

Tersedia online di

<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>



Kompetisi Ekspor Kendaraan Penumpang Indonesia Melawan Negeri Gajah Putih di Arab Saudi

Sandi Hema Putra¹, Sotya Fevrieria², Dhian Adhitya³, Joko Suryanto⁴

^{1*,2,3} Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, ⁴ Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

email: ¹222016058@student.uksw.edu, ²sotya.fevrieria@uksw.edu, ³dhian.adhitya@uksw.edu, ⁴jokosuryanto@hotmail.com

ABSTRAK

Studi ini bertujuan membandingkan keunggulan absolut, keunggulan komparatif dan kompetitif komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) dari Indonesia dan Thailand ke Arab Saudi selama 2009-2018. Analisis keunggulan absolut dan keunggulan komparatif berturut-turut dilakukan dengan membandingkan *Trade Specialization Index (TSI)* dan indeks *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. Data *RCA* Indonesia dan Thailand dibandingkan dengan uji Jumlah Ranking Wilcoxon. Metode yang sama tidak diterapkan pada *TSI* karena datanya cenderung homogen. Sedangkan analisis daya saing keunggulan kompetitif dilakukan berdasarkan *Porter's Diamond Model* dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari kajian pustaka dan data-data yang diperoleh dari *UNDP*, *World Bank* dan *World Economic Forum*. Hasil analisis menunjukkan dalam hal keunggulan absolut, daya saing Indonesia dan Thailand dapat dikatakan sama, Indonesia lebih unggul dari Thailand dalam hal daya saing komparatif, tetapi Thailand lebih unggul dari Indonesia dalam hal daya saing kompetitif.

ABSTRACT

This research aims to study the absolute, comparative and competitive advantages of export commodity, i.e. cars (HS 8703), from Indonesian and Thailand to Saudi Arabia during 2009-2018. The analysis of absolute advantage and comparative competitiveness was done consecutively using Trade Specialization Index (TSI) and Revealed Comparative Advantage (RCA) index. Then, the RCA data of Indonesia and Thailand was compared using the Wilcoxon Rank-Sum test. The same method was not applied on TSI because TSI data tend to be homogenous. Moreover, the analysis of competitive advantage was carried based on the Porter's Diamond Model by comparing the information collected from literature review and by contrasting data gathered from the UNDP, the World Bank and the World Economic Forum. The analysis results show that in term of the absolute advantage, Indonesia is as competitive as Thailand, Indonesia is more competitive in term of comparative advantage but Thailand is more competitive than Indonesia

PENDAHULUAN

Pada tahun 2018 dan 2019, kinerja perdagangan Indonesia mengalami penurunan dibandingkan tahun 2015–2017 yang dapat dilihat dari neraca perdagangan Indonesia yang bernilai negatif. Hal itu disebabkan karena dari tahun 2017 hingga 2018, ekspor hanya meningkat 6,62% sementara impor meningkat 20,21%. Sementara dari tahun 2018 hingga 2019, meskipun impor turun lebih banyak daripada ekspor, yaitu 9,53%, tetapi ekspor juga mengalami penurunan sebesar 6,95% dan secara keseluruhan, nilai impor masih melebihi nilai ekspor (Kemendag, 2019a).

Sejak beberapa tahun yang lalu, Kementerian Perdagangan Indonesia telah giat mempromosikan strategi diversifikasi pasar ke negara-negara non tradisional guna memperbaiki kinerja ekspor Indonesia. Ketergantungan ekspor Indonesia pada pasar tradisional yang terdiri dari negara-negara maju (*developed countries*), digeser ke pasar non tradisional (*emerging markets*) yang terdiri dari negara-negara berkembang (*emerging countries*) yang merupakan pasar yang potensial (Ditjen PEN, 2013).

Tabel 1. Nilai Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) Indonesia dan Thailand ke Arab Saudi, 2009–2019 (juta US\$)

Tahun	Indonesia	Thailand	Tahun	Indonesia	Thailand
2009	115,9	512,2	2015	873,5	532,6
2010	233,2	546,3	2016	447,9	725,8
2011	317,2	378,6	2017	494,1	518,2
2012	528,6	42,1	2018	373,4	382,7
2013	528,6	221,3	2019	455,0	374,6
2014	684,2	287,8	<i>Mean</i>	459,2	411,1

Keterangan: (1) HS 8703 adalah kode dagang untuk motor dan kendaraan bermotor lainnya untuk mengangkut orang, termasuk *station wagon* dan kendaraan penumpang balap, tetapi tidak termasuk komoditas dalam kode HS 8702 (UN Comtrade, 2020).

(2) *Mean* = rata-rata.

Sumber Data: (1) UN Comtrade (2020). (2) Data Thailand tahun 2017 bersumber dari International Trade Center (2019).

Salah satu dari wilayah yang berpotensi menjadi pasar non tradisional adalah daerah Timur Tengah (Ditjen PEN, 2013). Arab Saudi merupakan salah satu negara yang termasuk ke dalam pasar ekspor non non-tradisional di daerah Timur Tengah (Ditjen PEN, 2013). Kendaraan bermotor roda empat dengan kode dagang HS 8703¹ merupakan komoditas ekspor dengan nilai ekspor tertinggi, yaitu sekitar 30% dari total nilai ekspor Indonesia ke Arab Saudi (BPS, 2020; UN Comtrade, 2020). Analisis (BP2KP, 2015) berdasarkan data tahun 2012–2013 menunjukkan Thailand merupakan

¹ Kode dagang untuk motor dan kendaraan bermotor lainnya yang dirancang untuk mengangkut orang yang tidak termasuk komoditi di bawah kode HS 8702, tetapi *station wagon* dan kendaraan penumpang balap termasuk di dalamnya (UN Comtrade, 2020).

pesaing utama Indonesia dalam ekspor komoditas otomotif di pasar global. Tabel 1 menunjukkan selama periode 2009–2019, ekspor Indonesia untuk komoditas tersebut ke Arab Saudi bersaing ketat dengan Thailand yang dijuluki sebagai negara gajah putih. Selama periode tersebut rata-rata nilai ekspor kendaraan penumpang (HS8703) Indonesia hanya sedikit di atas Thailand.

Studi ini bertujuan membandingkan keunggulan absolut, keunggulan komparatif serta kompetitif komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS8703) Indonesia dan Thailand ke Arab Saudi. Sejauh ini, riset serupa masih terbatas kecuali studi tentang kerjasama Indonesia dengan Arab Saudi dalam ekspor kendaraan penumpang Toyota (Mohammad, 2018) dan studi tentang daya saing sepeda motor Indonesia yang tergabung dengan AISI dibandingkan dengan Thailand (Taswin *et al.*, 2018). Selain itu, mayoritas studi di masa lalu hanya memanfaatkan indeks *RCA (Revealed Comparative Advantage)* dan/atau *TSI (Trade Specialization Index)*, sedangkan studi ini juga akan menggunakan *Diamond Model* dari Michael E. Porter sebagai metode analisis.

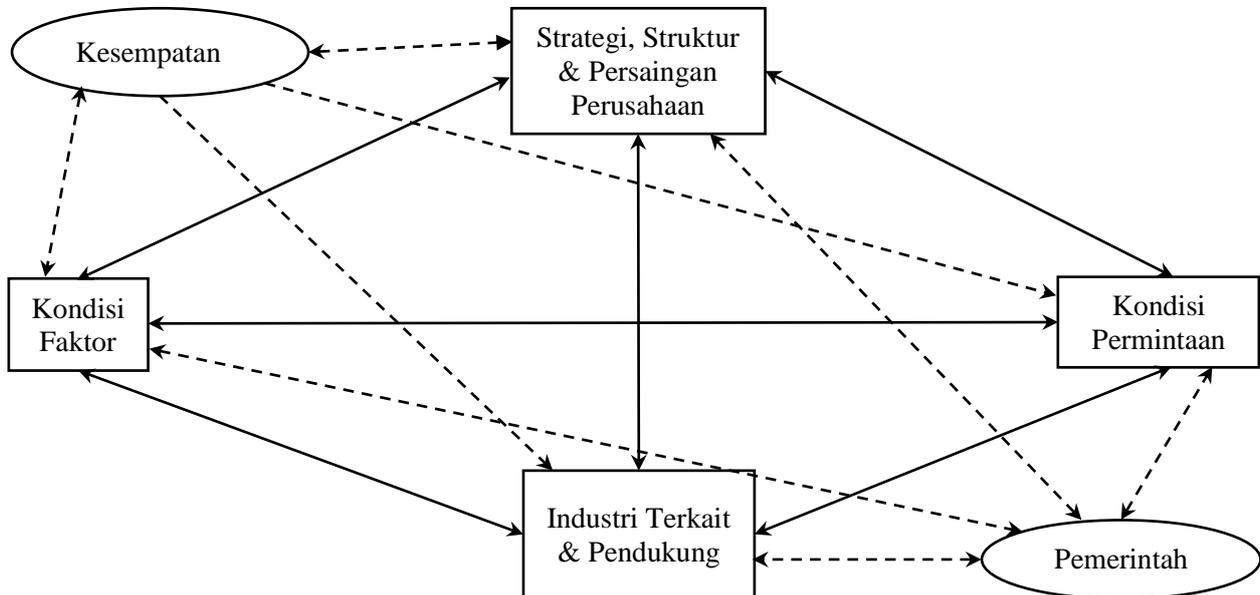
TINJAUAN PUSTAKA

Ekspor adalah kegiatan memproduksi barang dan jasa di suatu negara untuk kemudian dijual (dibawa keluar) dari (daerah pabean) negara tersebut ke (daerah pabean) negara lain, dengan mengikuti aturan sesuai dengan undang-undang yang berlaku di negara tersebut (Ditjen Bea dan Cukai, 2013; Ditjen PEN, 2011; Mankiw, 2018). Pasar ekspor dibedakan menurut pasar tradisional, yaitu pasar yang mencakup 15 negara tujuan ekspor utama selama minimal 40 tahun, dan pasar non-tradisional, yaitu pasar yang terdiri dari 15 negara tujuan ekspor utama selama minimal 10 tahun hingga kurang dari 40 tahun dan negara yang belum masuk ke dalam kedua kriteria tersebut (Sabaruddin, 2016).

Dalam kegiatan perdagangan, termasuk ekspor, tak lepas dari unsur persaingan. Menurut teori keunggulan absolut (*absolute advantage*) yang dikemukakan Adam Smith pada tahun 1776, setiap negara akan melakukan perdagangan dengan spesialisasi atau berdasarkan barang yang dapat diproduksinya dengan input yang lebih sedikit daripada negara lain (Mankiw, 2018). Dalam perdagangan internasional, spesialisasi tersebut akan mendorong suatu negara untuk menjadi eksportir sedangkan untuk produk-produk di mana suatu negara tidak memiliki spesialisasi, maka negara tersebut akan memilih menjadi importir. Sedangkan menurut teori keunggulan komparatif (*comparative advantage*) yang dikemukakan oleh David Ricardo pada tahun 1817, setiap negara akan melakukan perdagangan berdasarkan barang yang dapat diproduksinya dengan biaya kesempatan (*opportunity cost*) lebih murah daripada negara lain (Mankiw, 2018). Dengan kata lain, menurut teori keunggulan absolut, suatu negara akan menjadi pengeksportir suatu barang bila negara tersebut dapat memproduksi barang tersebut dengan biaya paling murah di dunia dan berdasarkan teori keunggulan

komparatif, suatu negara akan menjadi pengeksport barang yang dapat diproduksinya secara produktif dan menjadi pengimpor barang-barang lain yang tidak diproduksinya (Porter, 1998).

Gambar 1. Penentu Daya Saing Negara dalam Model Diamond Michael E. Porter



Keterangan: Disalin dari Porter (1998)

Kedua teori tersebut dirasa terlalu sederhana untuk dapat menjelaskan kompleksitas perdagangan dalam ekonomi global masa kini sehingga Michael E. Porter mengusulkan teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dikenal dengan *Diamond Model* (Cho & Moon, 2002; Smit, 2010). Menurut Porter (1998), terdapat empat faktor utama dan dua faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif sebuah negara. Empat faktor utama tersebut adalah (Cho & Moon, 2002; Porter, 1998; Smit, 2010): (1) faktor kondisi (*factor conditions*), yaitu posisi suatu negara dalam kepemilikan faktor-faktor produksi, seperti sumber daya alam, tenaga kerja terampil, modal dan infrastruktur, yang dibutuhkan dalam persaingan; (2) kondisi permintaan (*demand conditions*), yaitu sifat permintaan pasar dari produk atau jasa yang dihasilkan suatu negara; (3) industri terkait dan pendukung (*related and supporting industries*), yaitu ketersediaan industri pemasok di dalam negeri dan industri terkait lainnya yang kompetitif secara internasional dan (4) strategi, struktur dan persaingan perusahaan (*firm strategy, structure and rivalry*), yaitu kondisi suatu negara dalam mengatur bagaimana perusahaan dibentuk, diorganisir dan dikelola serta sifat persaingan di dalam negeri tersebut. Dua faktor tambahan lainnya adalah (Cho & Moon, 2002; Porter, 1998; Smit, 2010): (1) pemerintah (*government*), yang berperan dalam mempengaruhi keunggulan kompetitif suatu negara dan (2) kesempatan (*chance*), yaitu kondisi tak terduga seperti munculnya teknologi baru, perubahan kebijakan pemerintah asing, terjadinya fluktuasi tajam di pasar modal, peperangan dan sebagainya, yang dapat mengakibatkan perubahan daya saing.

Hasil-hasil penelitian di masa lalu menunjukkan beberapa produk ekspor Indonesia seperti bahan makanan; ikan, udang-udangan, hewan lunak, invertebrata perairan; karet; minyak dan lemak hewan atau tumbuhan; serat *staple* buatan manusia; kertas dan kertas karton; dan kakao, mempunyai daya saing yang baik di Uni Eropa, ASEAN-Cina, ASEAN dan Afrika. Namun produk ekspor potensial Indonesia, seperti produk-produk perekat dan karet keras belum memiliki daya saing yang baik di Cina (Amalina, Novianti, & Asmara, 2018; BP2KP, 2015; Nihayah, 2012; Ridhwan et al., 2015; Saptanto, 2011). Salah satu masalah dalam ekspor Indonesia adalah mayoritas produk-produk tersebut masih berupa barang mentah yang mestinya bisa diolah terlebih dahulu dengan melakukan diversifikasi produk agar nilai tambahnya lebih tinggi. Masalah lain yang perlu dibenahi adalah pengkajian ulang perjanjian kerjasama perdagangan untuk memperkuat kerjasama, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor perdagangan, menciptakan iklim usaha yang sehat (Embu, 2019), misalnya menghapus kerumitan dan mengurangi lamanya proses birokrasi, mengatasi adanya pungutan liar yang membebani biaya usaha dan mengupayakan penurunan biaya logistik.

Penelitian mengenai daya saing produk ekspor Indonesia sudah banyak dilakukan, tetapi riset tentang komoditas ekspor kendaraan penumpang Indonesia ke Arab Saudi belum pernah ada. Riset mengenai daya saing produk ekspor Indonesia yang banyak dilakukan adalah untuk komoditi perikanan dan perkebunan serta komoditas tekstil. Selain itu ada pula yang melakukan studi untuk komoditi tambang dan kehutanan. Ada penelitian yang dilakukan menggunakan data ekspor level Indonesia (Armawan & Kesumajaya, 2013; Mufa'ah & Hayati, 2016; Radityo, Dwiastuti, & Muhaimin, 2014; Saptanto, 2011; Trianto, 2015) dan ada yang menggunakan data level provinsi (Rochmat, Darsono, & Riptanti, 2017; Safriansyah, 2010; Sirait, Edison, & Elwamendri, 2017; Trianto, 2015; Wahyuningsih, 2015). Semua studi tersebut menggunakan indeks *RCA*, tetapi ada beberapa studi yang menggunakan tambahan alat analisis yang lain.

Menggunakan indeks *RCA*, beberapa studi menemukan komoditi ekspor perikanan² Indonesia mempunyai daya saing ekspor yang tinggi (Mufa'ah & Hayati, 2016; Saptanto, 2011; Trianto, 2015), di mana berdasarkan indeks *RCA*, daya saing ekspor komoditi perikanan dari Kalimantan Selatan tergolong lemah tetapi berdasarkan indeks *Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA)*³, daya saing ekspor komoditi perikanan dari Kalimantan Selatan tergolong tinggi. Menggunakan menggunakan indeks spesialisasi perdagangan (ISP), Safriansyah (2010) juga menyimpulkan kalau

² Udang (Mufa'ah & Hayati, 2016; Trianto, 2015), ikan dan krustasea (HS 03), moluska serta invertebrata lainnya; ekstrak dan jus daging, ikan atau krustasea, moluska atau invertebrate air lainnya (HS 1603); ikan diolah atau diawetkan, kaviar dan penggunaan kaviar yang diolah dari telur ikan (HS 1604); krustasea, moluska dan invertebrata air lainnya, diolah atau diawetkan (HS 1605); rumput laut dan ganggang lainnya (HS 121220); produk dari ikan atau krustasea, moluska atau invertebrata air lainnya (HS 051191); mutiara alam yang belum diolah (HS 710110); mutiara budidaya, tidak dikerjakan (HS 710121) dan mutiara dikerjakan (HS 710122) (Saptanto, 2011).

³ Perbedaan *RCA* dengan *RCTA* adalah, *RCA* hanya diperhitungkan dari data ekspor sementara *RCTA* juga diperhitungkan berdasarkan data impor (Safriansyah, 2010).

komoditi ekspor perikanan sudah berada pada tahap kematangan. Selanjutnya berdasarkan analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), Mufa'ah & Hayati (2016) juga menyimpulkan daya saing tersebut dipengaruhi faktor internal berupa faktor-faktor produksi, yaitu jumlah tenaga kerja, potensi lahan, modal, ketersediaan benih udang, dan bahan baku pakan udang; kuantitas produksi udang, kemampuan peternak udang untuk melakukan diversifikasi produk serta untuk memanfaatkan program-program pemerintah yang membantu pengembangan budidaya udang, dan faktor eksternal berupa harga udang, permintaan ekspor udang, lingkungan budi daya ikan, pesaing dalam ekspor udang, standard dan kualitas yang ditetapkan negara tujuan ekspor.

Berdasarkan indeks *RCA*, beberapa riset juga menyimpulkan komoditi ekspor karet dari Indonesia, Jambi dan Sumatera Selatan mempunyai daya saing yang tinggi (Radityo et al., 2014; Rochmat et al., 2017; Sirait et al., 2017; Trianto, 2015). Hasil yang berbeda ditemukan oleh Safriansyah (2010), di mana berdasarkan indeks *RCA*, daya saing ekspor karet dari Kalimantan Selatan tergolong lemah tetapi berdasarkan indeks *RCTA*, daya saing ekspor karet dari Kalimantan Selatan tergolong tinggi. Menggunakan metode analisis yang berbeda, yaitu *Export Competitiveness Index (XCI)* atau indeks daya saing ekspor, (Rochmat et al., 2017) menyimpulkan tren ekspor komoditi karet Jawa Tengah meningkat sedangkan (Radityo et al., 2014) dan Safriansyah (2010) menggunakan *Trade Specialization Ratio (TSR)* atau sama dengan *ISP*, menyimpulkan bahwa komoditi ekspor karet sudah berada pada tahap kematangan.

Lebih lanjut menggunakan analisis regresi, Radityo et al., (2014) menemukan produktivitas dan luas panen perkebunan karet berpengaruh signifikan positif terhadap indeks daya saing komparatif (indeks *RCA*) tetapi pangsa pasar komoditi karet di beberapa pasar negara-negara ASEAN berpengaruh signifikan negatif terhadap indeks daya saing komparatif (indeks *RCA*). Sementara Sirait et al., (2017) menemukan produksi karet, harga minyak mentah dunia serta produk domestik regional bruto (PDRB) provinsi berpengaruh signifikan positif terhadap indeks daya saing komparatif (indeks *RCA*) tetapi harga karet berpengaruh signifikan negatif terhadap indeks daya saing komparatif (indeks *RCA*).

Hasil beberapa studi menggunakan indeks *RCA* juga menunjukkan komoditi ekspor kayu dan produk olahannya mempunyai daya saing yang tinggi (Krisna & Kesumajaya, 2013; Safriansyah, 2010; Wahyuningsih, 2015). Namun analisis Trianto (2015) yang juga menggunakan *RCA*, menemukan komoditi ekspor kayu/produk kayu dari Sumatera Selatan dan analisis Safriansyah (2010) menggunakan *RCTA* menunjukkan komoditi ekspor produk kayu dari Kalimantan Selatan mempunyai daya saing yang rendah. Lebih lanjut, hasil analisis regresi Krisna & Kesumajaya (2013) juga menunjukkan volume ekspor kayu berpengaruh signifikan positif sedangkan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai ekspor kayu olahan Indonesia ke Amerika Serikat.

Beberapa peneliti juga melakukan studi untuk komoditi hasil-hasil tambang dan semua hasil studi mereka menunjukkan, baik berdasarkan *RCA* maupun *RCTA*, komoditi produk tambang mempunyai daya saing yang tinggi (Safriansyah, 2010; Trianto, 2015). Selain studi-studi di atas terdapat pula studi yang mempelajari daya saing ekspor untuk komoditi minyak kelapa sawit atau *crude palm oil (CPO)*, teh dan kopi (Trianto, 2015) serta komoditas produk rotan (Safriansyah, 2010), penerbitan dan percetakan serta komoditas dari berbagai macam industri⁴ (Wahyuningsih, 2015). Berdasarkan analisis *RCA*, semua komoditi tersebut ditemukan rendah daya saingnya, kecuali komoditi kopi, sedangkan semua komoditas tersebut ditemukan memiliki daya saing yang tinggi.

Satu-satunya studi mengenai daya saing untuk komoditas kendaraan bermotor Indonesia yang ditemukan penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Taswin et al., (2018), yaitu untuk sepeda motor. Hasil studinya menunjukkan berdasarkan analisis ISP, selama periode 2015–2016, produk ekspor sepeda motor Indonesia baru berada pada tahap pertumbuhan sementara Thailand sudah berada pada tahap kematangan. Meskipun demikian, berdasarkan analisis *RCA*, selama periode yang sama daya saing komoditas ekspor sepeda motor Indonesia sudah lebih tinggi daripada Thailand.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan data sekunder periode 2009–2018 (10 tahun). Batas tahun 2018 ditentukan karena beberapa data yang digunakan untuk analisis daya saing kompetitif berdasarkan *Diamond Model* baru tersedia hingga tahun 2018. Data-data sekunder tersebut dikumpulkan dari UN Comtrade (2020), International Trade Center (2019), UNDP (2020), World Bank (2020) dan WEF (2018, 2019).

1. Analisis Keunggulan Absolut

Perbandingan keunggulan absolut antara Indonesia dengan Thailand dilakukan menggunakan TSI atau ISP (indeks spesialisasi perdagangan)⁵. TSI merupakan rasio antara ekspor bersih (net exports) dengan total nilai perdagangan (ekspor dan impor) (Kemendag, 2008):

$$TSI_j = \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)} \quad (1)$$

di mana X_i adalah nilai ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) negara i ke negara Arab Saudi dan M_i adalah nilai impor kendaraan penumpang (HS 8703) negara i ke Arab Saudi, dengan $i = \{\text{Indonesia, Thailand}\}$. Apabila $X_i > M_i$, maka $0 \leq TSI_i \leq 1$ dan negara i memiliki daya saing yang kuat dalam perdagangan karena merupakan eksportir dan dikatakan. Apabila $X_i < M_i$, maka $-1 \leq TSI_i \leq 0$ dan

⁴ Industri bumbu masak dan penyedap rasa, industri gula tebu dan gula kelapa, industri rokok, industri pemintalan, industri tekstil, industri tekstil jadi dan tekstil lainnya, industri pakaian jadi dan tekstil lainnya serta industri kapur dan barang dari semen.

⁵ Radityo et al. (2014) mengistilahkan TSI sebagai TSR (*trade specialization ratio*).

negara i dapat dikatakan memiliki daya saing yang lemah dalam perdagangan karena merupakan importir.

Lebih lanjut, nilai TSI dapat digunakan untuk mengidentifikasi tahap perkembangan produk yang diperdagangkan. Bila $-1 \leq TSI_i \leq -0,5$, maka negara i merupakan pendatang baru yang kalah cepat masuk pasar dibandingkan pesaingnya (*forerunner*) atau dengan kata lain merupakan negara i merupakan *latecomer* di pasar sehingga dikatakan baru berada pada tahap pengenalan. Jika $-0,5 < TSI_i \leq 0,0$, maka skala produksi negara i masih kecil sehingga mengalami *diseconomies of scale*. Akibatnya, harga produk yang dihasilkan negara i relatif lebih mahal dibandingkan pesaingnya sehingga daya saingnya menjadi rendah di pasar sehingga nilai impor negara i masih lebih besar daripada nilai eksportnya dan tahap ini disebut tahap substitusi impor. Apabila $0,0 < TSI_i \leq 0,8$, artinya negara i sudah bisa memproduksi dalam skala besar sehingga produknya menjadi ekonomis atau murah. Akibatnya nilai ekspor negara i menjadi lebih besar daripada nilai impornya dan tahap ini disebut tahap pertumbuhan. Kalau $0,8 < TSI_i \leq 1,0$, maka dikatakan negara i mencapai tahap kematangan karena negara i jauh lebih banyak mengekspor daripada mengimpor sehingga dapat dikatakan sebagai *net exporter*. Tahap kematangan terjadi karena negara i sudah menguasai teknologi produksi yang dibutuhkan untuk dapat bersaing dengan baik. Manakala TSI_i kembali turun antara 1,0 hingga 0,0, artinya terjadi penurunan ekspor dan sebaliknya terjadi peningkatan impor. Oleh karena itu, tahap ini ditandai dengan rendahnya produksi domestik dibandingkan permintaan domestik. Dengan kata lain, negara i tidak lagi mengekspor produknya dan malah harus mengimpor untuk dapat memenuhi permintaan domestik (Kemendag, 2008).

2. Analisis Keunggulan Komparatif

Perbandingan keunggulan komparatif antara Indonesia dengan Thailand dilakukan menggunakan indeks RCA atau indeks keunggulan komparatif terungkap. Kemudian, nilai RCA Indonesia dan Thailand dibandingkan dengan uji jumlah ranking Wilcoxon dengan rumusan hipotesis nol: terdapat perbedaan ranking antara RCA Indonesia dengan RCA Thailand.

Indeks RCA yang diperkenalkan oleh Balassa (1965), formula perhitungannya disusun berdasarkan teori keunggulan komparatif dari David Ricardo. Formula perhitungan RCA adalah sebagai berikut (FAO, 2009; Kemendag, 2019b):

$$RCA_{ij} = \frac{\frac{X_i}{\sum_j X_{ij}}}{\frac{X_w}{\sum_{ij} X_{ij}}} \quad (2)$$

di mana X_i adalah nilai ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) dari negara i ke Arab Saudi, $\sum_j X_{ij}$ adalah total nilai ekspor dari seluruh produk dari negara i ke Arab Saudi, X_w adalah nilai ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) dari w (seluruh negara di dunia) ke Arab Saudi, $\sum_{ij} X_{ij}$ adalah total

nilai ekspor dari seluruh produk dari seluruh negara di dunia ke Arab Saudi, $i = \{\text{Indonesia, Thailand}\}$ dan $j = \{1, \dots, n\}$ dengan $n =$ jumlah produk ekspor. Pembilang dari formula (2) merefleksikan bagian (*share*) ekspor suatu produk dari negara i ke suatu negara tujuan ekspor dari total ekspor negara i ke negara tujuan ekspor tersebut, sedangkan penyebut dari formula (2) menggambarkan bagian (*share*) ekspor produk yang sama dari seluruh negara di dunia ke negara tujuan ekspor yang sama dari total ekspor dari seluruh dunia ke negara tujuan ekspor tersebut.

Jika $\frac{X_i}{\sum_j X_{ij}} > \frac{X_w}{\sum_{ij} X_{ij}}$ maka nilai $RCA_{ij} > 1$, artinya daya saing ekspor komoditas kendaraan penumpang (HS 8703) dari negara i tergolong kuat. Sebaliknya, jika $\frac{X_i}{\sum_j X_{ij}} < \frac{X_w}{\sum_{ij} X_{ij}}$ maka nilai $RCA_{ij} < 1$, artinya daya saing ekspor komoditas kendaraan penumpang (HS 8703) dari negara i tergolong lemah. Karena hanya didasarkan pada nilai ekspor, maka indeks RCA tidak dapat menggambarkan perkembangan produksi dan pasar di dalam negeri serta tidak dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah kerjasama perdagangan antara negara asal dan tujuan ekspor sudah berjalan dengan baik atau belum.

3. Analisis Keunggulan Kompetitif

Perbandingan keunggulan komparatif antara Indonesia dengan Thailand dilakukan berdasarkan *Diamond Model* dari Michael E. Porter. Keempat dimensi utama dan dua dimensi tambahan dalam model tersebut dianalisis menggunakan data-data yang diperoleh dari *World Bank*, laporan *World Economic Development* dan informasi yang didapat melalui kajian berbagai pustaka.

4. Uji Jumlah Ranking Wilcoxon

Data kuantitatif yang digunakan dalam analisis keunggulan absolut dan komparatif, yaitu TSI dan RCA dari Indonesia dan Thailand akan dibandingkan dengan uji jumlah ranking Wilcoxon yang merupakan salah satu dari metode pengujian dengan pendekatan statistika non parametrik mengingat periode data termasuk sampel berukuran kecil. Nilai statistik pengujian dari uji jumlah ranking Wilcoxon dilakukan berdasarkan nilai ranking dari data TSI atau indeks RCA (Berenson *et al.*, 2012; Lind *et al.*, 2018):

$$Z = \frac{R - \frac{n_1(n+1)}{2}}{\sqrt{\frac{n_1 n_2 (n+1)}{12}}} \quad (3)$$

dengan $R =$ jumlah ranking dari data TSI atau indeks RCA Indonesia, n_i adalah ukuran sampel ke- i dengan $i = \{\text{Indonesia, Thailand}\}$ dan $n = n_1 + n_2$, di mana ranking data ditentukan dengan cara

menggabungkan data *TSI* atau indeks *RCA* Indonesia dan Thailand dulu⁶. Hipotesis nol untuk uji ini adalah *TSI* atau indeks *RCA* Indonesia sama dengan *TSI* atau indeks *RCA* Thailand. Hipotesis tersebut akan ditolak jika nilai *Z* melebihi nilai *Z* yang dihitung dari tabel distribusi normal.

HASIL & PEMBAHASAN

1. Perbandingan Trade Specialization Index Indonesia dan Thailand

Tabel 2 menyajikan nilai *TSI* ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi dari Indonesia dan Thailand. Tabel 2 menunjukkan nilai *TSI* antara Indonesia dan Thailand tidak terlalu berbeda. Karena itu, dianggap perbedaan *TSI* antara Indonesia dan Thailand tidak perlu dibandingkan dengan uji jumlah rangking Wilcoxon.

Tabel 2. *TSI* Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) ke Saudi Arabia dari Indonesia dan Thailand, 2009–2018

Tahun	Indonesia	Thailand	Tahun	Indonesia	Thailand
2009	1,0000	1,0000	2015	1,0000	1,0000
2010	1,0000	1,0000	2016	1,0000	0,9997
2011	1,0000	1,0000	2017	1,0000	1,0000
2012	1,0000	1,0000	2018	1,0000	1,0000
2013	1,0000	1,0000	<i>Mean</i>	1,0000	1,0000
2014	1,0000	1,0000			

Keterangan: (1) HS 8703 adalah kode dagang untuk motor dan kendaraan bermotor lainnya untuk mengangkut orang, termasuk *station wagon* dan kendaraan penumpang balap, tetapi tidak termasuk komoditas dalam kode HS 8702 (UN Comtrade, 2020). (2) *Mean* merupakan rata-rata geometrik.

Sumber Data: (1) UN Comtrade (2020). (2) Data Thailand tahun 2017 bersumber dari *International Trade Center* (2019)

Rata-rata geometrik *TSI* keduanya selama periode 2009–2018 sama-sama satu. Artinya, baik Indonesia maupun Thailand merupakan *net exporter* dan produk ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) sudah sampai pada tahap kematangan.

Nilai rata-rata *TSI* keduanya yang bernilai 1 menunjukkan kegiatan perdagangan kendaraan penumpang (HS 8703) hanya berjalan satu arah dari Indonesia atau Thailand ke Arab Saudi, tetapi tidak sebaliknya, kecuali pada tahun 1997 saat *TSI* Thailand kurang dari 1 yang menunjukkan pada

⁶ Data *RCA* yang bernilai sama diberi rangking yang sama dengan cara merata-rata urutan rangking dari data-data yang bernilai sama. Misal data *RCA* yang bernilai sama berada pada urutan ke 5 dan 6, maka keduanya diberi rangking: $\frac{5+6}{2} = 5,5$

tahun tersebut terjadi kegiatan impor kendaraan penumpang (HS 8703) dari Arab Saudi ke Thailand.

2. Perbandingan Indeks Revealed Comparative Advantage Indonesia dan Thailand

Tabel 3 menyajikan indeks *RCA* ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi dari Indonesia dan Thailand. Selama periode 2009–2018, rata-rata geometrik indeks *RCA* Indonesia dan Thailand sudah di atas 1, artinya daya saing ekspor komoditas kendaraan penumpang (HS 8703) dari Indonesia dan Thailand sama-sama tergolong kuat. Tetapi jika dibandingkan nilainya, selama periode tersebut, rata-rata *RCA* Indonesia jauh lebih tinggi daripada Thailand.

Tabel 3. Indeks *RCA* Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) ke Saudi Arabia dari Indonesia dan Thailand, 2009–2018

Tahun	Indonesia	Thailand	Tahun	Indonesia	Thailand
2009	1,39	3,22	2015	4,07	1,73
2010	1,97	2,54	2016	3,82	3,72
2011	2,61	1,97	2017	5,70	4,51
2012	3,23	0,16	2018	4,12	3,36
2013	3,68	0,90	<i>Mean</i>	3,21	1,73
2014	3,72	1,08			

Keterangan: (1) HS 8703 adalah kode dagang untuk motor dan kendaraan bermotor lainnya untuk mengangkut orang, termasuk *station wagon* dan kendaraan penumpang balap, tetapi tidak termasuk komoditas dalam kode HS 8702 (UN Comtrade, 2020). (2) *Mean* merupakan rata-rata geometrik.

Sumber Data: (1) UN Comtrade (2020). (2) Data Thailand tahun 2017 bersumber dari *International Trade Center* (2019)

Karena rata-rata indeks *RCA* keduanya berbeda maka perbedaan indeks *RCA* antara Indonesia dan Thailand dirasa perlu dibandingkan dengan uji jumlah ranking Wilcoxon. Tabel 4 menampilkan hasil uji tersebut. Tabel 4 menunjukkan rata-rata rangking indeks *RCA* Indonesia terbukti lebih tinggi daripada rata-rata rangking indeks *RCA* Thailand.

Tabel 4. Hasil Uji Jumlah Rangking Wilcoxon Indeks *RCA* Kendaraan Penumpang (HS 8703) Indonesia dan Thailand

Negara	n	Ranking		Z
		Jumlah	Rata-rata	
Indonesia	10	129	12,9	

Thailand	10	81	8,1	-1,816*
				(0,069)

Keterangan: (1) Angka di dalam tanda kurang adalah nilai peluang dari statistik uji Z. (2) *, **, *** berturut-turut berarti signifikan pada $\alpha = 10\%$, 5% dan 1%.

Meskipun hasil uji jumlah rangking Wilcoxon juga menunjukkan selama periode 2009–2018 indeks *RCA* Indonesia terbukti lebih tinggi daripada indeks *RCA* Thailand dan selama periode tersebut indeks *RCA* Indonesia tumbuh 12,83% per tahun sedangkan *RCA* Thailand hanya tumbuh 0,47% per tahun, namun analisis keunggulan komparatif masih perlu diperdalam dengan analisis keunggulan kompetitif. Hal ini karena jika diperhatikan lebih seksama, data *RCA* Indonesia maupun Thailand pada periode tersebut sama-sama mempunyai kecenderungan berfluktuasi. Di awal periode hingga tahun 2015, indeks *RCA* Indonesia mengalami peningkatan, tetapi setelah itu cenderung naik turun. Sementara Thailand, di awal periode hingga tahun 2012, indeks *RCA* Thailand mengalami penurunan, tetapi setelah itu mengalami peningkatan. Artinya, jika Indonesia lengah, maka tidak tertutup kemungkinan di masa-masa yang akan datang, indeks *RCA* Indonesia akan kalah dari Thailand.

3. Perbandingan Keunggulan Kompetitif Indonesia dan Thailand dengan Diamond Model

a. Perbandingan Faktor Kondisi Produksi Kendaraan Penumpang (HS 8307) Indonesia dan Thailand

Faktor kondisi meliputi faktor-faktor produksi dan infrastruktur pendukung. Salah satu unsur penting dalam faktor produksi adalah tenaga kerja. Data dalam Tabel 5 menunjukkan, meskipun tidak berbeda, jauh *Human Development Index (HDI)* Indonesia masih lebih rendah daripada Thailand. Pada tahun yang sama, proporsi angkatan kerja berpendidikan rendah di Indonesia lebih sedikit daripada di Thailand, tetapi angkatan kerja berpendidikan tinggi di Thailand sedikit lebih banyak daripada di Indonesia. Sedangkan berdasarkan indikator-indikator dari *World Forum Economic (WEF)*, kualitas tenaga kerja Indonesia meskipun secara umum lebih baik daripada Thailand, tetapi perkembangannya selama 2018–2019, kalah dibandingkan Thailand. Hal ini kembali menegaskan bahwa jika tidak melakukan antisipasi, kondisi tenaga kerja Indonesia untuk mendukung produksi produk ekspor bisa kalah dari Thailand di masa depan.

Tabel 5. Indikator *Condition Factors* Indonesia dan Thailand

Indikator Daya Saing	Indonesia			Thailand		
	2018	2019	<i>Growth</i>	2018	2019	<i>Growth</i>
<i>HDI</i> ¹⁾	0,707	–	–	0,765	–	–

Angkatan kerja berpendidikan rendah ²⁾	62,76%	–	–	69,89%	–	–
Angkatan kerja berpendidikan sedang ²⁾	72,18%	–	–	72,29%	–	–
Angkatan kerja berpendidikan tinggi ²⁾	81,91%	–	–	83,81%	–	–
Kemudahan mendapat tenaga kerja terampil ³⁾	4,7	4,6	–2,1%	3,9	4,0	2,6%
Ketrampilan lulusan ³⁾	4,7	4,5	–4,3%	4,1	4,0	–2,4%
Upah dan produktivitas ³⁾	4,7	4,6	–2,1%	4,5	4,6	2,2%
Perusahaan yang inovatif ³⁾	4,9	4,8	–2,0%	4,6	4,6	0,0%
Konektivitas jalan ³⁾	34,6	59,8	72,8%	70,2	80,0	14,0%
Indikator Daya Saing	Indonesia			Thailand		
	2010	2018	Growth	2010	2018	Growth
Ekspor berbasis teknologi tinggi ²⁾	7,07 ^{a)}	6,39 ^{a)}	–9,6%	37,21 ^{a)}	44,80 ^{a)}	20,4%

Keterangan: (a) Dalam miliar US\$.

Sumber Data: (1) UNDP (2020). (2) World Bank (2020). (3) WEF (2018, 2019).

Kualitas tenaga kerja dapat mempengaruhi penguasaan teknologi yang juga merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan produksi, khususnya produksi komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS 8703). Tenaga kerja yang kurang terampil akan membuat penguasaan teknologi tidak dapat berjalan dengan baik. Hal ini dapat berdampak pada ketidakefisienan biaya produksi atau pada penurunan kualitas output yang diproduksi.

Pengertian teknologi tidak terbatas pada penggunaan mesin atau robot dalam proses produksi atau penjualan tetapi juga dalam hal metode kerja. Karena itu perusahaan yang inovatif merupakan salah satu indikator dari perusahaan yang menguasai teknologi. Daya saing perusahaan Indonesia jika dilihat dari kemampuan inovasinya, seperti halnya kualitas tenaga kerja, lebih tinggi daripada Thailand, tetapi perkembangannya selama 2018–2019, juga kalah dibandingkan dengan Thailand. Tak mengherankan jika dari sisi nilai ekspor berbasis teknologi tinggi maupun pertumbuhannya, Indonesia kalah jauh dari Thailand (lihat Tabel 5).

Dalam teori pertumbuhan ekonomi secara endogen (Dornbusch, Fischer, & Startz, 2011), selain sumber daya manusia atau tenaga kerja, faktor lain yang mempunyai peranan yang besar di dalam mendorong pertumbuhan adalah riset dan pengembangan (*research and development*). Dari sisi

kualitas lembaga penelitian, Indonesia sudah menunjukkan kemampuannya mengejar ketinggalan dari Thailand. Tetapi dari sisi jumlah peneliti, Indonesia masih kalah dari Thailand (lihat Tabel 5).

Selain faktor-faktor produksi, faktor lain yang dapat mempengaruhi daya saing produk ekspor adalah ketersediaan dan kualitas infrastruktur pendukung. Di bawah pemerintahan Joko Widodo, Indonesia berusaha mengejar ketertinggalannya dalam pembangunan infrastruktur seperti pembangkit tenaga listrik, waduk, jalan tol, *mass rapid transit* (MRT), *inland waterway*, pelabuhan dan bandara dan sebagainya (KPPPI, 2019). Hal itu terefleksi dari peningkatan indeks konektivitas jalan Indonesia, meskipun dari sisi nilai indeks, Indonesia masih kalah dari Thailand (lihat Tabel 5). Pembangunan pembangkit tenaga listrik dan jalan tol diharapkan dapat ikut mendukung pengembangan industri otomotif, termasuk komoditas kendaraan penumpang (HS 8703). Pembangunan pembangkit tenaga listrik dapat lebih menjamin pasokan listrik yang dibutuhkan dalam proses produksi sedangkan pembangunan jalan tol dan pelabuhan dapat memperlancar proses pengiriman barang dan menekan biaya logistik.

b. Perbandingan Permintaan Kendaraan Penumpang (HS 8703) Indonesia dan Thailand

Permintaan kendaraan penumpang (HS 8703) dapat dilihat dalam Tabel 1. Tabel tersebut dengan jelas menunjukkan selama 2009–2019, nilai ekspor kendaraan penumpang (HS 8704) Indonesia maupun Thailand cenderung mempunyai fluktuasi yang cukup tinggi. Di awal periode, nilai ekspor Indonesia mengalami peningkatan hingga tahun 2015 tapi trend selanjutnya mengalami penurunan. Sedangkan Thailand, di awal periode trennya mengalami penurunan tapi sejak tahun 2012 nilai ekspornya kembali meningkat hingga tahun 2016. Setelah itu, seperti Indonesia, trennya mengalami penurunan.

Namun setidaknya dalam satu tahun terakhir, yaitu 2018–2019, nilai ekspor Indonesia ke Arab Saudi mengalami peningkatan, sementara Thailand mengalami penurunan sehingga nilai penjualan kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia mampu melampaui Thailand (lihat Tabel 1). Hingga kuartal pertama tahun 2020, ekspor Indonesia ke Arab Saudi masih mengalami peningkatan (Marketmover, 2020; Situmorang, 2020). Salah satu faktor yang kemungkinan ikut mendorong peningkatan permintaan adalah adanya kebijakan pemerintah Arab Saudi yang sudah mengizinkan wanita untuk menyewakan kendaraan penumpang (Bisnis.com, 2019).

Produksi kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia masih lebih banyak melayani permintaan domestik daripada ekspor, khususnya dari kelompok masyarakat ekonomi menengah. Tingkat pertumbuhan populasi kelas menengah di Indonesia selama 2012–2020 diperkirakan adalah yang tertinggi di ASEAN (Jppn.com, 2015). Tingginya permintaan domestik tersebut kemungkinan juga disebabkan kondisi budaya di Indonesia yang mempunyai kecenderungan suka bepergian untuk

mengikuti berbagai kegiatan keluarga atau kegiatan sosial sehingga membutuhkan kendaraan penumpang. Karena itu, permintaan kendaraan penumpang di Indonesia lebih banyak untuk tipe *Multi Purpose Vehicle (MPV)*. Sementara, permintaan kendaraan penumpang dari Arab Saudi adalah untuk tipe *Sport Utility Vehicle (SUV)* (Koran Jakarta, 2015). Sebaliknya, produksi kendaraan penumpang (HS 8703) Thailand lebih banyak melayani permintaan ekspor daripada domestik (TAIA, 2020). Hal ini menunjukkan kendaraan penumpang (HS 8703) produksi Thailand mampu memenuhi selera konsumen di luar negeri.

c. Perbandingan Industri Terkait dan Pendukung Produksi Kendaraan Penumpang (HS 8703) Indonesia dan Thailand

Selama periode 2009–2018, ekspor Thailand untuk komponen otomotif (HS 8708) lebih besar daripada eksportnya (UN Comtrade, 2020). Hal ini menunjukkan industri otomotif Thailand tidak mengalami ketergantungan terhadap komponen otomotif impor dan bahwa komponen otomotif produksi Thailand dapat diterima oleh pasar internasional.

Sebaliknya, pada periode yang sama, impor Indonesia untuk komponen otomotif (HS 8708) lebih besar daripada eksportnya (UN Comtrade, 2020). Artinya, ketergantungan industri otomotif Indonesia terhadap komponen impor masih tinggi. Hal itu disebabkan karena komponen otomotif produksi dalam negeri belum dapat memenuhi standard bahan baku industri otomotif di Indonesia (Bisnis.com, 2017).

Selain komponen otomotif, suplai baja yang juga merupakan bahan baku produksi kendaraan penumpang (HS 8703), belum memadai (Bisnis.com, 2018). Pada tahun 2016 Nippon Steel & Sumitomo Metal Corporation (NSSMC) memberi bantuan dalam bentuk investasi bagi PT. Krakatau Steel (Gaikindo, 2016a). Dengan adanya investasi tersebut, ditunjang dengan upaya pemerintah untuk membantu menekan biaya produksi baja domestik, maka pada tahun 2020, sekitar 70% dari kebutuhan baja nasional diperkirakan akan dapat dipenuhi oleh baja produksi domestik (Berita Satu, 2020). Hal ini jelas akan mengurangi ketergantungan terhadap baja impor.

Industri ban Indonesia baru mempunyai fasilitas *proving ground* untuk keperluan riset dan pengembangan produksi ban pada tahun 2016 (Gaikindo, 2016b). Sementara Thailand, sudah lama didukung beberapa pusat riset dan pengembangan otomotif (TBOI, 2018). Hal ini menunjukkan riset dan pengembangan otomotif Indonesia masih kalah dari Thailand. Meskipun demikian, kehadiran fasilitas *proving ground* mampu meningkatkan daya saing baik komoditas ban serta industri dalam mata rantai lanjutannya, termasuk komoditas otomotif domestik.

Faktor lain yang ikut berperan di dalam mendukung perkembangan komoditas kendaraan penumpang (HS 8703) adalah organisasi perkumpulan perusahaan-perusahaan yang bergerak di

otomotif. Di Indonesia, organisasi yang disebut Gaikindo itu dibentuk tahun 1969 sedangkan di Thailand organisasi serupa disebut *the Thai Automotive Industry Association* (TAIA).

Peran pertama Gaikindo adalah menjadi perantara para pelaku dalam industri otomotif, yaitu para produsen dalam industri otomotif, pemerintah dan konsumen. Peran Gaikindo yang kedua adalah ikut mempromosikan berbagai macam komoditas otomotif, termasuk kendaraan penumpang (HS 8703), melalui *GIIAS (Gaikindo Indonesia International Auto Show)* yang mereka selenggarakan sehingga masyarakat, khususnya konsumen potensial, dapat melihat dan mempelajari secara langsung kendaraan penumpang yang dipamerkan. Peran Gaikindo yang ketiga adalah melalui penyelenggaraan *GIAC (Gaikindo International Automotive Conference)* yang menjadi media diskusi antara para pelaku industri otomotif dengan pemerintah Indonesia dan para akademisi untuk bertukar informasi dan mencari solusi bagi permasalahan-permasalahan produsen di dalam negeri dalam menghadapi para pesaingnya di pasar internasional (Gaikindo, 2019b).

Seperti Gaikindo, TAIA juga berperan dalam penyelenggaraan pameran kendaraan penumpang yang disebut *BIAS (Bangkok International Auto Show)* (OICA, 2020). Selain TAIA, industri otomotif juga mendapat dukungan dari *TAI (Thailand Automotive Institute)*. TAI merupakan organisasi mandiri yang terdiri dari pemerintah, sektor swasta dan akademisi yang bertanggung jawab untuk menentukan ruang lingkup, kebijakan, perencanaan, tujuan operasional serta mengontrol administrasi dalam industri otomotif (TAI, 2020). Organisasi lain yang ikut mendukung industri otomotif di Thailand adalah *EVAT (Electric Vehicle Association of Thailand)*. EVAT yang terdiri dari akademisi dan sektor swasta dan bertujuan mempromosikan kendaraan listrik atau *electric vehicle (EV)* di Thailand dan meningkatkan daya saing produsen EV di pasar internasional dengan mendukung industri manufaktur serta penelitian dan pengembangan dalam teknologi EV (EVAT, 2020). Selain itu industri otomotif didukung *TAPMA (Thai Autoparts Manufacturers Association)*. TAPMA adalah perkumpulan perusahaan-perusahaan manufaktur suku cadang mobil yang bertujuan melindungi, mendukung dan mengembangkan industri-industri di Thailand. Selain itu TAPMA juga bertujuan mendeteksi dan mengatasi masalah-masalah yang menghambat pengembangan industri mobil seperti efisiensi dalam teknologi produksi, kesulitan impor bahan baku serta bagaimana menarik dan mengembangkan tenaga kerja dan insinyur yang terampil (TAPMA, 2020).

d. Perbandingan Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan Indonesia dan Thailand dalam Pasar Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi

Struktur pasar komoditas kendaraan penumpang (HS 8703) di Arab Saudi dapat dikatakan sebagai pasar monopolistik karena ada 41 negara yang bersaing di dalamnya. Dengan nilai ekspor sekitar 2 milyar US\$, Jepang menjadi eksportir terbesar di Arab Saudi pada tahun 2018, sementara

Thailand dan Indonesia berturut-turut dengan nilai ekspor 383 juta US\$ dan 373 US\$ berada pada posisi ke 6 dan 7 (UN Comtrade, 2020).

Tabel 6. Indikator Riset dan Pengembangan Indonesia dan Thailand

Indikator Daya Saing	Indonesia			Thailand		
	2018	2019	Growth	2018	2019	Growth
Kualitas lembaga penelitian ¹⁾	0,02	0,04	100,0%	0,04	0,04	0,0%

Indikator Daya Saing	Indonesia			Thailand		
	2009	2016	Growth	2001	2006	Growth
Belanja untuk riset & pengembangan (%PDB) ²⁾	0,08	0,24	300,0%	0,23	0,78	339,1%
Jumlah peneliti ²⁾	89,20 ^{a)}	179,18 ^{a)}	200,9%	328,94	1.210,35	368,0%

Keterangan: (a) PDB = Produk Domestik Bruto.

Sumber Data: (1) WEF (2018, 2019). (2) World Bank (2020)

Dalam teori pertumbuhan ekonomi secara endogen (Dornbusch et al., 2011), selain sumber daya manusia atau tenaga kerja, faktor lain yang mempunyai peranan yang besar di dalam mendorong pertumbuhan adalah riset dan pengembangan (*research and development*). Dari penjelasan di bagian sebelumnya jelas riset dan pengembangan merupakan strategi yang sudah lama dijalankan oleh Thailand. Dari sisi kualitas lembaga penelitian, Indonesia sudah menunjukkan kemampuannya mengejar ketinggalan dari Thailand. Tetapi dalam hal pengeluaran pemerintah untuk riset dan pengembangan serta jumlah peneliti, Indonesia masih kalah dari Thailand (lihat Tabel 6).

Strategi riset dan pengembangan tersebut telah mendorong terjadinya inovasi dalam produk otomotif Thailand. Kehadiran kendaraan listrik di Thailand menjadi salah satu indikasi bahwa perusahaan Thailand lebih inovatif dibandingkan Indonesia yang hingga saat ini masih dalam tahap pengembangan kendaraan listrik (Kemenperin, 2019).

Di Indonesia terdapat 19 merek mobil⁷ yang diproduksi, tetapi jika dilihat dari data *wholesales* dan *retail sales*, maka terdapat 33 merek mobil di pasar Indonesia (Gaikindo, 2020). Meskipun jumlah tersebut cukup banyak, tetapi pasar otomotif di Indonesia dapat dikategorikan sebagai pasar oligopoli karena hanya ada 5 merek⁸ yang pangsa pasar atau *market share*-nya 10% ke atas (Gaikindo, 2020). Beberapa dari merek tersebut tergabung dalam Astra Group (ASTRA, 2020).

⁷ Toyota, Daihatsu, Mitsubishi Motors, Suzuki, Honda, Mitsubishi Fuso, Hino, Isuzu, Wuling, DFSK, BMW, Mercedes-Benz PC, Hyundai (PC), Mercedes-Benz CV, Datsun, UD Truck, Mini, Nissan, Renault.

⁸ Toyota, Daihatsu, Honda, Suzuki, Mitubishi Motors.

Merek yang ikut bersaing di pasar ekspor hanya ada 9, tetapi yang pangsa pasarnya di atas 10% hanya ada 4 merek⁹ (Gaikindo, 2020) dan ekspor mobil ke Arab Saudi dimonopoli oleh Toyota dengan tipe mobil *SUV* (Gaikindo, 2019a). Mestinya, merek-merek mobil yang memiliki pangsa pasar besar di Indonesia, atau setidaknya memiliki pangsa pasar ekspor yang besar, bisa ikut bersaing dengan Toyota. Persaingan, dapat mendorong efisiensi karena perusahaan-perusahaan yang bersaing akan termotivasi untuk berupaya menurunkan biaya produksinya. Biaya produksi yang murah dapat menurunkan harga produk dan membuat perusahaan dapat bersaing lebih baik di pasar. Namun, ada kemungkinan ketidakhadiran merek-merek selain Toyota di pasar ekspor Indonesia ke Arab Saudi karena Arab Saudi ketat di dalam mengontrol kualitas produk yang masuk ke negaranya (Apriliananda, 2017) dan merek-merek lain belum mampu mencapai standar kualitas tersebut.

e. Perbandingan Kesempatan Indonesia dan Thailand dalam Pasar Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi

Baik Indonesia maupun Thailand sama-sama memperoleh kesempatan untuk mengekspor lebih banyak kendaraan penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi sejak pemerintah Arab Saudi mengizinkan wanita untuk mengemudi kendaraan per 24 Juni 2018 (Kompas, 2019). Namun, data ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) dari Thailand ke Arab Saudi pada tahun 2018 dan 2019 justru mengalami penurunan, sementara Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2019 (lihat Tabel 1). Artinya Indonesia lebih mampu memanfaatkan kesempatan dalam hal ini. Meskipun demikian, kesempatan tersebut seharusnya juga bisa dimanfaatkan oleh produsen mobil di Indonesia selain dari merek Toyota. Hal itu bisa dilakukan dengan mengupayakan perluasan kerjasama khususnya dengan dengan *dealer* mobil di Arab Saudi. Hal lain yang mestinya bisa diupayakan adalah dengan menggelar pameran mobil di Arab Saudi untuk dapat menjual keunggulan dari mobil-mobil yang diproduksi di Indonesia.

f. Perbandingan Kebijakan Pemerintah Indonesia dan Thailand dalam Mendukung Ekspor Kendaraan Penumpang (HS 8703) ke Arab Saudi

Pemerintah Indonesia membuat kebijakan-kebijakan yang secara langsung dapat mendukung berkembangnya industri otomotif, maupun kebijakan-kebijakan yang secara tidak langsung bisa ikut mendukung perkembangan industri otomotif seperti melalui peningkatan kualitas tenaga kerja.

Tabel 7. Indikator Pendidikan dan Biaya Bisnis Indonesia dan Thailand

Indikator Daya Saing	Indonesia	Thailand
----------------------	-----------	----------

⁹ Daihatsu, Toyota, Mitsubishi Motors, Suzuki.

	2018	2019	Growth	2018	2019	Growth
Kualitas pelatihan vokasi	4,6	4,6	0,0%	4,0	4,1	2,5%
Tarif perdagangan (% pajak)	6,0	5,6	-6,7%	8,1	7,5	-7,4%
Kompleksitas tarif	5,7	5,7	0,0%	4,2	4,1	-2,4%
Biaya untuk memulai bisnis (% PDB per kapita)	10,9	6,1	-44,0%	6,2	3,1	-50,0%
Waktu untuk memulai bisnis (hari)	23,1	19,6	-15,2%	4,5	4,5	0,0%
Insiden korupsi	37	38	2,7%	37	36	-2,7%

Sumber Data: (1) WEF (2018, 2019).

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja adalah melalui pendidikan vokasi. Tabel 7 menunjukkan meskipun kualitas pendidikan vokasi Indonesia sudah lebih tinggi daripada Thailand, tapi dalam satu tahun terakhir, Thailand mengalami perkembangan sementara Indonesia tidak. Kementerian Perindustrian membuat program pendidikan vokasi industri yang menghubungkan (*link and match*) dunia pendidikan, yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), politeknik dan akademi, dengan dunia industri (CNN Indonesia, 2019). Program *link and match* antara lain memberi kesempatan kepada para pendidik untuk mendapatkan pelatihan dan memberi kesempatan bagi para siswa dan mahasiswa untuk melakukan kerja praktek magang di dunia industri. Melalui program ini, kurikulum di dunia pendidikan dapat dikembangkan agar sesuai dengan kebutuhan dunia industri sehingga lulusan SMK dan politeknik diharapkan akan mempunyai keterampilan yang dicari oleh industri manufaktur, termasuk industri otomotif. Program *link and match* telah berhasil menghasilkan program kerjasama antara SMK dengan perusahaan-perusahaan otomotif (Kemenperin, 2018).

Upaya lain peningkatan kualitas tenaga kerja yang dilakukan Kementerian Perindustrian adalah melalui program diklat *three in one* (pelatihan, sertifikasi kompetensi dan penempatan kerja) (CNN Indonesia, 2019). Program ini bertujuan mempersiapkan tenaga kerja yang kompeten bagi dunia industri.

Secara langsung, Direktorat Jenderal Industri Logam, Mesin, Alat Transportasi dan Elektronika (Ditjen Ilmate) mendukung industri otomotif Indonesia melalui 8 kebijakan (Ditjen Ilmate, 2018), yaitu: (a) membuat perencanaan untuk memperkuat ekspor dan produksi kendaraan listrik (xEV) berikut rencana penerapannya, (b) memperbaiki iklim usaha agar dapat menarik investasi untuk pengembangan industri komponen otomotif, (c) meningkatkan kemampuan riset dan pengembangan serta kualitas dan produktivitas pemasok, (d) menciptakan jalur industri otomotif di bagian utara Pulau Jawa, (e) mengembangkan manajemen pabrik dan ketrampilan untuk merekayasa produksi, seperti kemampuan untuk mendisain, kemampuan dalam proses produksi, dan sebagainya, (f)

Judul artikel

<http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.xxx>

© 2020 Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri. Semua hak cipta dilindungi undang-undang



memberi insentif untuk mendorong investasi dalam riset, pengembangan dan disain (*research, development and design*) dan untuk mendorong transfer kemampuan riset, pengembangan dan disain ke industri lokal, (g) mengembangkan ketrampilan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan dunia industri dengan mendorong kerjasama antara lembaga pendidikan tinggi dengan industri otomotif, (h) mendukung pengembangan layanan pendukung pengembangan dan disain (*development and design*) seperti CAE (*computer-aided engineering*) dan evaluasi bahan baku. Selain itu, pemerintah mengembangkan industri melalui pembangunan Pusat Inovasi Digital Industri (PIDI 4.0) yang bertujuan mendorong penerapan industri 4.0 di 5 sektor industri tetapi dimulai dari industri makanan dan minuman serta industri teknologi terlebih dahulu (CNN Indonesia, 2019).

Dalam bidang keuangan pemerintah juga membantu pengembangan industri otomotif melalui pemberian *tax allowance*¹⁰ yang diatur dalam PP No. 9 Tahun 2016 yang merupakan perubahan atas PP No. 18 Tahun 2015¹¹ (Ditjen Ilmate, 2018). Kementerian Keuangan juga membantu dengan cara memberi peluang kepada industri otomotif untuk mengajukan insentif *tax holiday*¹² yang diatur dalam Permen No. 150/PMK.010/2018¹³ (Ditjen Ilmate, 2018) dan memberi kemudahan bagi industri, termasuk industri otomotif, untuk mengimpor bahan baku produksi atau KITE (kemudahan impor tujuan ekspor) yang diatur melalui Permen No. 160/PMK.04/2018¹⁴ dan kemudian diperbaharui dengan Permen No. 161/PMK.04/2018¹⁵ (Akbar, 2019).

Berdasarkan informasi dari Thailand Board of Investment (BOI) pemerintah Thailand juga memberikan sejumlah fasilitas dan insentif keuangan (TBOI, 2018). Insentif keuangan tersebut antara lain berupa seperti pembebasan pajak untuk produk impor berupa mesin atau bahan mentah dalam produksi produk ekspor dan pembebasan pajak selama 8 tahun bagi perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan riset dan pengembangan dalam industri otomotif dan menjadi pusat-pusat pelatihan otomotif. Sedangkan insentif non pajak yang diberikan Sedangkan insentif non pajak yang diberikan berupa: (1) izin untuk mempekerjakan tenaga kerja asing, (2) izin atas kepemilikan lahan, dan (3) tidak adanya batasan dalam transaksi mata uang asing (TBOI, 2018).

Tabel 7 menunjukkan indeks persentase tarif perdagangan dari pajak untuk Indonesia lebih rendah daripada Thailand tetapi tarif perdagangan Thailand selama 2018–2019 turun lebih banyak

¹⁰ Pemberian keringanan atau potongan pajak penghasilan bagi usaha yang melakukan investasi dalam kegiatan usaha utama, baik itu investasi baru atau untuk perluasan usaha (DDTC, 2020).

¹¹ Peraturan pemerintah tentang fasilitas pajak penghasilan untuk penanaman modal di bidang-bidang usaha tertentu dan/atau di daerah-daerah tertentu.

¹² Pemberian keringanan atau potongan pajak penghasilan bagi usaha yang melakukan investasi baru industri pelopor, yaitu industri memiliki keterkaitan yang luas dengan industri lainnya, mempunyai nilai tambah serta eksternalitas yang tinggi, menerapkan teknologi baru dan punya nilai strategis bagi perekonomian nasional (DDTC, 2020).

¹³ Peraturan menteri tentang pemberian fasilitas pengurangan pajak penghasilan badan.

¹⁴ Peraturan menteri tentang pembebasan bea masuk dan tidak dipungut pajak pertambahan nilai atau pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah atas impor barang dan bahan untuk diolah, dirakit atau dipasang pada barang lain dengan tujuan untuk diekspor.

¹⁵ Peraturan menteri tentang pengembalian bea masuk yang telah dibayar atas impor barang dan bahan untuk diolah, dirakit, atau dipasang pada barang lain dengan tujuan untuk diekspor.

daripada Indonesia. Di Indonesia, kekompleksan dalam penentuan tarif jauh lebih tinggi daripada di Thailand dan selama 2018–2019, Thailand mampu menurunkan kompleksitas tersebut sementara Indonesia tidak (lihat Tabel 7).

Tabel 7 juga menunjukkan jika dilihat dari biaya dan waktu untuk memulai bisnis, maka kemampuan pemerintah Indonesia untuk menjaga iklim usaha yang kondusif masih kalah dari pemerintah Thailand. Biaya dan waktu untuk dibutuhkan untuk memulai bisnis di Indonesia lebih tinggi/lama daripada di Thailand. Namun selama 2018–2019 terlihat upaya pemerintah Indonesia untuk memperbaiki hal itu membuahkan hasil. Baik biaya maupun waktu untuk memulai bisnis mengalami penurunan. Hanya saja, penurunan biaya untuk memulai bisnis di Thailand, jauh lebih besar.

Korupsi di suatu negara dapat menurunkan kualitas iklim usaha di negara tersebut karena korupsi akan membebani biaya perusahaan yang pada akhirnya harus dikompensasi dengan harga produk yang lebih mahal. Akibatnya, daya saing perusahaan akan turun. Sayangnya, upaya pemerintah untuk menurunkan insiden korupsi di Indonesia belum membuahkan hasil selama 2018–2019. Insiden korupsi bahkan mengalami peningkatan, sementara insiden korupsi di Thailand mengalami penurunan pada periode yang sama.

SIMPULAN & SARAN

Studi ini bertujuan membandingkan keunggulan absolut, komparatif dan kompetitif antara Indonesia dengan Thailand dalam ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) ke Saudi Arabia. Perbandingan *TSI* menunjukkan dalam hal keunggulan absolut, komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia maupun Thailand ke Arab Saudi sama-sama sudah berada pada tahap kematangan sehingga Indonesia dan Thailand sama-sama merupakan *net exporter*. Dalam hal keunggulan komparatif, perbandingan *RCA* memperlihatkan komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia maupun Thailand ke Arab Saudi sama-sama memiliki daya saing yang kuat, tetapi selama periode 2009-2018, Indonesia terbukti memiliki rata-rata ranking *RCA* yang lebih tinggi daripada Thailand. Sedangkan hasil analisis berdasarkan *Diamond Model* dari Michael E. Porter menunjukkan komoditas ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia masih kalah kompetitif dibandingkan Thailand karena kualitas tenaga kerjanya lebih rendah, teknologinya kalah canggih, kalah kuat dalam riset dan pengembangan kurang serta masih memiliki ketergantungan yang cukup tinggi pada bahan baku impor. Meskipun daya saing kompetitif Indonesia masih kalah dibandingkan Thailand tetapi studi ini juga menemukan pemerintah Indonesia telah menunjukkan keseriusannya di dalam berupaya untuk mengejar ketinggalannya dari Thailand, terutama dalam hal

riset dan pengembangan. Meskipun tidak berbeda jauh, tetapi selama 2009–2019, nilai ekspor kendaraan penumpang (HS 8703) Indonesia lebih tinggi daripada Thailand.

Untuk pemerintah, dapat mengutamakan perbaikan pada sektor hulu seperti pengembangan industri komponen, penambahan alokasi dana riset dan pengembangan terutama pada sektor otomotif, serta perbaikan mutu pendidikan demi terciptanya tenaga kerja yang terampil dan mampu untuk bersaing agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Untuk, penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk meneliti perusahaan otomotif agar dapat melihat gambaran yang lebih mengerucut dari sisi perusahaan.

DAFTAR ISI

- Akbar, C. (2019). Kemudahan Impor Tujuan Ekspor, Bea Cukai Keluarkan Aturan Baru. Retrieved July 3, 2020, from <https://bisnis.tempo.co/read/1177042/kemudahan-impor-tujuan-ekspor-bea-cukai-keluarkan-aturan-baru>
- Amalina, A. A. F., Novianti, T., & Asmara, A. (2018). Analisis Kinerja Perdagangan Indonesia ke Negara Potensial Benua Afrika. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 7(1), 43–59.
- Apriliananda, D. (2017). Konsumen Arab Saudi Doyan Toyota Buatan Indonesia. Retrieved July 1, 2020, from <https://otomotif.kompas.com/read/2017/03/09/070200315/konsumen.arab.saudi.doyan.toyota.buatan.indonesia>.
- Armawan, I. K. K., & Kesumajaya, I. W. W. (2013). Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Negara Amerika Serikat. *E-Jurnal EP Unud*, 2(6), 306–313.
- ASTRA. (2020). Struktur Grup Astra. Retrieved July 3, 2020, from <https://www.astra.co.id/About-Astra/Astra-Group-Structure>
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Berenson, M. L., Levine, D. M., & Timothy. (2012). *Basic Business Statistics, Concept and Application* (Twelfth). New Jersey: Prentice Hall.
- Berita Satu. (2020). Biaya Produksi Dibenahi, Produsen Baja Lokal akan Pasok 70% Kebutuhan Nasional. Retrieved April 4, 2020, from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/599965-biaya-produksi-dibenahi-produsen-baja-lokal-akan-pasok-70-kebutuhan-nasional>
- Bisnis.com. (2017). Industri Komponen Ketergantungan Impor. Retrieved December 15, 2020, from <https://otomotif.bisnis.com/read/20170725/275/674614/industri-komponen-ketergantungan-impor>
- Bisnis.com. (2018). Ketersediaan Baja Jadi Tantangan Industri Komponen Otomotif Lokal.

- Retrieved November 26, 2019, from
<https://otomotif.bisnis.com/read/20190814/275/1136247/ketersediaan-baja-jadi-tantangan-industri-komponen-otomotif-lokal>
- Bisnis.com. (2019). Ini Faktor Pemicu Pertumbuhan Ekspor Mobil dari Indonesia. Retrieved January 7, 2020, from <https://otomotif.bisnis.com/read/20191209/46/1179330/ini-faktor-pemicu-pertumbuhan-ekspor-mobil-dari-indonesia>
- BP2KP. (2015). *Analisis Daya Saing Indonesia dan ASEAN Lainnya di Pasar Produk Utama Indonesia*. Jakarta.
- BPS. (2020). *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor Menurut Kelompok Komoditi dan Negara Desember 2019*. Jakarta: BPS.
- Cho, D.-S., & Moon, H.-C. (2002). *From Adam Smith to Michael Porter, Evolution of Competitiveness Theory* (2nd ed.). Singapore: World Scientific.
- CNN Indonesia. (2019). Program dari Kemenperin untuk Membangun Masa Depan Bangsa. Retrieved June 24, 2020, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200101001101-293-461503/program-dari-kemenperin-untuk-membangun-masa-depan-bangsa>
- DDTC. (2020). Mau Tahu Perbedaan Tax Allowance dan Tax Holiday? Cek di Sini. Retrieved June 12, 2020, from <https://ddtc.co.id/id/>
- Ditjen Bea dan Cukai. (2013). Indeks Pabean. Retrieved May 22, 2019, from <http://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html>
- Ditjen Ilmate. (2018). Kebijakan Sektor Industri Otomotif dalam Rangka Implementasi Roadmap Industri 4.0. In *Indonesia Industrial Summit 2018*. Jakarta. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/download/18473>
- Ditjen PEN. (2011). Panduan Ekspor. Retrieved May 22, 2019, from http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/links/65-panduan-ekspo
- Ditjen PEN. (2013). *Warta Ekspor : Peluang dan Tantangan Ekspor ke Negara - Negara Non-Tradisional*.
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2011). *Macroeconomics* (Eleventh). New York: Mc Graw-Hill Irwin.
- Embu, W. S. (2019). Mendag Agus Ungkap Penyebab Ekspor RI Kalah Saing dari Vietnam. Retrieved June 29, 2020, from <https://www.merdeka.com/uang/mendag-agus-ungkap-penyebab-ekspor-ri-kalah-saing-dari-vietnam.html>
- EVAT. (2020). Electric Vehicle Association of Thailand. Retrieved July 2, 2020, from <http://www.evat.or.th/>
- FAO. (2009). *Assessment of Comparative Advantage in Aquaculture*. Rome. Retrieved from

<http://www.fao.org/docrep/012/i1214e/i1214e.pdf>

- Gaikindo. (2016a). Jepang Masuk, Krakatau Steel kini Sanggup Membuat Baja untuk Otomotif. Retrieved April 4, 2020, from <https://www.gaikindo.or.id/jepang-masuk-krakatau-steel-kini-sanggup-membuat-baja-untuk-otomotif/>
- Gaikindo. (2016b). Punya Proving Ground, Industri Ban makin Kompetitif. Retrieved April 4, 2020, from <https://www.gaikindo.or.id/punya-proving-ground-industri-ban-makin-kompetitif/>
- Gaikindo. (2019a). *Gaikindo Export Data 2019*. Jakarta. Retrieved from www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/
- Gaikindo. (2019b). Indonesian Automobile Industry Data. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Gaikindo. (2020). *Wholesales - Retail Sales - Production - Export Import By Brand Jan-Dec 2019*. Jakarta. Retrieved from <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- International Trade Center. (2019). Bilateral trade between Thailand and Saudi Arabia in 2018 Product: 8703 Motor cars and other motor vehicles principally designed for the transport of persons, incl. station wagons and racing cars (excluding motor vehicles of heading 8702). Retrieved December 7, 2019, from <https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=1%7C764%7C%7C682%7C%7C8703%7C%7C%7C4%7C1%7C1%7C2%7C1%7C%7C1%7C1%7C1>
- Jppn.com. (2015). Kemenperin Targetkan Kuasai Ekspor Otomotif di ASEAN. Retrieved January 12, 2020, from Kementerian Perindustrian website: <https://kemenperin.go.id/artikel/12562/Kemenperin-Targetkan-Kuasai-Ekspor-Otomotif-di-ASEAN>
- Kemendag. (2008). Metodologi ISP. Retrieved June 27, 2019, from <http://www.kemendag.go.id/addon/isp/>
- Kemendag. (2019a). Neraca Perdagangan Indonesia Total. Retrieved May 26, 2019, from <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/indonesia-export-import/indonesia-trade-balance>
- Kemendag. (2019b). RCA (Revealed Comparative Advantage). Retrieved June 27, 2019, from <https://www.kemendag.go.id/addon/rca/>
- Kemenperin. (2018). Tindak Lanjut Program Link & Match, Kemenperin Lakukan Monitoring dan Evaluasi. Retrieved December 12, 2019, from <https://kemenperin.go.id/artikel/20933/Tindak-Lanjut-Program-Link-&-Match,-Kemenperin-Lakukan-Monitoring-dan-Evaluasi>
- Kemenperin. (2019). Pemerintah Serius Garap Mobil Listrik. Retrieved June 6, 2020, from <https://kemenperin.go.id/artikel/20935/Pemerintah-Serius-Garap-Mobil-Listrik>
- Kompas. (2019). 5 Kebijakan Baru Arab Saudi untuk Perempuan, Boleh Menyetir hingga Jadi

- Tentara. Retrieved January 29, 2020, from <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/14/063104365/5-kebijakan-baru-arab-saudi-untuk-perempuan-boleh-menyetir-hingga-jadi?page=all>
- Koran Jakarta. (2015). Ekspor Mobil RI Kalah dari Thailand. Retrieved January 13, 2020, from Kementerian Perindustrian website: <https://kemenperin.go.id/artikel/12564/Ekspor-Mobil-RI-Kalah-dari-Thailand>
- KPPIP. (2019). *Laporan KPPIP Semester 2 2019*. Jakarta.
- Krisna, I. K., & Kesumajaya, I. W. W. (2013). Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Negara Amerika Serikat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(6), 277–313.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2018). *Statistical Techniques in Business & Economics* (Seventeenth). New York: Mc Graw Hill Education.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Macroeconomics* (8th ed.). Boston: CENGAGE Learning.
- Marketmover. (2020). Ekspor Mobil Lewat IPCC Melonjak 17%. Retrieved May 20, 2020, from <https://marketmover.id/2020/03/ekspor-mobil-lewat-ipcc-melonjak-17/>
- Mufa'ah, & Hayati, M. (2016). Analisis Daya Saing Ekspor Komoditas Udang Indonesia. *Jurnal Agrifo*, 1(1).
- Nihayah, D. M. (2012). Kinerja Daya Saing Komoditas Sektor Agroindustri Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 19(1), 37–48.
- OICA. (2020). International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. Retrieved June 20, 2020, from <http://www.oica.net/bangkok-international-auto-show-2020/>
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Radityo, S. I., Dwiastuti, R., & Muhaimin, A. W. (2014). Daya Saing Karet Alam Indonesia di Pasar Dunia. *Habitat*, 25(3).
- Ridhwan, M. M., Wicaksono, G., Nurliana, L., Bary, P., Suryani, F. T., & Satyanugroho, R. (2015). *Analisis Daya Saing dan Strategi Industri Nasional di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN dan Perdagangan Bebas* (No. 3). Jakarta.
- Rochmat, I. M., Darsono, & Riptanti, E. W. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Komoditas Karet Alam Provinsi Jawa Tengah. *Journal of Sustainable Agriculture*, 32(2), 95–100. <https://doi.org/10.20961/caratani.v32i2.13670>
- Sabaruddin, S. S. (2016). Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia : Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(2). <https://doi.org/10.26593/jihi.v12i2.2654.205-219>
- Safriansyah. (2010). Laju Pertumbuhan Dan Analisa Daya Saing Ekspor Unggulan Di Propinsi

Sandi, Sotya, Dhian, Joko/ JIMEK 04012021

Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 327.

<https://doi.org/10.22219/jep.v8i2.3607>

Saptanto, S. (2011). Daya Saing Ekspor Produk Perikanan Indonesia di Lingkup ASEAN dan ASEAN-China. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 6(1), 51–60.

Sirait, A., Edison, & Elwamendri. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Crumb Rubber Provinsi Jambi. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 20(2).

<https://doi.org/doi.org/10.22437/jiseb.v20i2>

Situmorang, P. (2020). Indonesia Kendaraan Terminal Ditopang Berlanjutnya Ekspor Kendaraan CBU. Retrieved July 3, 2020, from <https://investor.id/market-and-corporate/indonesia-kendaraan-terminal-ditopang-berlanjutnya-ekspor-kendaraan-cbu>

Smit, A. J. (2010). The Competitive Advantage of Nations : Is Porter ' s Diamond Framework a New Theory that Explains the International Competitiveness of Countries ? *Southern African Business Review*, 14(1), 105–130.

TAI. (2020). Thailand Automotive Institute. Retrieved June 1, 2020, from

<https://www.thaiauto.or.th/2012/about-us/organization-establishment.asp>

TAIA. (2020). Statistic. Retrieved June 9, 2020, from <https://www.taia.or.th/Statistics/>

TAPMA. (2020). Thai Autoparts Manufacturers Association. Retrieved July 2, 2020, from

<http://www.thaiautoparts.or.th/>

Taswin, D. N., Azhari, M., & Iradianty, A. (2018). Analisis Daya Saing Produk Sepeda Motor Indonesia yang Tergabung dalam AISI Terhadap Thailand. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 38–42.

TBOI. (2018). *Automotive Industry*. Bangkok. Retrieved from

https://www.boi.go.th/upload/content/BOI-brochure 2017-Automotives-20180323_5ac1af96b67b3.pdf

Trianto, A. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Unggulan Non Migas di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Akuisisi Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Metro*, 11(1).

UN Comtrade. (2020). Trade Statistic. Retrieved June 29, 2020, from <https://comtrade.un.org/data/>

UNDP. (2020). Human Development Data (1990-2018). Retrieved July 1, 2020, from

<http://hdr.undp.org/en/data>

United Nation. (2019). UN Comtrade Data. Retrieved December 7, 2019, from

<https://comtrade.un.org/data/>

Wahyuningsih, W. S. (2015). Analisis Daya Saing Eksor Sektor Unggulan di Jawa Tengah.

Economics Development Analysis Journal, 4(3).

WEF. (2018). *The Global Competitiveness Report 2018*. Geneva.

WEF. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Geneva.

World Bank. (2020). World Development Indicators. Retrieved from

<https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>