6.308
	2006	0.586	0.006	-4.268	5.264
	2007	0.604	-0.026	20.783	17.749
India	2002	0.432	0.001	-0.530	6.413
	2003	-0.154	0.0001	-0.159	-1.393
	2004	0.010	3.65E-5	-0.094	-0.490
	2005	0.232	0.001	-0.455	1.530
	2006	0.283	0.001	-0.801	0.380
	2007	0.001	-0.006	4.001	21.785
Italia	2002	0.036	0.001	-0.509	-1.598
	2003	0.125	0.0002	-0.320	-0.770
	2004	0.080	0.0001	-0.241	-0.428
	2005	-0.044	0.004	-1.177	-1.430
	2006	0.045	0.004	-1.523	-1.066
	2007	0.094	-0.016	6.008	-0.240
Thailand	2002	-0.094	0.001	-1.581	-11.261
	2003	-0.020	0.001	-1.784	-7.384
	2004	0.127	0.0003	-1.311	0.165
	2005	-0.097	0.010	-6.483	0.055
	2006	-0.067	0.011	-9.855	-8.619
	2007	-0.110	-0.037	37.257	30.057

Tabel 5.10 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)
(lanjutan)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 611020	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Korea	2002	-0.127	0.0003	-0.438	-4.745
	2003	-0.036	0.0001	-0.177	-0.593
	2004	-0.073	3.82E-5	-0.150	-1.071
	2005	-0.229	0.001	-0.682	-0.339
	2006	-0.370	0.001	-1.071	-2.562
	2007	0.541	-0.003	2.658	5.268
Turki	2002	0.221	0.001	-0.902	6.300
	2003	0.196	0.001	-1.608	1.343
	2004	-0.097	0.0003	-1.228	-9.873
	2005	-0.029	0.008	-4.626	-4.630
	2006	-0.072	0.010	-5.779	-4.737
	2007	0.103	-0.039	27.411	4.821
Vietnam	2002	9.673	9.57E-05	-0.049	70.810
	2003	1.111	0.0001	-0.426	15.140
	2004	1.138	0.0001	-0.660	19.936
	2005	-0.234	0.007	-5.623	-9.570
	2006	0.208	0.006	-6.014	4.066
	2007	1.259	-0.023	27.469	84.809
Canada	2002	0.062	0.0001	-0.0002	-0.002
	2003	-0.214	0.0001	-0.0002	-0.001
	2004	-0.112	0.0001	-0.0002	-0.001
	2005	-0.162	0.001	-0.001	-0.003
	2006	0.014	0.001	-0.001	0.000
	2007	-0.186	-0.004	0.002	3.401

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0.092, 2003 : 0.119, 2004 : 0.068, 2005 : 0.062, 2006 : 0.116, 2007 : -0.171.

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia bahkan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor produk ini sebesar 0,222 pada tahun 2002. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, India, Italia, Turki, Vietnam, dan Thailand. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah memperhatikan kebutuhan

pasar, hal ini terbukti dengan nilai yang positif. Untuk aspek distribusi, semua negara termasuk Indonesia belum mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia hanya fokus ke beberapa negara saja, hal ini terbukti dengan nilai yang negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Perancis, India, Turki, dan Vietnam karena Indonesia memiliki nilai yang negatif.

- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan ekspor untuk produk ini dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 0,221. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti India, Korea, Thailand, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk, produk yang dihasilkan semua negara termasuk Indonesia telah memenuhi kebutuhan pasar terlihat dari nilai positif. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan Vietnam, dan Turki.
- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Korea, Turki, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja

sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan Vietnam.

- Tahun 2005, ternyata pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya penurunan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya sebesar 0,122. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, dan India. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang lemah karena bernilai negatif.
- Tahun 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terlihat dengan adanya peningkatan ekspor bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 0,472. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Korea, Turki, dan Thailand sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang baik bila dibandingkan dengan negara lainnya.
- Tahun 2007, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terlihat dengan adanya peningkatan ekspor

bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengeksport lainnya seperti Korea dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengeksport yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia belum menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar terlihat dengan nilai negatif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor tidak terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang baik bila dibandingkan dengan negara lainnya.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, Indonesia memiliki daya saing yang lemah karena bernilai negatif. Sedangkan negara yang memiliki daya saing yang tinggi berturut-turut adalah Cina, Vietnam, Thailand, dan Perancis.
- Di pasar Hong Kong, Cina merupakan negara terkuat karena memiliki daya saing tertinggi (2.438). Meskipun daya saing Indonesia untuk produk ini bukanlah yang tertinggi namun demikian masih lebih baik dibandingkan dengan Perancis, India, dan Thailand.
- Di pasar Inggris, daya saing Indonesia untuk produk ini masih kalah bila dibandingkan dengan India yang merupakan negara yang memiliki daya saing tertinggi. Namun demikian daya saing yang dimiliki Indonesia masih lebih baik dibandingkan dengan Cina dan Korea.
- Di pasar Jepang, negara terkuat yang memiliki daya saing tertinggi untuk produk ini adalah Cina dengan 1.173. Sedangkan Indonesia memiliki daya saing yang rendah karena bernilai negatif.
- Di pasar Amerika Serikat, Indonesia merupakan negara yang memiliki daya saing tertinggi dibandingkan dengan negara-negara pengeksport lainnya

bahkan dengan Cina yang merupakan negara pengeksport terbesar di Amerika Serikat.

5.3.4 Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)

Untuk mengetahui daya saing untuk produk Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.11 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)

Negara Pengeksport	Thn	Pertumbuhan Ekspor 620342	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	-0.136	0.0003	-0.359	-2.539
	2003	0.158	0.002	-1.756	0.096
	2004	-0.316	-0.001	-0.420	-7.127
	2005	0.103	0.003	-2.220	2.478
	2006	0.455	0.002	-1.441	6.965
	2007	0.228	-0.011	1.273	2.496
Perancis	2002	0.053	9.64E-05	-0.067	0.342
	2003	0.259	0.001	-0.324	0.755
	2004	0.319	-0.0003	-0.081	1.498
	2005	-0.036	0.002	-0.832	-1.513
	2006	0.049	0.001	-0.369	-0.502
	2007	0.159	-0.005	0.210	-1.129
Cina	2002	-0.040	0.001	-0.732	-4.460
	2003	0.177	0.002	-1.106	-0.363
	2004	0.075	-0.001	-0.209	0.229
	2005	0.400	0.003	-1.529	2.703
	2006	0.325	0.002	-1.003	0.873
	2007	0.034	-0.010	0.572	8.666
India	2002	-0.019	0.001	-0.774	-0.169
	2003	0.175	0.001	-0.641	0.122
	2004	0.025	-0.001	-0.142	0.341
	2005	0.613	0.002	-1.285	4.370
	2006	0.280	0.002	-0.909	3.296
	2007	0.052	-0.009	0.754	4.279
Italia	2002	0.061	0.001	-0.469	0.181
	2003	0.152	0.002	-1.168	-0.283
	2004	0.034	-0.001	-0.246	-1.568
	2005	0.073	0.004	-1.698	-0.689
	2006	0.022	0.003	-0.993	-1.144
	2007	0.060	-0.012	0.567	-0.200

Tabel 5.11 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342) (lanjutan)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 620342	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Thailand	2002	-0.118	0.001	-0.626	0.079
	2003	-0.031	0.005	-3.109	-8.199
	2004	-0.070	-0.002	-0.546	-4.132
	2005	0.157	0.007	-3.507	6.594
	2006	-0.018	0.005	-2.721	-4.207
	2007	-0.266	-0.020	1.496	-4.382
Korea	2002	-0.041	3.39E-05	0.0003	-0.557
	2003	0.059	0.0001	0.0068	-0.044
	2004	-0.075	-4.98E-05	0.0016	0.004
	2005	-0.518	0.0002	0.0000	-0.387
	2006	-0.373	0.0001	0.0053	-0.399
	2007	0.155	-0.0002	0.12	0.447
Turki	2002	0.244	0.0003	-0.298	2.360
	2003	0.269	0.003	-1.865	3.045
	2004	0.195	-0.001	-0.415	0.170
	2005	0.125	0.006	-3.123	-1.555
	2006	-0.154	0.005	-1.671	-4.958
	2007	-0.991	-0.020	0.963	7.268
Vietnam	2002	14.114	5.11E-05	-0.076	67.896
	2003	0.169	0.001	-1.081	1.404
	2004	-0.401	-0.0004	-0.229	-5.768
	2005	0.497	0.001	-0.827	2.854
	2006	0.085	0.001	-0.724	-0.193
	2007	5.098	-0.003	0.386	39.152
Canada	2002	0.262	4.32E-05	0.00001	-0.001
	2003	0.174	0.0004	0.0001	-0.001
	2004	-0.584	-0.0002	0.00001	0.000
	2005	-0.153	0.0003	0.0001	-0.004
	2006	0.296	0.0002	0.00002	-0.001
	2007	-0.022	-0.001	0.0001	1.330

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0.021, 2003 : 0.112, 2004 : 0.088, 2005 : 0.097, 2006 : 0.059, 2007 : 0.368.

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia bahkan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor produk ini sebesar 0,136 pada tahun 2002. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah

bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, Italia, Turki, Vietnam, dan Canada. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah memperhatikan kebutuhan pasar, hal ini terbukti dengan nilai yang positif. Untuk aspek distribusi, semua negara termasuk Indonesia belum mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia hanya terfokus ke beberapa negara saja terbukti dengan nilai yang negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Perancis, Italia, Thailand, Turki, dan Vietnam karena Indonesia memiliki nilai yang negatif.

- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan ekspor untuk produk ini dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Thailand sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Thailand ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia produk yang dihasilkan Indonesia telah memenuhi kebutuhan pasar terlihat dari nilai positif. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan Perancis, India, Turki, dan Vietnam.
- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan ekspor dunia karena bernilai negatif, hal ini terbukti dengan adanya penurunan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 0,316. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, India, Italia, dan Turki.

Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia dalam menghasilkan produk kurang sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai negatif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang lemah karena kalah bersaing dengan Perancis, Cina, India, Thailand, Korea, dan Turki.

- Tahun 2005, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya sebesar 0,103. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Perancis, Korea, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik, namun demikian daya saing Indonesia masih kalah bersaing dengan Cina, India, Thailand, dan Vietnam.
- Tahun 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan adanya peningkatan ekspor bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Korea, Turki, dan Thailand sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia, melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan

untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara lainnya.

- Tahun 2007, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan ekspor dunia karena bernilai negatif, hal ini terbukti dengan adanya penurunan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia dalam menghasilkan produk kurang sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai negatif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor tidak terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang baik namun masih kalah bila dibandingkan dengan yang lain.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, daya saing Indonesia untuk produk Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan HS620342 termasuk lemah karena bernilai negative dan masih kalah dengan daya saing Vietnam sebesar 0.669 yang merupakan negara dengan daya saing tertinggi.
- Di pasar Hong Kong, negara terkuat untuk produk tersebut adalah Cina yang memiliki daya saing tertinggi, diikuti oleh India. Sedangkan daya saing Indonesia untuk produk ini termasuk yang lemah karena bernilai negative.
- Di pasar Inggris, daya saing Indonesia untuk produk ini merupakan yang tertinggi dengan nilai 0.712. Daya saing Indonesia mengalahkan Cina (0.042) dan India (0.508).

- Di pasar Jepang, Indonesia memiliki daya saing tertinggi dibandingkan dengan negara lainnya.
- Di pasar Amerika Serikat, produk Indonesia memiliki daya saing tertinggi diantara negara-negara pengekspor lainnya.

5.3.5 Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)

Untuk mengetahui daya saing untuk produk Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.12 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor.620520	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	-0.125	0.002	-0.003	-0.001
	2003	0.081	0.001	-0.002	0.0001
	2004	0.193	0.001	-0.001	0.001
	2005	0.140	0.001	-0.0004	0.004
	2006	0.011	0.001	-0.002	0.001
	2007	0.179	-0.003	0.031	0.003
	Perancis	2002	0.078	0.0004	-0.0001
2003		0.188	0.0001	-0.0001	0.0004
2004		0.097	0.0003	-0.0005	0.0001
2005		0.049	0.0001	-0.0005	-0.0001
2006		0.103	0.0002	-0.0001	0.0001
2007		0.203	-0.001	0.002	4.17E-06
Cina		2002	-0.070	0.003	-0.003
	2003	0.175	0.0002	-0.001	-0.0001
	2004	0.191	0.001	-0.0002	0.0002
	2005	0.317	0.0003	-0.0001	0.001
	2006	0.243	0.0004	-0.001	0.002
	2007	0.215	-0.001	0.007	0.005
	India	2002	0.060	0.019	-0.018
2003		0.009	0.001	-0.002	-0.004
2004		0.026	0.002	-0.001	0.002
2005		0.101	0.001	-0.0003	0.001
2006		-0.052	0.001	-0.002	-0.003
2007		0.044	-0.003	0.018	0.003
Italia		2002	0.163	0.002	-0.001
	2003	0.257	0.0003	-0.0004	0.001
	2004	0.006	0.001	-0.0002	-0.001
	2005	-0.057	0.0003	-0.0001	-0.001
	2006	0.098	0.0004	-0.0004	-0.0003
	2007	0.217	-0.001	0.004	0.002

Tabel 5.12 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)
(lanjutan)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 620520	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Thailand	2002	0.005	0.002	-0.003	0.003
	2003	-0.026	0.001	-0.001	-0.003
	2004	0.261	0.001	-0.001	0.001
	2005	0.071	0.001	-0.0003	-0.001
	2006	-0.062	0.001	-0.002	-0.001
	2007	0.065	-0.003	0.018	0.004
Korea	2002	0.003	0.001	-0.001	0.001
	2003	0.220	9.22E-05	-0.0003	0.0004
	2004	0.092	0.0003	-0.0001	-0.0002
	2005	-0.225	0.0002	-0.0001	-0.001
	2006	-0.385	0.0002	-0.0004	-0.002
	2007	-0.408	-0.0003	0.004	-0.002
Turki	2002	0.554	0.001	-0.001	0.003
	2003	0.359	0.0003	-0.001	0.001
	2004	0.257	0.001	-0.0003	0.002
	2005	0.053	0.001	-0.0001	-0.001
	2006	-0.065	0.001	-0.001	-0.002
	2007	0.207	-0.002	0.009	0.005
Vietnam	2002	0.881	0.002	-0.002	0.034
	2003	0.567	0.0002	-0.001	0.006
	2004	1.747	0.001	-0.0003	0.020
	2005	-0.401	0.001	-0.0003	-0.013
	2006	-0.085	0.001	-0.001	-0.002
	2007	8.552	-0.001	0.011	0.017
Canada	2002	0.009	0.0003	-0.0002	0.0001
	2003	0.046	7.95E-05	-0.0001	-2.01E-5
	2004	-0.147	0.0002	-3.95E-5	-0.0001
	2005	-0.244	0.0001	-1.86E-5	-0.0002
	2006	-0.051	0.0001	-0.0001	-0.0001
	2007	-0.215	-0.0002	0.001	1.193

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0.018, 2003 : 0.137, 2004 : 0.110, 2005 : 0.081, 2006 : 0.049, 2007 : -0.826.

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia bahkan bernilai negatif. Hal ini terbukti dengan penurunan ekspor produk ini sebesar 0,125 pada tahun 2002. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor

lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, India, Italia, Korea, Turki, Vietnam, Thailand, dan Canada. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia, melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Cina, India, Thailand, Korea, Turki, dan Vietnam karena Indonesia memiliki nilai yang negatif.

- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan ekspor dunia. Namun demikian ekspor Indonesia untuk produk ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya akan tetapi peningkatan yang terjadi masih dibawah peningkatan ekspor dunia. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, India, Italia, Korea, Turki, Vietnam, dan Canada. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan Perancis, Italia, Korea, Turki, dan Vietnam.
- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara

pengekspor lainnya seperti Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan India, Turki, dan Vietnam.

- Tahun 2005, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Italia, Korea, Vietnam, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain.
- Tahun 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan ekspor dunia. Namun demikian ekspor Indonesia untuk produk ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya akan tetapi peningkatan yang terjadi masih dibawah peningkatan ekspor dunia. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, dan Italia. Untuk aspek komposisi produk, semua negara

termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun demikian masih kalah bersaing dengan Cina.

- Tahun 2007, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti Korea, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia belum menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai negatif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor tidak terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, daya saing Indonesia untuk produk ini merupakan yang tertinggi di atas Perancis, Cina dan Thailand.
- Di pasar Hong Kong, daya saing Indonesia untuk produk ini termasuk yang terlemah karena bernilai negative bahkan daya saing Indonesia masih kalah dengan Thailand dan Vietnam. Sedangkan yang memiliki daya saing tertinggi di pasar Hong Kong adalah Cina.

- Di pasar Inggris, negara yang memiliki daya saing tertinggi adalah Cina. Daya saing Indonesia di pasar Inggris termasuk yang terlemah karena bernilai negatif bahkan kalah bersaing dengan Vietnam yang bernilai 0.039.
- Di pasar Jepang, daya saing Indonesia untuk produk ini termasuk yang terlemah karena bernilai negatif dan negara yang memiliki daya saing tertinggi di pasar Jepang adalah Cina dengan nilai 0.118.
- Di pasar Amerika Serikat, daya saing Indonesia termasuk yang terkuat karena memiliki nilai tertinggi (2.395). Namun demikian Indonesia harus berhati-hati dengan Vietnam karena nilai daya saing Vietnam tidak berbeda jauh dengan Indonesia yaitu 1.958 karena tidak mungkin pada tahun-tahun mendatang daya saing Indonesia dapat dikalahkan oleh Vietnam.

5.3.6 Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)

Untuk mengetahui daya saing untuk produk Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210) di pasar dunia dapat diketahui dengan melihat kinerja pertumbuhan ekspor untuk produk tersebut.

Tabel 5.13 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)

Negara Pengekspor	Tahun	Pertumbuhan Ekspor 621210	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
Indonesia	2002	0.046	0.0004	9.28E-06	-0.001
	2003	0.120	0.005	-0.005	0.001
	2004	0.141	0.004	-0.003	0.003
	2005	0.142	0.001	-0.0003	0.002
	2006	0.166	0.016	-0.013	0.003
	2007	-0.013	-0.017	0.004	-0.001
Perancis	2002	0.101	0.0003	1.81E-06	2.42E-05
	2003	0.179	0.002	-0.001	0.0004
	2004	0.011	0.002	-0.0005	-0.001
	2005	0.036	0.0003	-3.84E-05	-0.0003
	2006	0.078	0.006	-0.001	-0.0001
	2007	0.122	-0.007	0.0004	0.001
Cina	2002	0.195	0.0004	8.79E-06	0.001
	2003	0.551	0.001	-0.001	0.001
	2004	0.394	0.001	-0.001	0.0003
	2005	0.057	0.0003	-8.47E-05	0.001
	2006	1.126	0.005	-0.003	0.004
	2007	-0.235	-0.009	0.001	0.008

Tabel 5.13 Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor
Penyangga Dada dan Perengkapannya (621210) (lanjutan)

Negara Pengekspor	Thn	Pertumbuhan Ekspor 621210	Komposisi Produk	Distribusi	Daya Saing
India	2002	0.517	9.12E-05	2.23E-06	0.002
	2003	-0.406	0.0002	-0.0002	-0.001
	2004	-0.691	8.86E-05	-6.39E-05	-0.001
	2005	2.085	4.73E-06	-5.48E-07	0.0004
	2006	0.484	0.0002	-0.0002	0.0002
	2007	1.192	-0.0003	7.72E-05	0.002
Italia	2002	0.074	0.0002	1.26E-06	-0.0003
	2003	0.234	0.001	-0.0002	0.0002
	2004	0.085	0.001	-0.0002	-0.0002
	2005	-0.112	0.0001	-1.45E-05	-0.0002
	2006	0.134	0.002	-0.0005	-3.94E-05
	2007	0.228	-0.003	0.0001	-0.0003
Thailand	2002	0.058	0.002	3.37E-05	-0.003
	2003	-0.004	0.015	-0.014	-0.005
	2004	0.212	0.011	-0.008	0.010
	2005	0.092	0.002	-0.001	0.001
	2006	0.124	0.044	-0.034	0.002
	2007	0.082	-0.048	0.010	0.011
Korea	2002	-0.197	6.67E-05	1.26E-06	-0.001
	2003	-0.167	0.0002	-0.0001	-0.0002
	2004	-0.063	0.0001	-5.16E-05	8.89E-05
	2005	0.097	2.17E-05	-7.16E-06	-8.98E-05
	2006	0.125	0.001	-0.0002	-5.71E-05
	2007	-0.528	-0.001	733.E-05	-0.0003
Turki	2002	0.292	5.11E-05	8.05E-07	0.0003
	2003	0.471	0.001	-0.001	0.001
	2004	0.269	0.001	-0.0003	0.0003
	2005	0.159	0.0001	-3.51E-05	0.0004
	2006	-0.210	0.003	-0.001	-0.001
	2007	-0.906	-0.003	0.0003	0.0002
Vietnam	2002	0.382	0.002	3.77E-05	0.014
	2003	-0.072	0.004	-0.003	-0.004
	2004	0.179	0.002	-0.001	-0.001
	2005	-0.018	0.0004	-0.0001	0.0001
	2006	0.143	0.007	-0.004	0.0002
	2007	0.368	-0.007	0.001	0.001
Canada	2002	-0.085	3.89E-05	7.10E-07	5.70E-5
	2003	0.145	0.0003	-0.0003	-0.0003
	2004	0.254	0.0003	-0.0002	-3.92E-5
	2005	-0.076	5.48E-05	-1.67E-05	-0.001
	2006	0.127	0.001	-0.0001	0.0002
	2007	-0.377	-0.001	6.60E-05	0.881

Sumber : UNComtrade 2008 (diolah)

Keterangan :

- Angka-angka pada tabel, semakin besar nilai positif, semakin baik
- Pertumbuhan ekspor TPT dunia (pertumbuhan standar) adalah 2002 : 0.111, 2003 : 0.104, 2004 : 0.099, 2005 : 0.034, 2006 : 0.105, 2007 : 0.360.

Selama kurun waktu 2002 – 2006 kinerja ekspor produk Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210) sebagai berikut :

- Tahun 2002, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia. Namun demikian ekspor Indonesia untuk produk ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya akan tetapi peningkatan yang terjadi masih dibawah peningkatan ekspor dunia. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, Cina, India, Italia, Turki, Vietnam, dan Thailand. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Untuk aspek distribusi, Indonesia telah mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia terbukti dengan nilai yang positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Perancis, Cina, India, Turki, Vietnam, dan Canada karena memiliki nilai yang negatif.
- Tahun 2003, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan ekspor untuk produk ini dibandingkan tahu sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara pengekspor lainnya seperti India, Korea, Vietnam, dan Thailand sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk, produk yang dihasilkan Indonesia telah memenuhi kebutuhan pasar terlihat dari nilai positif. Untuk aspek distribusi seluruh negara termasuk Indonesia tidak mendistribusikan produk ini ke pasar-pasar TPT dunia tetapi terfokus hanya ke beberapa negara saja. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik namun masih kalah bersaing dengan Cina.

- Tahun 2004, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan peningkatan ekspor produk ini pada tahun 2004 bila dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara-pengekspor lainnya seperti India dan Korea sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara-pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik di pasar dunia namun demikian masih kalah bersaing dengan Thailand.
- Tahun 2005, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di atas pertumbuhan dunia, terbukti dengan adanya peningkatan ekspor produk ini bila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara-pengekspor lainnya seperti Italia, Vietnam, dan Canada sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara-negara tersebut ke negara-pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat bila dibandingkan dengan negara yang lain.
- Tahun 2006, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini di atas pertumbuhan ekspor dunia, hal ini terbukti dengan adanya peningkatan ekspor bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ekspor ini disebabkan adanya penurunan ekspor negara-pengekspor lainnya seperti Turki sehingga terjadi pengalihan pembeli dari negara tersebut ke negara

pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor yang positif termasuk Indonesia. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia telah menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Pada aspek distribusi semua negara termasuk Indonesia, melakukan ekspor terfokus hanya ke beberapa negara saja sehingga nilainya negatif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang cukup kuat bila dibandingkan dengan negara lainnya, namun masih kalah dengan Cina.

- Tahun 2007, pertumbuhan ekspor Indonesia untuk produk ini berada di bawah pertumbuhan dunia. Penurunan ekspor Indonesia disebabkan produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara pengekspor lainnya sehingga terjadi pengalihan pembeli dari Indonesia ke negara pengekspor yang memiliki pertumbuhan ekspor positif seperti Perancis, India, Italia, Thailand, dan Vietnam. Untuk aspek komposisi produk, semua negara termasuk Indonesia belum menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar hal ini terlihat dengan nilai positif untuk komposisi produk. Untuk aspek distribusi, Indonesia telah mendistribusikan produk ini ke seluruh pasar TPT dunia terbukti dengan nilai yang positif. Sedangkan untuk aspek daya saing, produk yang dihasilkan Indonesia kalah bersaing di pasar dunia dengan Perancis, Cina, India, Thailand, Turki, Vietnam, dan Canada karena memiliki nilai yang negatif.

Sedangkan posisi daya saing Indonesia untuk produk Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210) yang diperoleh dengan menggunakan analisa Constant Market Share (CMS) di 5 (lima) pasar dunia (Jerman, Hong Kong, Inggris, Jepang, Amerika Serikat) pada tahun 2006 sebagai berikut :

- Di pasar Jerman, posisi daya saing Indonesia untuk produk ini merupakan salah satu yang terlemah karena memiliki nilai yang negatif. Dan negara yang memiliki daya saing tertinggi untuk produk ini di pasar Jerman adalah Thailand diikuti oleh Cina, Vietnam dan Italia.
- Di pasar Hong Kong, daya saing Indonesia termasuk salah satu yang terlemah karena bernilai negatif, hal ini membuat terjadi penurunan ekspor

Indonesia sebesar -0.621%. Dan negara yang memiliki daya saing tertinggi adalah Cina diikuti Vietnam, Italia dan Canada.

- Di pasar Inggris, posisi daya saing Indonesia termasuk yang terkuat (tertinggi) karena memiliki nilai yang positif, bila diurutkan maka Indonesia berada di posisi pertama diikuti oleh Cina, Italia dan India.
- Di pasar Jepang, daya saing Indonesia merupakan salah satu yang terlemah karena memiliki nilai yang negatif. Dan negara yang memiliki daya saing tertinggi di pasar Jepang adalah Vietnam diikuti oleh Cina, Perancis dan India.
- Di pasar Amerika Serikat, daya saing Indonesia (1.398) untuk produk ini merupakan salah satu yang terkuat meskipun lebih kecil bila dibandingkan dengan Cina (3.433).

5.4 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Dengan sifat statisnya seperti pada metode lain seperti RCA, Konsentrasi pasar, akselerasi rasio, metode CMSA juga hanya menggambarkan fenomena masa lalu, paling tidak untuk keadaan masa kini. Oleh sebab itu metode ini harus dilengkapi dengan indeks spesialisasi perdagangan (ISP) untuk akselerasi ke depan. Metode ini menggambarkan secara lengkap periode masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang melalui suatu pembabakan industrialisasi untuk menentukan apakah suatu komoditi sudah berada pada tahap perkembangan yang seharusnya.

Berikut hasil perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan Indonesia untuk masing-masing produk sebagai berikut :

Tabel 5.14 Indeks Spesialisasi Perdagangan Tahun 2002-2006

Produk	ISP Tahun					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TPT	0.621	0.590	0.642	0.657	0.697	0.662
540233	0.966	0.933	0.875	0.864	0.812	0.964
551011	0.910	0.946	0.997	0.995	0.997	0.999
611020	0.996	0.997	0.998	0.992	0.989	0.982
620342	0.990	0.992	0.986	0.970	0.973	0.956
620520	0.997	0.997	0.994	0.988	0.984	0.977
621210	0.985	0.988	0.992	0.969	0.971	0.930

Sumber : UNComtrade (2008) (diolah)

Dari perhitungan ISP dalam enam tahun terakhir (2002-2007) perkembangan TPT Indonesia menunjukkan tahap pertumbuhan yang berkisar antara 0,590 sampai dengan 0,697. Pada tahap ini produk TPT yang dihasilkan Indonesia sudah dikenal luas di pasar dunia, sehingga produk TPT Indonesia akan terus tumbuh dan berkembang menuju tahap kematangan.

Sedangkan berdasarkan HS maka, HS 540233 (Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran), berdasarkan perhitungan ISP dalam kurun waktu enam tahun terakhir (2002-2007) perkembangannya menunjukkan tahap kematangan yang berkisar antara 0,812 sampai dengan 0,966. Hal ini menandakan bahwa produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

HS 551011 (Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran) dari hasil perhitungan ISP selama kurun waktu enam tahun (2002-2007) perkembangannya menunjukkan tahap kematangan yang berkisar antara 0,910 sampai dengan 0,999. Pada tahap ini produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

Demikian pula halnya dengan HS 611020 (Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas) berdasarkan perhitungan ISP selama kurun waktu 2002-2007 perkembangannya berada pada tahap kematangan yang berkisar antara 0,982-0,998. Pada tahap ini produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

HS 620342 (Celana Panjang dan Pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan) berdasarkan perhitungan ISP selama kurun waktu enam tahun (2002-2007) perkembangannya menunjukkan tahap kematangan yang berkisar antara 0,956 sampai dengan 0,992. Pada tahap ini produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat

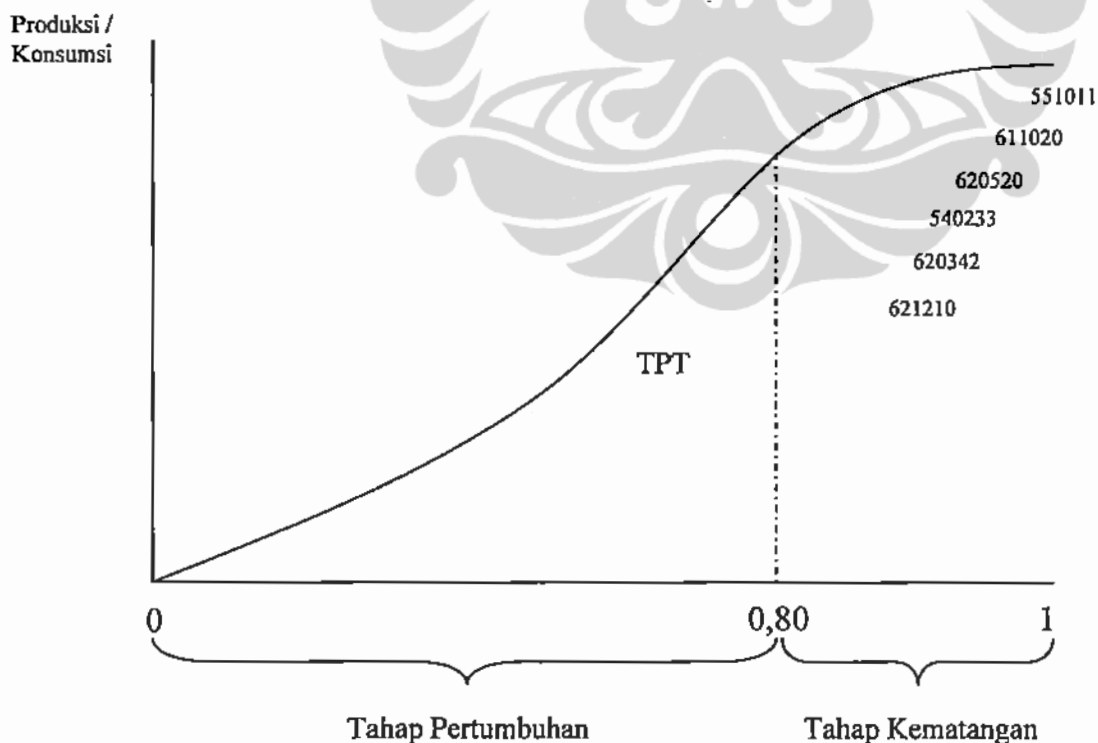
optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

Untuk HS 620520 (Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan) dari hasil perhitungan ISP selama kurun waktu 2002-2007 perkembangannya menunjukkan tahap kematangan yang berkisar antara -0,984 sampai dengan 0,997. Pada tahap ini produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

Dan untuk HS 621210 (Penyangga Dada dan Perlengkapannya) berdasarkan hasil perhitungan ISP selama tahun 2002-2007 perkembangannya menunjukkan tahap kematangan yang berkisar antara 0,930 sampai dengan -0,992. Pada tahap ini produk ini sudah sangat dikenal luas di pasar, dan devisa hasil ekspor sedang berada pada tingkat optimal (matang). Apabila sudah berada pada angka 1 atau lebih maka produk ini sudah berada pada tahap kejenuhan.

Secara grafik dapat dilihat posisi masing-masing produk di gambar product life cycle di bawah ini :

Gambar 5.2 Grafik ISP



BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Selama tahun 2002-2006 ekspor TPT Indonesia mengalami pertumbuhan naik dan turun, pada tahun 2002-2004 pertumbuhan ekspor TPT Indonesia di bawah pertumbuhan ekspor TPT dunia. Hal ini terjadi karena adanya kuota, sebab dengan adanya kuota maka Indonesia tidak dapat melakukan ekspor TPT melebihi kuota yang telah ditentukan. Sedangkan pada tahun 2005-2006 pertumbuhan ekspor TPT Indonesia di atas pertumbuhan ekspor TPT dunia. Hal ini disebabkan oleh penghapusan kuota, sehingga Indonesia dapat mengekspor TPT lebih banyak tanpa adanya pembatasan kuota.
2. Pada aspek komposisi produk selama tahun 2002-2006, TPT yang dihasilkan Indonesia telah memperhatikan kebutuhan/permintaan pasar.
3. Untuk aspek distribusi selama tahun 2002-2006, TPT yang diproduksi Indonesia belum diekspor ke negara-negara pengimpor TPT yang memiliki pertumbuhan impor yang positif hal ini tercermin dari angka distribusi yang bertanda negatif.
4. Pada aspek daya saing selama tahun 2002-2006, produk TPT yang dihasilkan Indonesia pada tahun 2002 dan 2004 memiliki daya saing yang lemah di pasar dunia karena bernilai negatif. Akan tetapi pada tahun 2003, 2005 dan 2006 produk TPT Indonesia memiliki daya saing yang cukup kuat meskipun masih kalah dari negara lain seperti Cina.
5. Dan untuk daya saing produk TPT Indonesia berdasarkan HS (540233, 551011, 611020, 620342, 620520, 621210) produk yang dihasilkan Indonesia di beberapa pasar utama (Jerman, Inggris, Hong Kong, Jepang, dan Amerika Serikat) memiliki daya saing yang terkuat akan tetapi ada juga produk yang dihasilkan Indonesia memiliki daya saing yang terendah di pasar utama dunia karena bernilai negatif.

6. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan ISP dalam lima tahun terakhir (2002-2006) perkembangan TPT Indonesia menunjukkan tahap pertumbuhan yang berkisar antara 0,590 sampai dengan 0,697.

6.2 Saran

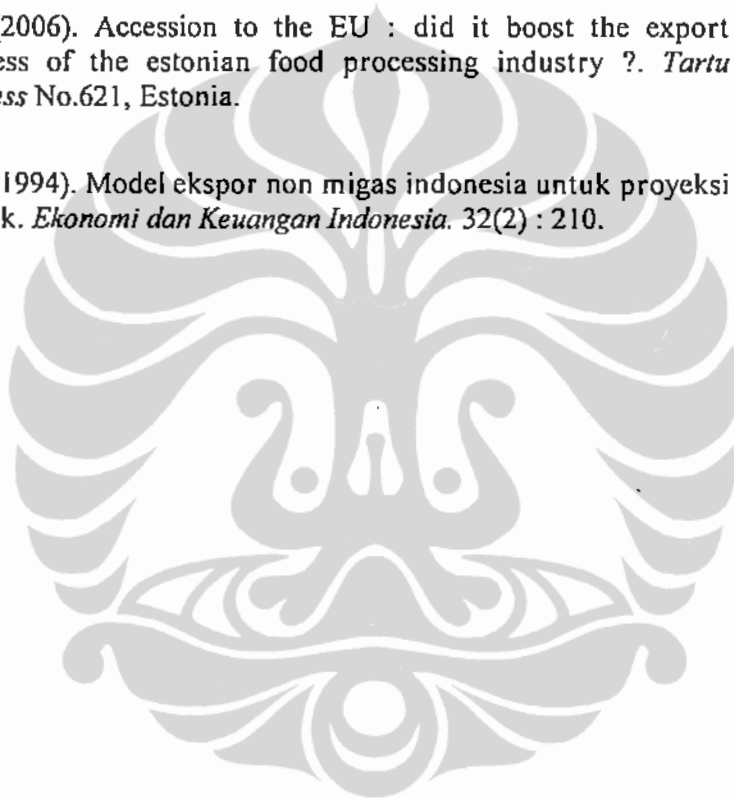
Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran-saran yang dapat penulis ajukan antara lain adalah :

1. Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan ekspor TPT Indonesia diperlukan upaya untuk meningkatkan komposisi produk TPT Indonesia melalui upaya peningkatan ekspor TPT Indonesia dalam bentuk produk-produk menengah (midstream), dan hilir (downstream).
2. Untuk lebih meningkatkan daya saing produk TPT Indonesia di pasar dunia, diharapkan produk yang dihasilkan diekspor ke semua negara pengimpor TPT di seluruh dunia, tidak hanya terfokus kepada beberapa negara saja. Untuk itu diharapkan pemerintah dapat melakukan pendekatan dengan pemilik merek/brand terkenal di Eropa agar dapat memberikan lisensi kepada industri tekstil Indonesia untuk memakai merek/brand tersebut sehingga ekspor produk tekstil Indonesia ke Eropa meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Ariff, M. & Hall-Hill. (1985). *Industrialisasi di ASEAN*. Jakarta : Erlangga.
- Arshad, Fatimah Mofd., & Radam, Alias. (October 1997). Export performance of selected electrical and electronic products. *Asian Academy of Management and School of Management, University Sains Malaysia*.
- Aswincahyono, Henricus Haryo. (1996). *Dari substitusi impor ke promosi ekspor*. Makalah pada Buku Transformasi Industri Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas. Editor Mari Pangestu. Jakarta : CSIS.
- Basri, Faisal H. (1992). *Metode kuantitatif dalam ekonomi internasional*. PAU Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Deliarnov. (1995). *Pengantar ekonomi makro*. Jakarta : UI Press.
- Garelli, Stephane. (2003). *Competitiveness of nations: the fundamentals*. IMD World Competitiveness Yearbook 2003. <http://www.imd.ch/documents/wcy/content/>
- Hamdy, Hady. (2001). *Ekonomi internasional – teori dan kebijakan perdagangan internasional (Buku 1, Edisi Revisi)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Haque, Ahasanul, & Mahbubur Rahman. (2002). Textile and apparel export from bangladesh : measure of competitiveness. *Pakistan, the Science Publications*.
- LPEM FEU. (1997). *Penyusunan peta keunggulan komparatif produk ekspor indonesia di beberapa pasar internasional*. Ditjen PLN Depperindag.
- Lu, Weiguo. (1996). Performance of australian merchandise exports in east asia : constant market share analysis. *Australia Parliamentary Research Service*.
- Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI. 1998. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.558/MPP/Kep/12/1998 Tentang Ketentuan Umum di Bidang Ekspor. Jakarta.
- Muller, Suzana S. (1999). Brazil in the world trade forest products-export performance and government policy from 1961 to 1990. *Virginia Polytechnic Institute, Dept of Wood Science and Forest Products, Center for Forest Product Marketing*.

- Porter, Michael E. (1997). *Building competitive advantage: lessons from other countries*. Mediterranean Development Forum I: Towards Competitive and Caring Societies in the Middle East and North Africa. May 12 – 17, 1997. <http://www.worldbank.org/mdf/mdf1/advantge.htm>
- Suprihatini, Rohayati. (2005). Daya saing ekspor teh indonesia di pasar teh dunia. *Jurnal Agro Ekonomi*, Volume 23 No. 1, 1-29.
- Tambunan, Tulus. (2001). *Perdagangan internasional dan neraca pembayaran-teori dan temuan empiris*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Toming, Kristina. (2006). Accession to the EU : did it boost the export competitiveness of the estonian food processing industry ?. *Tartu University Press* No.621, Estonia.
- Triyoso, Bambang. (1994). Model ekspor non migas indonesia untuk proyeksi jangka pendek. *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. 32(2) : 210.



EKSPOR INDONESIA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	109950.266	70895.548	90032.654	185928.493	203588.154	75599.554
1997	93741.433	38611.054	71916.990	153893.549	169328.045	51643.006
1998	101303.988	48016.870	67715.344	157968.683	219406.329	71179.104
1999	164738.125	59099.505	136418.504	214307.463	275439.568	117655.983
2000	225479.038	73725.345	176936.589	249896.385	272404.086	161421.314
2001	193482.461	62939.929	170551.409	221583.487	239181.600	175479.983
2002	180161.699	74931.545	132626.955	191382.829	209186.108	183552.915
2003	173275.437	71576.995	162005.356	221676.760	226075.825	205596.691
2004	204983.910	101580.655	186333.985	151619.075	269801.193	234641.188
2005	258059.710	121411.082	163582.618	167187.934	307688.843	267948.515
2006	274084.311	186684.052	240756.233	243204.916	311164.907	312467.022

IMPOR INDONESIA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	16427.798	740.596	27.237	380.440	233.746	343.166
1997	8419.003	408.560	103.183	706.722	266.796	185.135
1998	4760.896	478.955	464.107	600.707	68.448	268.238
1999	1995.164	823.93	419.583	268.295	161.790	864.918
2000	3050.458	4110.480	142.056	969.464	233.551	3322.896
2001	2918.924	2832.833	699.060	650.309	280.196	1608.771
2002	3149.366	3546.259	289.399	982.690	348.270	1349.887
2003	6050.426	2003.033	208.114	839.971	287.423	1248.199
2004	13647.059	149.027	179.962	1088.494	754.757	977.632
2005	18832.329	329.466	693.192	2559.753	1813.072	4197.789
2006	28377.412	238.156	1293.569	3274.271	2556.405	4607.026

EKSPOR DUNIA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	2410128.297	389595.952	8202904.98	10601772.580	6834969.42	3247077.743
1997	2724160.338	337006.088	9309777.625	11279284.400	6710770.634	3461562.149
1998	2475321.254	286474.795	9904573.746	11964772.110	7048981.580	3892852.566
1999	1844110.689	280075.318	10895587.190	12252203.920	6622458.840	4275816.721
2000	2034400.611	325191.460	12056996.180	12543577.290	6572577.427	4670002.879
2001	1830439.912	280104.582	13180129.910	12508790.430	6332160.572	4610575.424
2002	1909948.546	332730.838	14387534.290	12770498.940	6216047.363	5122056.267
2003	2064665.628	360301.572	16103948.410	14205265.120	7071299.376	5653855.372
2004	2240777.381	492168.406	17192789.930	15459377.560	7852889.457	6213653.982
2005	2297636.520	503406.514	18262464.940	16966677.270	8486956.962	6425416.410
2006	2373498.138	705586.182	20384129.030	17973946.950	8899586.766	7098407.902

EKSPOR PERANCIS

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyanga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	49221760	14853584	90805664	206518624	100380496	255259648
1997	52359984	12840463	103602896	208987952	96429632	248651872
1998	46204476	15184920	120993856	231823808	103672168	263038704
1999	41,962,892	13,823,862	118,246,752	191,233,872	101,535,248	276,032,224
2000	48,309,489	17,441,980	101,985,061	180,508,943	96,538,217	250,461,000
2001	50,042,048	14,487,812	117,681,684	182,268,850	103,339,824	239,955,054
2002	36,005,511	10,655,886	151,624,759	192,011,767	111,451,113	263,996,354
2003	43,238,270	8,254,671	196,707,472	241,663,909	132,456,180	311,294,943
2004	42,568,085	12,167,995	215,203,383	318,723,374	145,290,888	314,840,659
2005	41,364,834	12,736,064	217,359,169	307,142,446	152,410,967	326,282,625
2006	40,426,987	18,456,017	231,720,800	322,299,896	168,161,653	351,815,463

EKSPOR CINA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyanga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	12143415	29302311	516594973	1067967088	639769600	338533649
1997	64972689	19034842	622915409	1263693364	678907065	500748061
1998	52807693	6128080	642596947	1177220890	688165542	549209213
1999	15279501	7692853	746695567	1291641711	699248538	473711213
2000	12481609	8608667	1015865294	1510138781	801281810	532736583
2001	10984326	7236826	1267398494	1426683144	783159295	411456645
2002	21,219.235	8,597.007	1,389,430.280	1,369,238.024	728,519.966	491,681.677
2003	37,531.530	12,795.688	1,531,294.416	1,610,931.392	855,834.154	762,680.058
2004	99,066.774	12,597.736	1,711,704.571	1,731,757.080	1,019,131.159	1,063,345.395
2005	207,894.828	16,504.739	2,834,146.682	2,424,893.947	1,342,596.917	1,124,050.869
2006	246,852.215	35,676.055	4,494,853.474	3,214,116.820	1,669,463.863	2,390,134.766

EKSPOR INDIA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyanga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	37,359,025	18,268,747	71,166,611	77,900,522	748,711,509	987,685
1997	45,060,424	16,189,588	76,692,144	81,339,992	719,877,760	1,156,320
1998	22,878,856	11,883,754	61,848,992	125,621,008	643,747,648	1,695,088
1999	29,096,944	22,031,864	95,249,262	144,171,149	590,107,488	3,324,576
2000	62,167,791	37,504,017	75,939,605	169,289,704	761,367,134	4,579,237
2001	36,635,975	24,431,347	74,293,862	171,824,332	569,771,418	9,632,929
2002	33,305,306	38,899,114	106,420,057	168,507,771	603,991,032	14,613,963
2003	24,939,352	51,235,643	89,992,348	198,056,112	609,315,592	8,681,548
2004	43,804,910	57,033,859	90,914,719	203,103,705	625,103,031	2,683,964
2005	60,652,230	62,382,882	111,965,076	327,513,825	688,108,307	8,280,707
2006	115,287,917	87,012,450	143,643,688	419,118,280	652,299,462	12,288,390

EKSPOR ITALIA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	93,439,992	20,559,398	729,705,664	873,819,072	351,043,840	110,060,728
1997	95,663,312	17,904,328	612,068,544	768,392,384	329,139,328	110,398,008
1998	97,011,040	11,471,585	537,967,424	759,619,136	348,618,656	127,565,024
1999	93,631,400	13,452,593	543,959,447	655,390,326	322,772,763	107,684,227
2000	104,172,508	17,135,209	504,740,392	619,202,991	288,416,970	116,848,647
2001	103,436,916	15,508,647	544,325,646	714,905,064	316,135,972	116,548,207
2002	110,317,438	19,100,481	563,907,722	758,757,467	367,725,256	125,136,843
2003	117,565,133	27,306,095	634,499,685	873,994,488	462,253,939	154,407,738
2004	119,993,037	42,361,957	685,059,194	903,988,006	464,865,626	167,554,431
2005	115,814,640	30,110,351	654,911,009	970,161,142	438,264,238	148,863,046
2006	119,922,849	33,790,151	684,399,534	991,660,940	481,080,472	168,806,103

EKSPOR KOREA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	39,881,868	9,414,947	71,477,352	10,042,956	123,955,472	35,833,720
1997	84,896,472	6,769,580	95,091,592	26,648,826	139,096,704	27,953,384
1998	62,586,428	3,504,105	98,654,224	17,700,820	149,955,552	25,586,488
1999	49,763,024	3,637,060	119,873,235	27,781,545	104,493,812	37,013,718
2000	57,118,088	3,533,566	120,113,640	27,920,150	90,597,040	32,361,854
2001	47,284,844	2,087,357	120,123,890	21,826,632	75,453,306	20,967,696
2002	54,023,155	2,801,500	104,860,204	20,930,022	75,645,269	16,834,050
2003	49,847,700	6,486,342	101,068,796	22,170,392	92,273,298	14,021,040
2004	41,755,940	9,864,094	93,666,664	20,506,119	100,763,721	13,132,115
2005	41,144,043	13,991,082	72,180,509	9,884,639	78,071,723	14,404,213
2006	44,683,129	18,448,446	45,505,488	6,198,987	48,029,019	16,205,129

EKSPOR TURKI

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	23,630,132	468,054	783,500,800	248,332,400	232,508,880	13,247,325
1997	35,719,336	522,920	792,237,824	309,098,144	211,290,736	15,592,289
1998	29,303,792	862,515	811,385,280	382,149,888	201,937,760	24,370,252
1999	29,333,668	2,194,083	692,599,137	398,794,349	157,083,705	22,143,443
2000	34,512,465	1,578,706	602,660,998	423,652,789	133,646,446	30,076,921
2001	34,568,257	1,681,847	654,537,940	433,860,278	142,420,235	36,863,939
2002	47,996,199	3,312,091	799,185,391	539,930,497	221,384,537	47,628,407
2003	69,275,974	6,370,510	955,622,735	685,380,080	300,835,803	70,074,745
2004	86,708,496	8,491,746	863,170,028	818,776,598	378,087,335	88,983,231
2005	84,047,165	15,513,424	838,374,441	921,031,810	398,060,520	103,166,411
2006	57,790,144	18,182,232	778,169,141	779,602,647	372,293,713	81,491,881

EKSPOR VIETNAM

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996						
1997						
1998						
1999						
2000						
2001	11,534,384	10.780	4,115,214	2,928,762	19,081,855	51,867,115.000
2002	2,702.103		43,922.729	44,265.562	35,888.489	71,677.769
2003	3,424.923		92,734.440	51,759.059	56,232.088	66,502.133
2004	7,864.348	7,762.233	198,233.217	31,002.810	154,453.519	78,398.349
2005	23,764.948	4,603.050	151,841.492	46,409.668	92,560.783	76,979.299
2006	45,661.651	12,252.826	183,432.287	50,337.610	84,707.286	88,005

EKSPOR THAILAND

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyangga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	62,795,416	11,063,553	97,679,781	245,009,082	137,865,458	106,335,026
1997	57,263,512	14,381,469	144,764,392	212,680,319	129,412,645	91,098,916
1998	38,126,944	19,011,941	111,983,577	186,400,676	109,976,016	98,397,078
1999	29,030,902	16,199,654	116,604,834	180,491,087	111,509,316	113,411,291
2000	35,098,591	14,985,826	142,058,878	179,852,397	105,836,271	156,421,159
2001	44,451,515	14,907,689	154,793,543	157,125,116	75,214,363	174,298,094
2002	52,533,938	18,119,167	140,204,975	138,590,614	75,605,517	184,493,053
2003	60,490,596	22,117,074	137,414,929	134,232,813	73,645,268	183,699,679
2004	110,004,061	37,897,236	154,886,835	124,846,707	92,901,583	222,674,034
2005	127,073,064	46,057,470	139,791,385	144,467,764	99,453,333	243,230,767
2006	119,935,444	56,079,755	130,410,310	141,917,768	93,306,574	273,510,208

EKSPOR CANADA

Tahun	Benang Tekstur Filamen Sintetik dari Poliester, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (540233)	Benang Tunggal Mengandung lebih dari 85% atau Lebih dari Serat Stapel Tiruan, Tidak Disiapkan untuk Penjualan Eceran (551011)	Pullover, Cardigan, dan Barang Semacam itu, Rajutan dari Kapas (611020)	Celana panjang dan pendek Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620342)	Kemeja Pria atau Anak Laki-Laki dari Kapas Bukan Rajutan (620520)	Penyanga Dada dan Perlengkapannya (621210)
1996	974647	4255719	90717042	52165774	20817602	5489290
1997	2716970	5870062	90172323	47417065	30629625	7061286
1998	10324859	4544484	97342008	55521269	40086594	9948626
1999	10108393	2808680	128449768	44701012	39623136	12808544
2000	2672073	2862771	135548721	55579697	42010395	15100024
2001	2699066	457311	88543276	34842817	32849076	15335843
2002	2185959	477283	94061411	43982204	33135943	14035404
2003	2507333	1263763	73942750	51618192	34669356	16077704
2004	2877124	827651	65651303	21459441	29557709	20162002
2005	5585738	992442	55034492	18177777	22332844	18625834
2006	9806197	1861287	55801406	23566493	21200909	20996190

EKSPOR TPT TOTAL

Tahun	World	Indonesia	Perancis	China	India	Italia
1996	291859404.536	6010012.743	13896080.283	19370517.193	689973.262	8824293.044
1997	320096790.486	4801520.032	15904239.299	20681573.530	837535.576	11489177.804
1998	318707170.777	4589394.826	15713449.928	17536486.441	858884.268	10971548.844
1999	321093327.481	6398442.784	15533865.236	17480302.516	1075784.458	10751931.694
2000	345443942.108	7696685.502	15781853.680	20067265.422	1582963.812	11959483.002
2001	345221383.318	7161337.604	16443400.243	19223923.892	1882122.189	12373745.891
2002	357912166.296	6466733.382	18600132.617	57332751.890	11426382.456	25286038.677
2003	400319647.866	6670959.511	21825491.627	72674042.598	12880215.302	28884626.611
2004	447228448.692	7360028.112	24958293.141	87862510.411	12910191.066	31839776.381
2005	467402689.062	8295515.216	25026502.644	106466317.355	17431841.200	31714584.662
2006	491860729.224	9137727.753	25940934.652	135992953.727	18880793.134	33442116.958

Tahun	Thailand	Korea	Turki	Vietnam	Canada
1996	1418002.568	4787080.155	2010123.372	0	5110606.720
1997	1477804.370	4766498.556	2750998.245	0	6062073.769
1998	1308172.476	3057077.502	8031090.937	0	6439438.980
1999	1455487.504	4182378.778	2259674.764	0	6562256.006
2000	2166414.040	5112374.296	2984037.114	0	7189331.780
2001	2005657.016	5594481.833	12852845.036	498757.158	7018158.183
2002	2042770.188	14068667.366	11825284.845	2965969.317	7149550.266
2003	2245383.309	13798160.932	14787199.070	3796690.722	7713586.600
2004	2585006.955	13760510.227	17184029.660	4695589.404	8365437.252
2005	2686095.305	12785456.198	18420751.660	5147141.137	9093772.331
2006	2823063.018	12145320.483	15657980.865	6339183.833	10324940.037