

## DAYA SAING PRODUK EKSPOR DI ERA PERDAGANGAN BEBAS

Sri Suharsih dan Asih Sriwinarti

Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta  
Jalan SWK 104 (Lingkar Utara) Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta, 55283 Telp. +62 274 486733  
E-mail: asiheko.yahoo.com

**Abstract:** Efforts to improve the competitiveness of export products industry is one of the challenges faced by the Province of Yogyakarta in the era of trade liberalization. Therefore this study aims to determine the potential and competitiveness of export products Yogyakarta province. By using the analysis Location Quotient (LQ), Yogyakarta Province has six sub-base in the industrial sector of food beverages and tobacco industry, textile industry, leather goods and footwear, manufacture of wood and other products of wood, paper and printing industry, manufacture of cement and non-metal mineral goods and other goods industry. Based on Shift Share analysis, industry sectors that have the largest share of growth in the DIY PDRB is the food industry sub-sectors, textiles and leather goods, and craft industries. While it is based on the analysis Comparative Revealed Advantage (RCA) and the specialization index, known to export products that have good prospects for the future and is highly competitive Tanning and dressing of leather, wood and products of wood and woven goods, and textile and textile goods.

**Keywords:** daya saing ekspor, perdagangan bebas, shift share, location quotient

**Abstrak:** Upaya peningkatan daya saing industri produk ekspor merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh Provinsi Yogyakarta dalam era Liberalisasi Perdagangan. Penelitian ini bertujuan mengetahui potensi dan daya saing produk ekspor Provinsi Yogyakarta. Dengan menggunakan analisis Location Quotient (LQ) Provinsi Yogyakarta mempunyai enam subsektor basis pada sektor industri yaitu industri makanan minuman dan tembakau, industri tekstil, barang dari kulit dan alas kaki, industri kayu dan barang dari kayu lainnya, industri kertas dan barang cetakan, industri semen dan barang galian bukan logam, serta industri barang lainnya. Berdasarkan analisis Shift Share, sektor industri yang mempunyai pangsa terbesar bagi pertumbuhan PDRB di Yogyakarta adalah subsektor industri makanan, tekstil dan barang dari kulit, serta industri kerajinan. Sementara itu berdasarkan analisis Revealed Comparatif Advantage (RCA) dan Indeks Spesialisasi, diketahui produk ekspor yang mempunyai prospek baik di masa datang dan berdaya saing tinggi adalah kulit dan barang dari kulit, kayu, barang dari kayu dan barang anyaman, serta tekstil dan barang dari tekstil.

**Kata kunci:** daya saing ekspor, perdagangan bebas, shift share, location quotient

### PENDAHULUAN

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu provinsi yang sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan. Banyak tantangan yang dihadapi dalam proses pembangunan tersebut di antaranya adalah adanya liberalisasi perdagangan atau pasar bebas yang berlangsung sangat cepat dan

meluas. Dalam kaitannya dengan liberalisasi perdagangan, provinsi DIY menghadapi dua tantangan yaitu *pertama*, upaya peningkatan daya saing industri produk ekspor melalui peningkatan efisiensi dan pembangunan keunggulan kompetitif yang pada gilirannya akan dapat memperkuat pertumbuhan ekonomi daerah. *Kedua*, pesatnya perkembangan teknologi di bidang industri perdagangan telah

mengubah pandangan konsumen sebagai pengguna produk akhir industri yang saat ini cenderung selektif dalam memilih produk, yaitu produk yang berkualitas dan aman dikonsumsi atau digunakan. Di samping itu, tantangan lain yang juga harus dihadapi adalah diberlakukannya berbagai standar nasional dan internasional seperti ISO 9000, ISO 14000, *ecolabelling*, dan HAKI yang cenderung menyebabkan pasar menjadi resisten dan protektif, serta masih adanya iklim usaha yang kurang kondusif.

Dalam rangka menghadapi tantangan-tantangan terkait adanya liberalisasi perdagangan, maka kinerja, potensi dan daya saing sektor usaha yang terkait dengan keadaan tersebut seperti perlu ditingkatkan. Peningkatan daya saing mutlak dilakukan baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri. Khususnya untuk pasar luar negeri, Indonesia dan provinsi DIY tidak bisa menghindar dari banyaknya kesepakatan perdagangan internasional yang sudah disepakati dan hal ini sudah menjadi konsekuensi logis negara yang terlibat di dalamnya. Kesepakatan Perdagangan internasional sifatnya ada yang Multilateral (WTO), Regional (AFTA, APEC, China-AFTA, Korea\_AFTA, Australia-AFTA, New Zealand-AFTA, India-AFTA dan sebagainya) serta Bilateral (IJ-EPA, Indonesia-Pakistan, Indonesia-Iran dan sebagainya).

Dalam rangka pelaksanaan pasar bebas, Indonesia telah banyak terlibat dalam berbagai perjanjian dagang *Free Trade Area (FTA)*, hal tersebut tentunya merupakan peluang pasar

bagi produk ekspor potensial daerah-daerah di Indonesia termasuk provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Cakupan kerja sama kesepakatan perdagangan internasional yang disepakati meliputi perdagangan barang, perdagangan jasa, investasi dan kerja sama teknik. Harapan yang dari adanya kesepakatan tersebut antara lain adalah terbukanya akses pasar produk barang dan jasa, terpenuhinya bahan baku, bahan penolong dan barang modal, investasi, daya saing, dan peningkatan daya beli. Khusus dalam kesepakatan perdagangan barang, beberapa hal yang diatur antara lain meliputi penurunan/penghapusan tarif bea masuk, kriteria asal barang dan penghapusan hambatan perdagangan non tarif. Sebenarnya kesepakatan perdagangan internasional ini banyak memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, apabila kondisi masing-masing negara yang menandatangani kerjasama mempunyai tingkat daya saing yang sama. Melalui berbagai kesepakatan perdagangan internasional yang disepakati akan tercipta persaingan yang ketat dan berdaya saing sehat, pertanyaan besar yang muncul adalah: "mampukah provinsi DIY memanfaatkan keterbukaan pasar internasional dan mampu bersaing di pasar global?. Jika tidak mampu maka Provinsi DIY hanya akan dimanfaatkan sebagai pasar produk dunia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirasa perlu untuk mengetahui bagaimanakah daya saing produk ekspor DIY dalam menghadapi liberalisasi perdagangan tersebut. Dengan mengetahui

**Tabel 1. Daftar FTA yang Melibatkan Indonesia**

No	Nama Perjanjian
1	ASEAN Free Trade Area
2	ASEAN-Australia and New Zealand Free Trade Agreement
3	ASEAN-India regional Trade and Investment Area
4	ASEAN-Korea Comprehensive Economic Cooperation Agreement
5	ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership
6	Japan-Indonesia Economic Partnership Agreement
7	ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation Agreement
8	ASEAN-EU Free Trade Area
9	Comprehensive Economic Partnership for East Asia
10	East Asia Free Trade Area
11	India-Indonesia Comprehensive Economic Cooperation Arrangement
12	Indonesia-Australia Free Trade Agreement
13	Indonesia-European Free Trade Agreement
14	Pakistan-Indonesia Free Trade Agreement
15	United States-Indonesia Free Trade Agreement

Sumber : ADB, 2010

daya saing maka diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pengambil kebijakan dalam menentukan strategi serta solusi pengembangan pasar produk ekspor provinsi DIY dalam rangka menghadapi pasar bebas.

**Tinjauan Pustaka.** *Daya Saing Perekonomian*. Krugman dan Obsfeld (2006) berpendapat bahwa kemakmuran nasional dapat diperoleh melalui perdagangan internasional yang memberi manfaat saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang menjual maupun pihak yang membeli. Liberalnya perdagangan dunia akan menuntut peningkatan daya saing produk suatu negara di pasar global. Daya saing negara tergantung dari kapasitas industri negara tersebut untuk terus berinovasi dan berkembang. Perdagangan internasional yang mendorong terjadinya globalisasi ditandai dengan semakin berkembangnya sistem inovasi teknologi informasi, reformasi politik, sistem keuangan, dan investasi.

### Pengembangan Daya Saing

Perkembangan konsep daya saing menurut Cho dan Moon (2006) di mulai dari pandangan merkantilisme yang memandang perdagangan sebagai suatu *zero sum game*, dengan surplus perdagangan sebuah negara diimbangi dengan defisit negara lain. Namun Adam Smith memandang perdagangan sebagai *positive sum game* dengan semua mitra yang berdagang dan memperoleh manfaat jika negara-negara melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang-barang yang memiliki keunggulan absolut, karena itu Adam Smith mendukung individualisme dan perdagangan bebas karena merupakan *positive game*. Dalam hal ini persaingan adalah sangat penting. Persaingan memastikan bahwa setiap orang dan negara akan melakukan apa yang paling sesuai mereka lakukan. Kebijakan pemerintah yang paling penting adalah menghilangkan monopoli dan melindungi persaingan.

Perdebatan tentang keunggulan komparatif diawali oleh Ricardian, sebuah negara yang superior mungkin tidak memperoleh manfaat dari perdagangan internasional. Implikasi penting dari teori keunggulan komparatif adalah sekalipun sebuah negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam barang apapun,

suatu negara masih akan mendapatkan manfaat dari perdagangan internasional yang disebut keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif melandasi keunggulan pembagian tenaga kerja, baik antarindividu, antarwilayah, maupun antarnegara. Model perdagangan Ricardian merupakan suatu alat yang sangat bermanfaat untuk menjelaskan alasan-alasan mengapa perdagangan dapat terjadi dan bagaimana perdagangan meningkatkan kesejahteraan para mitra yang melakukan transaksi perdagangan.

Berbeda dengan model keunggulan komparatif yang cenderung *outside in approach* yang menempatkan pasar, kompetisi, dan konsumen sebagai titik awal proses penyusunan strategi. Konsep yang disusun Prahalad dan Hamel lebih cenderung *inside-out*. Daya saing dalam jangka panjang diturunkan dari kemampuan untuk membangun *core competence*, yaitu *lower cost* dan *more speedily* dari pesaing. *The core competence* dapat menghasilkan produk baru yang tidak diantisipasi sebelumnya

Sumber utama untuk membangun *core competence* adalah kemampuan manajemen untuk mengkonsolidasi *corporate wide technologies* dan *production skills* menjadi kompetensi. *Core competence* yang dimaksud harus memenuhi 3 persyaratan dasar yaitu: (1) Menyediakan akses potensial ke pasar yang bervariasi luas, (2) Membuat kontribusi nyata untuk membuat *product benefit* seperti yang diharapkan konsumen, (3) *More competence* seharusnya sulit di tiru oleh pesaing.

Untuk membangun *competence* diperlukan proses perbaikan yang berkelanjutan yang menjadi komitmen seluruh level manajemen termasuk manajemen puncak. Daya saing menggambarkan kemampuan bersaing di masa lalu, masa kini, dan dapat diproyeksikan ke masa depan. Daya saing bersifat dinamis dan akan mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu bergantung pada tingkat kompetisi, perubahan perilaku permintaan, dan kemampuan dasar industri di negara bersangkutan.

### Menciptakan Daya Saing Perdagangan

Di saat sebuah negara membuka diri dan lebih agresif dalam menerapkan konsep pasar bebas

maka pada saat itu pula negara tersebut dapat menjadi pemenang ataupun korban globalisasi. Hasil akhirnya sangat bergantung kesiapan negara itu sendiri dan langkah-langkah yang diambil dalam menghadapi persaingan bebas tersebut.

Di samping peran para pedagang dan industri atau pengusaha dalam menciptakan keunggulan produk dan proses, diperlukan juga peran aktif pemerintah melalui penerapan strategi-strategi perdagangan yang terintegrasi.

**1. WTO dan rezim perdagangan lainnya.** Peraturan-peraturan yang diterapkan oleh WTO dan rezim perdagangan lainnya, seperti AFTA atau perjanjian perdagangan bilateral, harus menjadi payung dalam rangka peningkatan daya saing perdagangan nasional. Walau bagaimana pun, sebagai anggota dari badan dunia seperti WTO dan sebagai negara yang telah menandatangani atau meratifikasi perjanjian perdagangan, kita wajib untuk menciptakan dan meningkatkan daya saing tanpa harus melanggar koridor yang ada.

**2. Infrastructure Supply Chain.** Sektor perdagangan tidak dapat terlepas dari fungsinya faktor rantai suplai (*supply chain*), bahkan pada kebanyakan jenis produk keunggulan produk termajinalisasi oleh buruk ataupun mahalannya rantai suplai ini. Oleh karena itu, salah satu pilar paling utama untuk menciptakan daya saing perdagangan adalah adanya *infrastructure supply chain* yang memadai dan berfungsi dengan optimum.

Dua hal pokok dalam *infrastructure supply chain* ialah: (a) Tersedianya jaringan transportasi yang efisien dan efektif; (b) Tersedianya sarana pendukung yang memudahkan transaksi barang dan jasa antara pembeli dan penjual.

### **Standardisasi dan sertifikasi**

Standardisasi dan sertifikasi menjadi sangat penting untuk mengurangi kesenjangan dalam interpretasi terhadap kualitas dan representasi dari barang dan jasa yang diperdagangkan. Umumnya, pihak pembeli adalah yang menetapkan standar tersebut dan pihak penjual wajib memenuhi standar yang diminta apabila ingin mendapatkan nilai wajar (*fair value*) dari barang yang dijual. Standar di sini dapat

berbentuk fisik barang, kemasan, atau bentuk non-fisik lain.

Untuk produk-produk ekspor tertentu yang belum ada standar internasional, segera diperlukan adanya standar yang ditentukan bersama antara negara asal barang dan negara tujuan barang (bilateral atau multilateral bila menyangkut beberapa negara anggota perdagangan). Di samping penerapan standar, daya saing juga dapat tercipta melalui adanya sertifikasi. Dalam hal ini, sertifikasi menjadi kepanjangan tangan dan realisasi dari penerapan standar itu sendiri.

### **Infrastruktur informasi dan permodalan (*capital*)**

Pilar ketiga dalam rangka peningkatan daya saing ialah perlunya sarana pendukung yang memudahkan tersedianya informasi dan permodalan. Salah satu syarat penting dalam penyediaan informasi adalah dalam bentuk tersedianya sarana tukar-menukar informasi. Hal ini dapat terfasilitasi dengan bagus dengan penerapan teknologi, seperti EDI (*Electronic Data Interchange*), intranet, dan extranet. Adanya teknologi seperti ini memungkinkan untuk menghindari duplikasi, bekerja dengan menggunakan *database* yang sama, dan menarik interpretasi yang sinkron antara pihak yang bertransaksi. Dengan adanya kemudahan dan transparansi ini, waktu untuk proses dokumentasi dan verifikasi dapat dipotong.

### **Peraturan dan kebijakan**

Pilar keempat dalam peningkatan daya saing perdagangan berada di tangan pemerintah dan regulator, tepatnya dalam bentuk penerapan peraturan dan kebijakan yang mendukung dan mendorong perdagangan. Pilar keempat ini sebenarnya menopang pilar-pilar yang lain karena pada dasarnya menjadikan tiga pilar pertama berfungsi dengan baik diperlukan peraturan dan kebijakan.

### **Best practice dan pengembangan kemampuan perdagangan**

Pada akhirnya semua pilar dan payung yang tertulis di atas tidak akan berfungsi tanpa adanya fondasi yang kuat. Dalam mening-

katkan daya saing perdagangan, fondasi tersebut adalah kemauan produsen barang atau jasa untuk mengadopsi *best practice* dan secara konsisten melakukan peningkatan kemampuan perdagangan.

## METODE PENELITIAN

### Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder di peroleh dari laporan/publikasi pihak-pihak terkait terutama Bappeda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, BPS, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten/Kota serta Provinsi. Data primer diperoleh dari pelaku usaha perdagangan ekspor di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

### Alat Analisis

Metode analisis data yang akan digunakan dalam kajian ini adalah analisis diskriptif kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan analisis diskriptif (*descriptive analysis*) dimaksudkan untuk menyajikan atau mendiskripsikan data sekunder. Sebelum dianalisis tentang daya saing produk ekspor Provinsi DIY maka terlebih dahulu akan dianalisis potensi produk ekspor DIY. Analisis deskriptif kuantitatif untuk potensi meliputi analisis *Location Quotion* (LQ), analisis *Shift Share* (SS), Analisis Potensi berdasarkan *One Village One Product* (OVOP), sementara untuk daya saing digunakan Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

#### (1) Analisis Potensi

(a) *Location Quotion* (LQ). Analisis LQ merupakan analisis untuk menunjukkan basis produk berdasarkan kriteria kontribusi. Analisis ini dimaksudkan untuk melihat keunggulan komparatif produk ekspor Provinsi DIY dibandingkan dengan Indonesia.

$$LQ = \frac{X_i^r / X^r}{X_i^n / X^n}$$

Keterangan:

LQ adalah Nilai *location quotient*, X adalah

Variabel yang diamati, r adalah Wilayah dengan area lebih sempit, i adalah Sektor/subsektor/produk, n adalah Wilayah dengan area lebih luas

(b) *Shift Share*. Analisis *shift share* digunakan untuk melihat kontribusi produk andalan ekspor

$$\begin{aligned} G_j &= E_{jt} - E_{jo} \\ &= (N_j + P_j + D_j) \\ N_j &= E_{jo} (E_t/E_o) - E_{jo} \\ (P+D)_j &= E_{jt} - (E_t/E_o) E_{jo} \\ &= (G_j - N_j) \\ P_j &= \sum_i [(E_{it}/E_{io}) - (E_t/E_o)] E_{ijo} \\ N_j &= \sum_t [E_{jit} - (E_{it}/E_{io}) E_{ijo}] \\ &= (P+D)_j - P_j \end{aligned}$$

dimana:

**G<sub>j</sub>** adalah Pertumbuhan Produk total, **N<sub>j</sub>** adalah Komponen *share*, **(P+D)<sub>j</sub>** adalah Komponen *net shift* daerah j, **D<sub>j</sub>** adalah differential shift daerah j, **E<sub>j</sub>** adalah Produk total daerah j, **E** adalah Produk total nasional (wilayah referensi), **O<sub>it</sub>** adalah periode awal dan akhir, i adalah Subskrip sektor pada Produk, j adalah Subskrip daerah studi

### Analisis Daya Saing

Revealed Comparative Advantage (RCA)

$$RCA = \frac{X_{a.x} / X_x}{X_{a.z} / X_z}$$

Keterangan:

**X<sub>a.x</sub>** adalah Nilai ekspor produk a negara x, **X<sub>x</sub>** adalah Nilai total ekspor negara x, **X<sub>a.z</sub>** adalah Nilai impor produk a dunia, **X<sub>z</sub>** adalah Nilai total impor dunia

#### (a) Indeks Spesialisasi (ISP)

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

Keterangan:

**X** adalah Nilai ekspor, **M** adalah Nilai impor

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Berdasarkan Analisis LQ

Analisis LQ dimaksudkan untuk melihat keunggulan komparatif Provinsi DIY dibanding-

kan dengan Indonesia. Berdasarkan analisis LQ, Provinsi DIY mempunyai 6 (enam) subsektor basis pada sektor industri. Subsektor basis merupakan subsektor yang mempunyai koefisien  $LQ > 1$ , artinya subsektor tersebut sangat bagus untuk di kembangkan dan lebih terspesialisasi dibandingkan sektor yang sama di tingkat Nasional, dengan kata lain merupakan subsektor unggulan sektor industri di provinsi DIY. Adapun yang merupakan subsektor basis sektor industri di DIY adalah subsektor (1) industri makanan minuman dan tembakau, (2) Industri tekstil, barang dari kulit dan alas kaki, (3) Industri kayu dan barang dari kayu lainnya, (4) Industri kertas dan barang cetakan, (5) Industri semen dan barang galian bukan logam, (6) Industri barang lainnya.

Sementara itu industri yang bukan merupakan subsektor basis mempunyai nilai  $LQ < 1$ , artinya kedua subsektor tersebut bukan subsektor basis dan kurang potensial dibandingkan dengan subsektor di tingkat nasional adalah: subsektor industri pupuk, kimia dan barang dari karet, serta industri alat angkutan, mesin dan peralatan. Berdasarkan analisis LQ tersebut dapat disimpulkan bahwa subsektor basis sektor industri di Provinsi DIY adalah subsektor makanan, industri tekstil, dan industri kerajinan. Di sektor perdagangan, hotel dan restoran di DIY terdapat 2 (dua) subsektor unggulan yang lebih terspesialisasi, yaitu subsektor hotel dan subsektor restoran, merupakan subsektor terbesar dalam sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sedangkan yang nilai koefisien  $LQ < 1$

artinya bukan subsektor basis adalah perdagangan besar dan eceran.

### Potensi Berdasarkan Analisis Shift Share

Berdasarkan Analisis *Shift Share*, sektor industri yang mempunyai *share* terbesar bagi pertumbuhan PDRB di DIY adalah subsektor industri makanan, tekstil dan barang dari kulit, serta industri kerajinan. Untuk industri tekstil, barang dari kulit dan alas kaki mempunyai rata-rata sumbangan sebesar 19,55 persen terhadap PDRB. Tidak jauh berbeda dengan industri kayu dan barang dari kayu lainnya yang merupakan subsektor andalan, menyumbang PDRB rata-rata sebesar 12,87 persen. Kemudian untuk industri kertas dan barang cetakan di Provinsi DIY hanya mempunyai sumbangan PDRB rata-rata sebesar 5,38 persen. Sedangkan untuk industri pupuk kimia dan barang dari karet yang bukan termasuk subsektor industri andalan karena rata-rata nilai kontribusinya sebesar 5,53 persen. Untuk industri semen dan barang galian bukan logam mempunyai kontribusi rata-rata sebesar 5,26. Industri logam dasar besi dan baja mempunyai kontribusi nol. Industri alat angkutan mesin dan peralatan hanya mempunyai rata-rata kontribusi sebesar 8,58 persen. Sedangkan untuk industri barang lainnya mempunyai sumbangan rata-rata sebesar 7,06 persen.

Pada subsektor perdagangan besar dan eceran yang bukan merupakan subsektor potensial mempunyai sumbangan terhadap

Tabel 2. Sektor Potensial berdasarkan Indeks LQ

Lapangan Usaha	2006	2007	2008	2009	2010	Rata-rata
<i>Industri non migas</i>						
1 Makanan, minuman dan tembakau	1,25	1,24	1,21	1,37	1,31	1,27
2 Tekstil, barang dari kulit dan alas kaki	1,69	1,74	1,85	1,81	1,87	1,79
3 Kayu dan barang dari kayu lainnya	2,89	3,15	3,63	3,14	2,68	3,09
4 Kertas dan barang cetakan	0,97	0,99	1,03	1,09	1,06	1,02
5 Pupuk kimia dan barang dari karet	0,44	0,35	0,38	0,42	0,47	0,41
6 Semen dan barang galian bukan logam	1,49	1,51	1,61	1,69	1,76	1,61
7 Logam dasar besi dan baja	-	-	-	-	-	-
8 Alat angkutan, mesin dan peralatan	0,29	0,28	0,26	0,23	0,24	0,26
9 Barang lainnya	8,68	8,32	9,18	9,76	9,36	9,06
<i>Perdagangan, Hotel dan Restoran</i>						
1 Perdagangan besar dan eceran	0,51	0,52	0,51	0,51	0,51	0,51
2 Hotel	2,21	1,75	1,91	2,19	2,16	2,04
3 Restoran	3,59	3,72	3,75	3,71	3,49	3,05

Sumber : hasil analisis

PDRB rata-rata sebesar 43,78 persen. Subsektor hotel mempunyai rata-rata kontribusi sebesar 22,11 persen, sedangkan subsektor restoran dengan rata-rata nilai kontribusi sebesar 48,39 persen. Berdasarkan analisis *shift share* subsektor industri makanan, tekstil, dan kayu merupakan subsektor yang layak untuk dikembangkan karena mempunyai *share* yang lebih besar terhadap sektor industri dibandingkan *share* subsektor sejenis nasional. Di sektor perdagangan subsektor perdagangan besar dan eceran merupakan subsektor yang layak dikembangkan karena *share* terhadap sektor perdagangan lebih besar dibandingkan dengan *share* subsektor sejenis nasional (Lihat *Tabel 3*).

### Potensi Produk Unggulan

Salah satu cara untuk mengetahui potensi produk ekspor Provinsi DIY adalah dengan melihat nilai produk ekspor yang tertinggi. Potensial ekspor sangat terkait dengan produk unggulan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun kriteria produk unggulan meliputi (1) pemakaian bahan baku dalam negeri lebih dari 70 persen (2) menyerap banyak tenaga kerja lebih dari 70 persen (3) pemasaran ke pasar ekspor lebih dari 90 persen dengan nilai ekspor lebih besar dari US \$ 1 juta, negara

tujuan ekspor lebih dari 3 negara, dan pertumbuhan ekspor lebih dari 5 persen selama 4 tahun (4) pemasaran pasar dalam negeri kurang dari 10 persen. Perkembangan produk unggulan ekspor Provinsi DIY ditunjukkan oleh *Tabel 4* dalam Lampiran.

Dilihat dari nilai produksinya pakaian jadi tekstil merupakan industri yang paling banyak menghasilkan output kemudian diikuti oleh mebel, sarung tangan kulit, dan kerajinan kayu. Adapun produk unggulan tiap kabupaten/kota di Provinsi DIY tampak dalam *Tabel 5*.

Berkaitan dengan peningkatan produk potensial ekspor, selain mengembangkan produk unggulan di Provinsi DIY diarahkan juga pada pengembangan industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan perwujudan dari upaya mencari pembangunan sektor industri yang berdaya sanig dan *sustainable* melalui peningkatan seni dan kreativitas. Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif adalah sebuah industri yang mempunyai ide-ide baru, SDM yang kreatif dan juga mempunyai kemampuan dan bakat yang terus dikembangkan dalam menyelesaikan setiap pekerjaan. Industri kreatif sangat penting dikembangkan di Provinsi DIY karena Provinsi DIY merupakan kota budaya, pendidikan, dan wisata yang memiliki

**Tabel 3. Kontribusi Sektor berdasarkan *Share* Industri Bukan Migas Provinsi DIY (2006 - 2010) (%)**

Lapangan Usaha		2006	2007	2008	2009	2010
<b>Industri non migas</b>						
1	Makanan, minuman dan tembakau	34,32	34,66	33,49	37,62	39,15
2	Tekstil, barang dari kulit dan alas kaki	20,71	20,61	19,98	18,11	18,35
3	Kayu dan barang dari kayu lainnya	13,51	13,54	14,53	12,52	10,29
4	Kertas dan barang cetakan	5,26	5,20	5,47	5,44	5,53
5	Pupuk kimia dan barang dari karet	5,88	4,73	5,16	5,63	6,28
6	Semen dan barang galian bukan logam	5,26	5,10	5,32	5,30	5,35
7	Logam dasar besi dan baja	-	-	-	-	-
8	Alat angkutan, mesin dan peralatan	9,20	8,88	8,63	8,12	8,08
9	Barang lainnya	7,41	7,24	7,07	7,21	6,39
<b>Perdagangan, Hotel dan Restoran</b>						
1	Perdagangan besar dan eceran	42,45	43	43,03	42,78	42,64
2	Hotel	9,26	7,28	76,72	8,62	8,67
3	Restoran	48,27	49,71	49,29	48,59	48,64

Sumber: hasil analisis

**Tabel 5. Produk Unggulan Kabupaten/ Kota**

Kab/Kota	Produk Unggulan
Provinsi DIY	Garmen, kulit, meubel, kerajinan kayu, anyaman, gerabah, batik, perak
Kota Yogyakarta	Perak, kulit, cerutu, sarung tangan kulit, garmen, batik, meubel
Bantul	Meubel, kerajinan kayu, gerabah, perhiasan, tenun tradisional, Produk Kulit
Kulonprogo	Minyak atsiri, kerajinan anyaman, produk alas kaki
Sleman	Meubel kayu, batik, kerajinan kulit, sarung tangan kulit, home decoration, lampu pijar

Sumber : Disperindagkop Provinsi DIY

banyak SDM kreatif. Selain itu diharapkan industri kreatif mempunyai peluang yang besar memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi melalui sektor industri, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis kepada SDM kreatif dan inovatif yang menciptakan inovasi dan kreatifitas sehingga menciptakan keunggulan kompetitif bagi sektor industri provinsi DIY dibandingkan provinsi lain bahkan negara lain.

Beberapa jenis industri kreatif yang sudah dikembangkan di Provinsi DIY tahun 2010 termasuk di Kabupaten dan Kota Yogyakarta tampak dalam *Tabel 6*.

#### **Potensi berdasarkan *One Village One Product (OVOP)***

Dalam rangka mengembangkan sektor industri potensial ekspor, berbagai strategi telah dilakukan, di antaranya Provinsi DIY telah menerapkan Pembinaan Industri dengan pola OVOP (*One Village One Product*). Prinsip OVOP menurut *Morihito, Hiramatsu, Pre sident Oita OVOP* adalah terdiri dari tiga azas yaitu: lokal tetapi global, swadaya mandiri dan orisinalitas serta pengembangan sumber daya manusia. Pola pengembangan OVOP di Provinsi DIY dilakukan sejak tahun 2008, pembinaan industri DIY pola OVOP mempunyai tujuan antara lain :(1) Menggiatkan perekonomian daerah dan menjadikan Yogyakarta mampu memproduksi pro-

duk berkualitas dan bisa masuk ke pasar dunia, (2) Untuk mengembangkan suatu produk baru yang memanfaatkan sumber-sumber, kebudayaan dan tradisi lokal.

Adapun kriteria penetapan komoditi dalam rangka pembinaan dengan pola OVOP di DIY adalah sebagai berikut: (1) Produk unggulan dan atau produk kompetensi inti daerah, (2) Unik, khas budaya dan mengandung keaslian lokal, (3) Bermutu dan berpenampilan baik, (4) Berpotensi pasar domestik dan berdaya saing ekspor, (5) Diproduksi secara kontinyu dan konsisten, (6) Penyerapan tenaga kerja, (7) Nilai ekspor tinggi

Berdasarkan kriteria tersebut maka telah ditetapkan komoditi yang akan dibina di Provinsi DIY meliputi: kerajinan hasil hutan, Kerajinan kulit & produk kulit, Tekstil tradisional, Home decoration craft, Kerajinan aksesoris, Kerajinan terakotta, Kerajinan bamboo, Industri dan Jasa IT, Periklanan dan Pameran, Building Material, Industri kerajinan logam, dan Kuliner tradisional. Dari komoditi tersebut maka masing-masing Kabupaten dan Kota Yogyakarta memfokuskan beberapa komoditi yang menjadi unggulan daerah masing-masing. Komoditi pilihan masing-masing Kabupaten/ Kota yang dibina melalui pendekatan OVOP tampak dalam *Tabel 7* di *Lampiran*.

**Tabel 6. Industri Kreatif**

No	Wilayah	Industri Kreatif
1.	Provinsi DIY	Periklanan, kerajinan, fashion, layanan komputer dan piranti lunak
2.	Kota Yogyakarta	Pasar barang seni, kerajinan, fashion, film-video
3.	Kab. Bantul	Pasar barang seni, kerajinan
4.	Kab. Kulonprogo	Pasar barang seni, kerajinan,
5.	Kab. Gunungkidul	Kerajinan
6.	Kab. Sleman	Periklanan, kerajinan, fashion, layanan komputer dan piranti Lunak

Sumber : Disperindagkop Provinsi DIY

## Daya Saing berdasarkan RCA

Selama ini, produk ekspor unggulan DIY adalah pakaian jadi tekstil (termasuk dalam kelompok tekstil dan barang dari tekstil), mebel (termasuk dalam kelompok kayu, barang dari kayu dan barang anyaman), dan sarung tangan kulit (termasuk kelompok kulit dan barang dari kulit). Tiga produk unggulan tersebut coba dikomparatifkan dengan Cina. Kelompok barang yang memiliki keunggulan komparatif adalah kelompok barang yang mempunyai nilai RCA lebih dari 1. Adapun daya saing dari ketiga produk unggulan DIY dapat dilihat pada *Tabel 8*.

**Tabel 8. Nilai Revealed Comparatif Advantage (RCA)**

No	Kelompok Barang	Nilai RCA
1	Kulit dan barang dari kulit	48,69
2	Kayu, barang dari kayu dan barang anyaman	6,17
3	Tekstil dan barang dari tekstil	3,81

Sumber : Bank Indonesia, diolah

Berdasarkan *Tabel 8*, terlihat bahwa tiga kelompok barang yang merupakan produk unggulan ekspor DIY ternyata memiliki keunggulan komparatif dibandingkan Cina. Adapun komoditas unggulan untuk masing-masing kelompok barang yang memiliki keunggulan komparatif tersebut dapat dilihat pada *Tabel 9* dalam *Lampiran*.

## Daya Saing berdasarkan Indeks Spesialisasi

Untuk mengetahui prospek di masa yang akan datang apakah suatu komoditi mengalami kejenuhan atau sedang mengalami pertumbuhan maka digunakan indeks spesialisasi Perdagangan (ISP).

**Tabel 10. Indeks Spesialisasi Perdagangan DIY 2010**

No	Nama Kelompok Barang	Indeks Spesialisasi
1	Kulit dan barang dari kulit	0,95
2	Kayu, barang dari kayu dan barang anyaman	0,94
3	Tekstil dan barang dari tekstil	0,98

Sumber : Bank Indonesia, diolah

Angka ISP berkisar antara -1 sampai +1. Jika ISP antara -1 sampai -0,5 disebut tahap pengenalan. Jika ISP antara -0,5 sampai 0 disebut tahap substitusi impor dan antara 0 sampai 0,8 disebut tahap perluasan ekspor. ISP sekitar +1 disebut tahap pematangan dan ISP antara 0,8 sampai 1 disebut tahap mengimpor kembali.

Berdasarkan *Tabel 10* terlihat tiga kelompok barang di DIY yang mempunyai keunggulan komparatif, ternyata di masa yang akan datang prospek ekspornya mengalami tahap pematangan. Kondisi di atas menunjukkan bahwa sebenarnya komoditas-komoditas unggulan DIY, masih cukup punya daya saing yang tinggi dan potensial untuk diekspor.

## SIMPULAN

Liberalisasi perdagangan merupakan tantangan yang mau tidak mau harus dihadapi oleh Provinsi DIY. Beberapa industri ekspor DIY yang mempunyai potensi bagus untuk dikembangkan dalam rangka menghadapi pasar bebas adalah (1) industri makanan minuman dan tembakau, (2) Industri tekstil, barang dari kulit dan alas kaki, (3) Industri kayu dan barang dari kayu lainnya, (4) Industri kertas dan barang cetakan, (5) Industri semen dan barang galian bukan logam, (6) Industri barang lainnya. Sementara komoditas unggulan yang mempunyai daya saing tinggi untuk diekspor adalah *kulit dan barang dari kulit, kayu, barang dari kayu dan barang anyaman, serta tekstil dan barang dari tekstil*.

Dalam upaya peningkatan produk potensial ekspor, di Provinsi DIY diarahkan juga pada pengembangan industri kreatif. Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif sangat penting dikembangkan di Provinsi DIY karena diharapkan mempunyai peluang yang besar memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi karena mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi sektor industri Provinsi DIY dibandingkan Provinsi lain bahkan Negara lain. Adapun industri kreatif di DIY di antaranya meliputi periklanan, kerajinan, *fashion*, layanan komputer dan piranti lunak.

**Rekomendasi Kebijakan.** Dalam rangka meningkatkan daya saing produk ekspor DIY maka dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk ekspor dipasar global dengan cara peningkatan kualitas dan kuantitas *event* pameran produk ekspor provinsi DIY, pemberian subsidi terhadap tempat sewa pameran serta sarana prasarana pameran yang dilakukan di Yogyakarta, di daerah lain maupun diluar negeri, pembuatan *website* internasional mengenai produk ekspor Provinsi DIY yang *updating*, memaksimalkan event kerja sama antara provinsi DIY dengan Kota Kyoto Jepang (*twin cities*) untuk memasarkan produk Provinsi DIY, memfasilitasi misi dagang asing (*buyer*) ke daerah, Mendirikan *trading house* produk ekspor dan menyusun pengelolaan *trading house* tersebut. *Trading house* didirikan terutama karena banyaknya pelaku pelaku kreatif di Provinsi DIY dalam memproduksi suatu produk namun lemah dalam hal pemasaran produk. Pembangunan *trading house* ini diharapkan dapat mempermudah jalur distribusi dan komersialisasi produk ekspor Provinsi DIY. Kendala utama yang mungkin akan dihadapi adalah bagaimana mengemas suatu *trading house* bisa dipercaya oleh konsumen, dan bagaimana mengelola beberapa produk dan pelaku kreatif yang terlibat agar mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan, mencari peluang tujuan ekspor dengan meningkatkan kerjasama dengan negara-negara Afrika dan Saudi Arabia. Negara-negara Afrika merupakan *emerging countries* dengan tingkat konsumsi yang tinggi. Meningkatkan kemampuan SDM perdagangan dengan meningkatkan kerjasama dengan dunia pendidikan, pengusaha, dan LSM melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha perdagangan, Memfasilitasi penguatan kapasitas pelaku usaha perdagangan, seperti dengan Sosialisasi sistem dan mekanisme pelaksanaan *export-import*

Adapun dalam upaya peningkatan daya saing produk ekspor (kualitas produk ekspor) melalui kebijakan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan tenaga ahli serta Pemberian subsidi untuk R & D usaha perdagangan, untuk meningkatkan produktifitas usaha perdagangan produk ekspor. Upaya lain adalah dengan meningkatkan

sinergi dan peran aktif masyarakat dan dunia usaha dalam rangka meningkatkan produktifitas, daya saing dan kemandirian produk perdagangan secara sistematis, berkelanjutan, dan terintegrasi. Peningkatan kinerja sektor perdagangan dan ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui fasilitas promosi dan penciptaan kebijakan perdagangan yang sesuai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Biro Administrasi Perekonomian dan SDA Setda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2011. "Analisa Kebijakan Strategi Pengembangan Pasar dalam rangka Menghadapi Pasar Bebas Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", Laporan akhir Hasil Kerjasama Biro Administrasi Perekonomian dan SDA Setda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta, Tidak Dipublikasikan.
- Hamel and Prahalad. 1994. *Competing for The Future. Journal of International Economic.* USA: Oxford University.
- ITC Market Analysis Section. 2000. *The Trade Performance Index - Background Paper.* UNCTAD/WTO.
- Obstfeld and Krugman. 2006. *International Economics.* Canada: Prentice Hall.
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage.* Singapore: Mc. Graw Hill, Macmillan Publisher.
- Widyasanti. 2011. *Perdagangan Bebas Regional dan Daya Saing Ekspor: Kasus Indonesia.* *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.,* Bank Indonesia, Juli.
- Utkulu and Seymen. 2004. *Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis a vis the EU,* presented on European Trade Study Group 6th annual Conference, Nottingham.

## LAMPIRAN

**Tabel 4. Komoditas Ekspor Non Migas Provinsi DIY, Tahun 2006 - 2010**

Komoditas	Nilai Ekspor Provinsi DIY (US \$Ribu)					Pertumbuhan (%)			
	2006	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Pakaian jadi tekstil	44,232	34,406	33,897	27,701	42,16	-22%	-1%	-18%	52,20
mebel kayu	32,305	26,104	24,279	18,674	18,19	-19%	-7%	-23%	-2,59
sarung tgn kulit	13,408	10,559	16,931	11,352	17,24	-21%	60%	-33%	51,87
stk sintetis	1,923	6,686	6,944	9,181	14,64	248%	4%	32%	59,46
kerajinan kertas	3,604	4,55	4,204	2,895	6,02	-87%	823%	-31%	107,94
krjnan kayu	5,611	4,847	5,142	4,963	4,15	-14%	6%	-3%	-16,38
krjnan batu	2,604	3,136	3,473	3,741	4,05	20%	11%	8%	8,26
teh hijau/hitam	88	1,046	1,749	2,854	3,99	1077%	67%	63%	39,80
produk tekstil lainnya	1,582	320	714	859	3,36	-80%	123%	20%	291,15
kulit disamak	4,880	7,116	6,685	3,336	2,89	46%	-6%	-50%	-13,37
<b>Total</b>	<b>110,149</b>	<b>93,900</b>	<b>103,304</b>	<b>84,697</b>	<b>116,69</b>				

**Tabel 7. Produk OVOP Provinsi DIY**

No	Wilayah	Produk OVOP
1.	Kota Yogyakarta	Kerajinan hasil hutan, kerajinan kulit, kerajinan Asesoris, industri dan jasa IT, periklanan dan pameran, industri kerajinan logam
2.	Kab. Bantul	Kerajinan hasil hutan, kerajinan kulit, gerabah, tekstil tradisional, kerajinan asesoris, kerajinan bambu
3.	Kab. Kulonprogo	Kerajinan hasil hutan, <i>home decoration craft</i> , produk herbal dan aroma terapi
4.	Kab. Gunungkidul	Kerajinan hasil hutan, kerajinan bambu, kerajinan kulit, kerajinan logam, produk herbal dan aroma terapi, <i>home decoration, building material</i>
5.	Kab. Sleman	Kerajinan hasil hutan, tekstil tradisional, <i>home decoration craft</i> , kerajinan bambu, bahan bangunan, fashion, layanan komputer dan piranti lunak, kuliner tradisional

Sumber : Disperindagkop Provinsi DIY

**Tabel 9. Komoditas unggulan Masing-Masing Kelompok Barang**

No	Kelompok Barang	Komoditas Unggulan
1	Kulit dan Barang dari Kulit	Sarung tangan kulit Sarung tangan kulit sintetis Sarung tangan kulit kombinasi poliurethan Kulit disamak Kerajinan Kulit
2	Kayu, Barang dari Kayu dan Barang Anyaman	Mebel kayu Kerajinan kayu Papan kemas Kerajinan Bambu Kerajinan Rotan Kerajinan Jerami Kerajinan Mendong
3	Tekstil dan Barang dari Tekstil	Pakaian jadi tekstil Tekstil Produk Tekstil lainnya

Sumber : Bank Indonesia