

RINGKASAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengekspor komoditas minyak atsiri ke pasar internasional. Dimana pada tahun 2014 Indonesia berada di urutan ke delapan pengekspor terbesar komoditas minyak atsiri dunia. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul: “Analisis Daya Saing dan Perkembangan Ekspor Komoditas Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Internasional Tahun 2010-2014”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing komoditas minyak atsiri Indonesia pada periode 2010-2014 dan menganalisis bagaimana *trend* perkembangan nilai ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia tahun 2015-2017 di pasar internasional dan pasar negara tujuan ekspor Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif daya saing dan analisis *trend*. Dalam menganalisis keunggulan daya saing komoditas minyak atsiri Indonesia berupa keunggulan komparatif digunakan alat analisis RCA (*revealed comparative advantage*), sedangkan untuk menganalisis keunggulan kompetitif digunakan alat analisis EPD (*export product dynamic*). Analisis *trend* perkembangan nilai ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia dengan metode kuadrat terkecil (*least square method*). Negara-negara tujuan ekspor yang digunakan dalam penelitian ini adalah negara Amerika, Cina, India, Inggris dan Perancis.

Hasil analisis dengan metode RCA menunjukkan bahwa komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional mempunyai keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat, sedangkan di negara tujuan ekspor komoditas ini mempunyai keunggulan komparatif pada pasar Amerika, Cina, Inggris dan Perancis. Pada tahun 2013 di pasar Cina komoditas ini sempat tidak memiliki keunggulan komparatif. Sedangkan di pasar India, komoditas ini hanya mempunyai keunggulan komparatif pada tahun 2010 saja. Hasil analisis dengan metode EPD menunjukkan bahwa komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional berada pada posisi *rising star* dan merupakan komoditas yang mempunyai keunggulan kompetitif. Di pasar negara tujuan ekspor seperti Amerika, Cina, India dan Inggris komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional berada pada posisi *rising star* dan merupakan komoditas yang mempunyai keunggulan kompetitif, sedangkan di Negara Perancis komoditas ini ada pada posisi *lost opportunity* dimana komoditas ini tidak mempunyai keunggulan kompetitif. Hasil analisis *ternd* perkembangan nilai ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia menunjukkan bahwa nilai ekspor komoditas ini ke pasar internasional mempunyai *trend* yang positif. Di negara tujuan ekspor pada negara Cina, India dan Inggris komoditas ini mempunyai *trend* nilai ekspor yang positif, sedangkan pada negara Amerika dan Perancis komoditas ini mempunyai *trend* nilai ekspor yang negatif.

Implikasi dari kesimpulan diatas yaitu dalam upaya meningkatkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional dan di pasar negara tujuan ekspor sebaiknya Indonesia tidak hanya mengekspor komoditas ini dalam bentuk mentah saja, tetapi juga meningkatkan nilai tambah dengan cara mengolahnya menjadi produk-produk turunan lain yang mempunyai nilai tambah yang lebih besar, misalnya parfum.

Sedangkan dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif sebaiknya Indonesia meningkatkan kualitas komoditas minyak atsiri yang dihasilkan sehingga permintaan ekspor komoditas ini meningkat. Peningkatan kualitas ini tidak hanya pada bentuk akhir minyak atsiri, akan tetapi harus meningkatkan pula kualitas proses sebelumnya. Sementara itu, Melihat *trend* perkembangan nilai ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional yang positif, maka komoditas ini mempunyai potensi yang bagus. Maka langkah kedepan bagi Indonesia adalah memperluas pangsa pasar komoditas minyak atsiri Indonesia di pasar internasional. Peningkatan pangsa pasar ini dapat dilakukan dengan jalan menggunakan teknologi dan informasi dalam pemasarannya. Dengan adanya promosi pemasaran maka diharapkan akan akan menambah negara-negara tujuan ekspor baru bagi Indonesia.

Kata kunci: Komoditas minyak atsiri, nilai ekspor, RCA, EPD, *Trend*



SUMMARY

Indonesia is one of the countries that export essential oil commodities to international market. Where in 2014 Indonesia currently eighth largest exporter of essential oil commodities in the world. Therefore, this research took the title: "Competitiveness Analysis and Export Development of Indonesian Essential Oil Commodities in International Market at 2010-2014". The purpose of this research is to analyse competitiveness of Indonesia essential oil commodities in 2010-2014 period and analyse how the development trend of export value by 2015-2017 periode in international market and export destination country market. This research using quantitative analysis of competitiveness and trend analysis. To analyzing competitiveness advantages of Indonesia essential oil commodities in the form of comparative advantage used by RCA (Revealed Comparative Advantage) method, while for analyzing the competitive advantage used by EPD (Export Product Dynamic) method. Trend analysis used to know the development of export value Indonesia essential oil commodities with least square method. The export destination countries that used in this research is United State, China, India, United Kingdom and France.

The results of analysis with RCA method showed that Indonesia essential oil commodities in international market have a comparative advantage and have strong competitive power, while in the exports destination country market these commodities have a comparative advantage in United States, China, United Kingdom and France. In 2013 in Chinese market this commodities had not a comparative advantage. While in market of India, this commodities have only comparative advantage in 2010. The results analysis with EPD method showed that Indonesia essential oil commodities in international markets are on rising star position and this commodities which has a competitive advantage. In export destination markets like United States, China, India and the United Kingdom Indonesia essential oil commodities are on rising star position and this commodities which has a competitive advantage, while in France this commodities are on lost opportunity positions where these commodities do not have a competitive advantage. The results analysis development ternd of export value Indonesia essential oil commodities showed that value of export these commodities to international market had a positive trend. In export destination countries like China, India and United Kingdom this commodities have a positive trend of export value, while in United State and France this commodities have a negative trend.

The implications of the conclusion above i.e. in effort to increase comparative advantages possessed by Indonesia essential oil commodities in international market and exports destination country market should Indonesia not only export commodity in raw form, but also increase the value added by way of processing it into other derivative products that have a greater value added, such as perfume. Whereas in order to increase the competitive advantage should Indonesia improve quality of essential oil commodity produced so export demand commodities is increasing. This quality improvement not only on ultimate form of essential oils, but also should improve quality of previous process. In meantime,

see development trend of export value Indonesia essential oil commodities in international markets is positive, then the commodity it had great potential. Then step forward for Indonesia is to expand market share of Indonesia essential oil commodities in international market. To increase market share can be done with use of technology and information marketing. With promotional marketing then will hopefully increase the export destination countries for Indonesia.

Keywords: *essential oils commodities, export value, RCA, EPD, Trend*

