DAYASAING PRODUK LEMAK ALKOHOL INDONESIA DAN STRATEGI PENINGKATANNYA

Rohayati Suprihatini¹⁾, dan Tjahyono Herawan

ABSTRAK

Pada tahun 2000, Indonesia merupakan negara pengekspor lemak alkohol di peringkat lima di dunia dengan pangsa ekspor sebesar 7,7%. Tulisan ini menyampaikan analisis daya saing dari produk lemak alkohol Indonesia dengan menggunakan Policy Analysis Matrix (PAM). Hasil analisis menunjukkan bahwa lemak alkohol Indonesia masih memiliki daya saing baik komparatif maupun kompetitif. Namun demikian, masih terdapat peluang-peluang untuk meningkatkan daya saing produk tersebut melalui perbaikan kebijakan fiskal. Pemerintah perlu peninjauan kembali terhadap besarnya tarif impor dan pajak pertambahan nilai pada sejumlah input tradable yang digunakan dalam proses produksi lemak alkohol di Indonesia.

Kata kunci: lemak alkohol, ekspor, daya saing.

ABSTRACT

In 2000, Indonesia was the fifth largest of fatty alcohol exporter countries in the world achieved 7,7% of market share. This paper explain the competitiveness of Indonesian fatty alcohol applying Policy Analysis Matrix (PAM). The results show that Indonesian fatty alcohol has both competitive and comparative advantages. However, both the comparative and competitive advantages of Indonesia fatty alcohol have opportunity to be stronger by more supporting on fiscal policies. Government should reassess both rate of import tariff and value added tax of tradable inputs using in fatty alcohol production.

Key words : fatty alcohol, export, competitiveness

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu produsen dan eksportir utama minyak nabati dunia khususnya untuk komoditas minyak kelapa sawit dan kelapa.

Produksi minyak nabati Indonesia pada tahun 2000 mencapai 9,7 juta ton, atau 10,7% dari total produksi minyak nabati dunia yang mencapai 90,4 juta ton. Sebagai eksportir minyak nabati, total ekspor minyak nabati Indonesia pada

¹ Staf peneliti Lembaga Riset Perkebunan Indonesia (LRPI)

tahun 2000 mencapai 5,6 juta ton, atau 15,5% dari total volume ekspor minyak nabati dunia yang mencapai 36,1 juta ton (7).

Komoditas minyak nabati khususnya minyak sawit, sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk lanjutan yang banyak diminta pasar ekspor. Pada tahun 1999, perolehan devisa sawit dan produk olahannya sebagian besar (90%) masih berupa produk CPO dan PKO, selebihnya (10%) berupa produk olahannya (9). Demikian pula sebagian besar minyak sawit yang diproses lebih lanjut di dalam negeri (76,7%) masih dikonversi menjadi minyak goreng, selebihnya dalam bentuk margarin (9,2%), sabun (11,4%), dan oleokimia sederhana (9%).

Salah satu jenis industri lanjutan dari minyak nabati adalah industri oleokimia. Dalam hal ini industri oleokimia merupakan industri yang menghasilkan produk kimia yang berasal dari minyak atau lemak, baik yang berasal dari nabati maupun hewani, yang dibuat dengan cara memutus struktur trigliserida dari minyak atau lemak tersebut menjadi asam lemak dan gliserin, atau dengan cara memodifikasi gugus fungsi karbositat dan hidroksilnya, baik secara kimia, fisika maupun biologi (5).

Oleokimia dibagi menjadi dua bagian yaitu: oleokimia dasar dan turunannya atau produk hilirnya. Oleokimia dasar terdiri dari : asam lemak, lemak metilester, lemak alkohol, lemak amina, dan gliserol. Selanjutnya, produk-produk turunannya antara lain adalah sabun batangan, *detergent*, *shampoo*, pelembut, kosmetik, dan bahan *aditives* untuk industri plastik, karet, dan pelumas (2).

Di antara kelima produk oleokimia dasar tersebut, asam lemak merupakan oleokimia dasar yang paling banyak diproduksi di dunia kemudian diikuti oleh lemak alkohol di posisi kedua (2). Namun, di antara produk-produk oleokimia dasar tersebut, produk lemak alkohol merupakan produk yang memiliki prospek pasar yang paling prospektif (6). Lemak alkohol dapat dibuat dari proses hidrogenasi asam lemak atau hidrogenasi lemak metilester. Lemak alkohol terutama digunakan untuk surfaktan seperti *alcohol sulfates* (AS), *fatty alcohol ethoxylates* (AE), dan *fatty alcohol ethoxy sulfates* (AES). Surfaktan tersebut merupakan bahan untuk pembuatan beberapa produk antara lain deterjen cair, *shampoo*, dan kosmetik (2). Sebagai gambaran, persentase penggunaan lemak alkohol adalah untuk surfaktan (75%), aplikasi teknik kimia (13%), aplikasi mineral oil (8%), dan kosmetik (4%).

Walaupun lemak alkohol merupakan produk yang memiliki prospek pasar yang sangat baik, namun sebagai produsen minyak sawit terbesar kedua di dunia, pihak Indonesia masih belum dapat memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal. Hal ini tercermin dari pangsa pasar ekspor lemak alkohol Indonesia di pasar dunia yang masih rendah. Pada tahun 2000, pangsa ekspor lemak alkohol Indonesia hanya 7,7% dari total volume ekspor dunia, menempati peringkat 5 sebagai eksportir lemak alkohol terbesar di dunia setelah Malaysia (22,1%), Jerman (19,2%), Amerika Serikat (14,8%), dan Inggris (10,9%). Ekspor lemak alkohol Indonesia

pada tahun 2000 hanya mencapai 49.600 ton dengan nilai US\$ 48,5 juta.

Sampai dengan tahun 2000, di Indonesia hanya terdapat dua buah perusahaan yang memproduksi lemak alkohol alami. Pada tulisan ini disajikan kondisi dayasaing lemak alkohol Indonesia baik dari aspek keunggulan komparatif maupun kompetitif.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada kajian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui suatu survey pada bulan Agustus 2000 di seluruh perusahaan lemak alkohol alami yang terdapat di Indonesia yang hanya berjumlah 2 perusahaan. Lokasi survey meliputi propinsi Sumatera Utara dan Riau. Untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kondisi negara/perusahaan-perusahaan pesaing digunakan data dan informasi sekunder yang bersumber dari dokumen yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

Metode Analisis Data

Kondisi dayasaing baik komparatif maupun kompetitif dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan PAM (*Policy Analysis Matrix*) yang telah diperkenalkan oleh Monke dan Pearson (3) seperti yang disajikan pada Tabel 1. Analisis ini telah digunakan oleh Surono (7) dalam rangka evaluasi efisiensi pabrik gula, Susila (8) pada analisis keunggulan komparatif dan kompetitif

kopi Indonesia dan Hadi *dkk.* (1) untuk analisis dampak liberalisasi perdagangan terhadap krunggulan komparatif agro-industri minyak kelapa Indonesia.

Kelebihan analisis ini, di samping dapat mengetahui kondisi keunggulan komparatif yang ditunjukkan dari angka *domestic resource cost ratio* (DRCR) dan keunggulan kompetitif yang ditunjukkan oleh angka *private cost ratio* (PCR), analisis ini juga dapat menghasilkan beberapa indikator lainnya yang erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah pada aspek produksi dan perdagangan suatu komoditas atau produk.

Pada PAM, harga input dan output dikelompokkan sebagai harga privat dan sosial. Harga privat adalah harga yang benar-benar diterima dan dikeluarkan untuk produksi lemak alkohol. Di lain pihak, harga sosial dari output dan input *tradable* yang digunakan adalah berupa harga perbatasan (*border price*), yaitu harga FOB (*free on board*) bagi output dan input yang diekspor, dan harga CIF (*cost, insurance, and freight*) bagi input yang diimpor. Untuk harga bayangan input domestik yaitu tanah, tenaga buruh, dan kapital menggunakan harga yang berlaku. Sementara harga bayangan nilai tukar ditentukan berdasarkan pendekatan *standard conversion factor* (SCF) dari Departemen Keuangan. Penerimaan, biaya dan keuntungan semuanya dihitung berdasarkan *Net Present Value* (NPV) selama satu siklus umur ekonomis suatu pabrik lemak alkohol yang rata-rata mencapai 20 tahun

Tabel 2. PAM Produk Lemak alkohol Indonesia (Nilai Kini, Rp.000)

Diskripsi	Penerimaan	Input <i>Tradable</i>	Input Domestik	Keuntungan
Privat	1132411071	293038117	771658104	67714850
Sosial	1132411071	258032981	784730672	89647417
Transfer	0	35005136	-13072569	-21932567

PCR	=	0,92	EPC	=	0,96
DRCR	=	0,90	PC	=	0,76
NPCO	=	1,00	SRP	=	-0,02
NPCI	=	1,14			

perdagangan lemak alkohol Indonesia pada PAM terlihat dari angka-angka transfer output, transfer input, transfer faktor, transfer bersih, NPCO, NPCI, EPC, PC, dan SRP. Bentuk campuran tangan pemerintah tersebut adalah kebijakan perdagangan yang berupa pajak ekspor, pajak pertambahan nilai, tarif impor khususnya untuk input *tradable*, dan kebijakan subsidi input.

Campur tangan pemerintah dan kegagalan pasar output dapat dilihat dari besarnya transfer output, atau NPCO. Transfer output merupakan selisih antara penerimaan yang dihitung atas harga finansial dengan penerimaan yang dihitung berdasar harga sosial. Dari Tabel 2, terlihat bahwa nilai transfer output menunjukkan angka nol yang mengindikasikan bahwa saat ini tidak terdapat proteksi harga lemak alkohol. Salah satu pertimbangan utama pemerintah untuk tidak memberikan proteksi harga bagi produk-lemak alkohol Indonesia adalah dalam rangka mempersiapkan era perdagangan bebas baik dalam rangka AFTA maupun WTO.

NPCO merupakan rasio antara penerimaan yang dihitung berdasarkan

harga privat dengan penerimaan yang dihitung berdasarkan harga sosial. Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa NPCO menunjukkan angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat proteksi harga jual untuk produk tersebut dari pemerintah yang menyebabkan penerimaan privat dari produsen sama dengan penerimaan yang seharusnya, tepatnya 100% dari penerimaan yang seharusnya. Hal ini memperkuat kesimpulan dari angka transfer output.

Dampak kebijakan pemerintah yang diterapkan pada input *tradabel* dapat dilihat dari nilai transfer input atau angka NPCI. Bentuk kebijakan pada input ini dapat berupa kebijakan perdagangan, subsidi, dan pajak. Pada Tabel 2, menunjukkan nilai transfer input *tradabel* adalah positif sebesar Rp 35.005 juta. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tidak terdapat subsidi harga pada input *tradable*, bahkan terdapat pajak impor pada beberapa input *tradable* seperti kemasan, bahan kimia pembantu, dan material lainnya yang kesemuanya menyebabkan terjadinya transfer dari industri ke pemerintah. Kesimpulan tersebut juga diperkuat oleh angka NPCI

yang lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,14. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan tarif impor pada beberapa input *tradable* yang digunakan pada proses produksi lemak alkohol di Indonesia menyebabkan kenaikan harga input *tradable* di pasar domestik rata-rata sebesar 14%.

Adanya kebijakan pemerintah pada input domestik diperlihatkan oleh nilai transfer faktor. Tabel 2 menunjukkan bahwa angka transfer faktor adalah negatif sebesar Rp 13.073 juta. Keadaan ini menunjukkan bahwa kebijakan input domestik menyebabkan para produsen lemak alkohol di Indonesia diuntungkan karena membayar harga input domestik lebih murah dari harga bayangannya, antara lain untuk minyak kelapa sawit, minyak kelapa, tenaga kerja dan *utilities*.

Kebijakan pemerintah terhadap input dan output secara keseluruhan dapat dilihat dari angka EPC, NT, dan PC. Nilai EPC menggambarkan tingkat transfer dari diberlakukannya kebijakan *tradable product* dan kegagalan pasarnya (output dan *tradable input*). Dari Tabel 2 diketahui angka EPC adalah kurang dari satu yaitu 0,96. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan output dan input *tradable* yang ada secara keseluruhan tidak melindungi atau memproteksi industri lemak alkohol Indonesia. Bahkan adanya kebijakan tarif impor dan pajak pertambahan nilai pada beberapa input *tradable* telah menyebabkan nilai tambah industri berkurang sebesar 4% dari seharusnya.

Angka NT merupakan selisih antara keuntungan bersih finansial dengan keuntungan bersih ekonomi, sedangkan PC merupakan rasio antara keuntungan

bersih finansial dengan keuntungan bersih ekonomi. Dengan demikian kedua indikator tersebut dapat saling melengkapi. Dari Tabel 2 diketahui bahwa transfer bersih menunjukkan angka negatif Rp. 21.933 juta. Keadaan ini menunjukkan bahwa dengan dilepaskannya kebijakan input baik *tradable* maupun domestik secara keseluruhan akan meningkatkan keuntungan industri lemak alkohol sebesar Rp 21.933 juta per pabrik selama umur ekonominya. Dengan demikian pada sistem agroindustri lemak alkohol saat ini telah terjadi transfer dari industri kepada pemerintah dan konsumen.

Angka PC menunjukkan pengaruh keseluruhan dari distorsi kebijakan dan kegagalan pasar yang menyebabkan keuntungan finansial berbeda dengan keuntungan ekonomi. Nilai PC pada Tabel 2, menunjukkan angka 0,76, artinya keuntungan produsen yang diterima saat ini hanya 76% dari keuntungan yang seharusnya.

Angka SRP merupakan persentase transfer bersih terhadap penerimaan yang dihitung berdasarkan harga bayangan. Dari Tabel 2 diketahui bahwa angka SRP adalah negatif yaitu negatif 0,02. Hal ini menunjukkan bahwa selama ini distorsi kebijakan dan kegagalan pasar input dan output telah menyebabkan penerimaan kotor industri lemak alkohol di Indonesia berkurang sebesar 2% dari penerimaan yang seharusnya.

Dari analisis PAM tersebut, dapat disimpulkan bahwa walaupun produk lemak alkohol Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, namun masih terdapat peluang-peluang untuk meningkatkan daya saing produk

tersebut melalui perbaikan kebijakan pemerintah khususnya peninjauan kembali terhadap kebijakan dan besarnya tarif impor dan pajak pertambahan nilai pada sejumlah input *tradable* yang digunakan dalam proses produksi lemak alkohol di Indonesia.

Produk lemak alkohol Indonesia saat ini sedang menghadapi persaingan yang ketat dengan lemak alkohol yang berasal dari produsen lainnya khususnya Malaysia, Inggris dan Belgia. Seperti telah diketahui bahwa pangsa pasar ekspor yang telah dikuasai Indonesia hanya 7,7% dari total volume ekspor lemak alkohol dunia. Sementara Malaysia merupakan pemimpin pasar lemak alkohol di dunia dengan pangsa ekspor sebesar 22,1%, menyusul Jerman (19,2%), Amerika Serikat (14,8%), dan Inggris (10,9%). Negara eksportir lemak alkohol lainnya adalah Perancis (6,3%), Belgia (5,9%), dan negara lainnya (20,8%).

Selama periode 1995-2000, pangsa ekspor lemak alkohol Malaysia, Indonesia, Inggris dan Belgia cenderung meningkat. Di lain pihak, pangsa ekspor lemak alkohol Jerman, Amerika Serikat, dan Perancis mengalami penurunan. Pangsa ekspor Jerman menurun drastis yaitu dari posisi sebagai negara eksportir terbesar di dunia dengan pangsa ekspor sebesar 53,8% pada tahun 1995, merosot menjadi negara eksportir di peringkat kedua di tahun 2000 dengan pangsa ekspor hanya sebesar 19,2% dari total volume ekspor lemak alkohol dunia.

Peningkatan ekspor lemak alkohol dari Malaysia dan Indonesia tersebut disebabkan karena meningkatnya pembangunan pabrik-pabrik oleokimia di

kedua negara tersebut mulai tahun 1997. Pada tahun 2000, tercatat terdapat 3 perusahaan produsen lemak alkohol di Malaysia (*Fatty Chemicals*, *FPG Oleochemical*; dan *Grainsted Malaysia*) dengan kapasitas produksi total sebesar 210.000 ton/tahun, dan di Indonesia terdapat 2 perusahaan produsen dengan kapasitas total 90.000 ton/tahun. Di Jerman tercatat 4 buah perusahaan yaitu *Henkel (Dusseldorf)*, *Uniqema*, *Peter Cremer*, dan *Balocher* dengan kapasitas splitting total sebesar 465.000 ton. Pembangunan industri lemak alkohol di negara produsen minyak sawit yaitu Malaysia dan Indonesia tersebut telah mendesak industri yang telah berada di Jerman, sehingga mengalami *idle capacity* yang cukup besar.

Beberapa pasar utama bagi produk lemak alkohol dunia pada tahun 2000 adalah Amerika Serikat, Jepang, Perancis, Jerman, Italia, Inggris, Spanyol, Belgia, Meksiko, Belanda, dan Brasilia. Ke sebelas negara pengimpor lemak alkohol tersebut telah menyerap sebesar 79,6% dari total volume impor lemak alkohol dunia.

Amerika Serikat merupakan negara pengimpor lemak alkohol terbesar di dunia dengan pangsa sebesar 16,6% dari total impor lemak alkohol dunia yang kemudian disusul oleh Jepang (10,5%), Inggris (8,3%), dan Perancis (8,1%) pada urutan ke dua, tiga, dan empat. Dilihat dari perkembangan pangsa impor dari beberapa negara importir utama dunia tersebut, ternyata pasar yang cukup prospektif karena pangsa impornya terus meningkat selama periode 1995-2000 adalah: Amerika Serikat, Italia, Inggris, Belanda, dan Brasil. Oleh karena itu,

negara-negara tersebut patut dijadikan prioritas sebagai negara tujuan ekspor lemak alkohol Indonesia.

Pada saat ini, sekitar 70% lemak alkohol dunia digunakan untuk membuat surfaktan (deterjen) nonionik dan ionik. Produksi lemak alkohol alami dunia diperkirakan mencapai 50% dari total lemak alkohol (sintetik dan alami). Prospek lemak alkohol alami diperkirakan akan lebih baik dibandingkan dengan sintetiknya terutama karena alasan *environment* dan *safety*.

Deterjen yang dibuat dari lemak alkohol alami memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan sintetiknya (*Alkil Benzene Sulfat*) karena memiliki kelarutan dan toleransi terhadap kesadahan yang lebih tinggi, dan bersifat lebih *biodegradable*. Oleh karena itu, walaupun harga lemak alkohol alami jauh lebih tinggi dibandingkan dengan sintetiknya (rata-rata sekitar 144-155% dari harga alkohol sintetik), namun dengan semakin meningkatnya daya beli dan kesadaran masyarakat akan keamanan dirinya dan lingkungannya, menyebabkan terdapatnya kecenderungan peningkatan penggunaan lemak alkohol alami dengan laju peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan sintetiknya.

Dalam kaitannya dengan biaya produksi antara lemak alkohol alami dengan sintetiknya, menurut Richard (4), biaya pengolahan antara lemak alkohol alami dengan sintetiknya, kurang lebih sama, sehingga yang menentukan biaya produksi adalah perbandingan harga bahan baku yang digunakannya yaitu berasal dari oleokimia atau petrokimia.

Selama periode 1988-1995 dari data yang disampaikan Salmiah dan Beng (5), produksi lemak alkohol alami meningkat sebesar 6,8% tahun, sementara sintetiknya hanya meningkat 2,0% tahun. Diperkirakan di masa yang akan datang, lemak alkohol alami akan mendominasi produksi lemak alkohol dunia. Salmiah dan Beng (5) memproyeksikan pada tahun 2005 dan 2010 kontribusi lemak alkohol alami masing-masing akan mencapai 59,4% dan 62,8% dari total produksi lemak alkohol dunia. Laju peningkatan produksi lemak alkohol dunia (alami dan sintetik) selama periode 2000-2010 diperkirakan mencapai 3,7%. Laju peningkatan produksi lemak alkohol alami diperkirakan akan lebih tinggi yaitu mencapai 5,2% tahun, sementara laju peningkatan produksi sintetiknya diperkirakan hanya akan mencapai 1,6% tahun.

Dari aspek perolehan harga ekspor (harga FOB) untuk alkohol lemak tersebut nampaknya Malaysia lebih unggul, yang terlihat dari rata-rata harga ekspor yang lebih tinggi. Selama periode 1995-2000, harga rata-rata ekspor Malaysia untuk produk tersebut mencapai 115% dari harga asal Indonesia. Perolehan harga ekspor tersebut mencerminkan kualitas produk yang dihasilkannya dan kemampuan untuk menembus jaringan pasar oleokimia dunia, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Strategi Peningkatan Daya saing Produk Lemak alkohol Indonesia

Industri lemak alkohol Indonesia masih berpeluang untuk ditingkatkan

dayasaingnya melalui dukungan kebijakan fiskal dan dukungan teknologi dari hasil penelitian dan pengembangan (R&D). Saat ini pemerintah masih terlalu membebani perusahaan dengan pajak. Pada analisis daya saing (PAM), pengurangan dayasaing tercermin dari angka transfer input *tradable* yang positif dan rasio angka NPCI yang lebih besar dari satu yaitu 1,14. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan tarif impor pada beberapa input *tradable* yang diperlukan untuk proses produksi menyebabkan kenaikan harga input *tradable* rata-rata sebesar 14%. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan daya saing produk lemak alkohol Indonesia, perlu dilakukan pengkajian terhadap besarnya tarif impor dari bahan kemasan, bahan kimia dan material lainnya yang digunakan dalam proses produksi lemak alkohol di Indonesia.

Demikian pula, adanya PPN di setiap proses produksi mulai dari CPO CCO PKO, juga dirasakan sangat menghambat pengembangan industri oleokimia. Walaupun, untuk produk yang diekspor, nilai pajak tersebut dapat diambil kembali, namun pengurusannya memerlukan waktu dan biaya. Oleh karena itu, hendaknya PPN hanya dipungut pada lini akhir saja, yaitu untuk produk akhir yang akan dipasarkan di dalam negeri.

Dari dukungan teknologi melalui R&D, oleokimia Indonesia termasuk lemak alkohol belum mampu disejajarkan dengan Malaysia. Di Malaysia dengan dukungan R&D-nya, telah mampu meningkatkan efisiensi industri oleokimia dasar termasuk lemak alkohol dan mengembangkan industri oleokimia

turunannya. Di lingkup PORIM, lembaga yang banyak mendukung pengembangan industri oleokimia adalah *Advance Oleochemical Technology Centre*. Demikian pula di Universitas-universitasnya antara lain Universitas Kebangsaan dan Universitas Bumiputera terdapat jurusan Pengembangan Oleokimia yang banyak mendukung kemampuan teknologi di industri oleokimianya. Adanya dukungan dana penelitian yang memadai dan kualitas SDM yang memadai (60 peneliti setingkat Doktor) telah mendorong teknologi industri oleokimia Malaysia ke posisi seperti saat ini, menempati sebagai negara eksportir oleokimia terbesar di dunia. Pada tahun 1999, selain perusahaan-perusahaan oleokimia dasar, di Malaysia telah terdapat 13 perusahaan yang memproduksi produk-produk oleokimia turunan dengan kapasitas total sebesar 300.000 ton tahun.

Sementara di Indonesia keadaannya masih jauh dari harapan. Lembaga penelitian kelapa sawit satu-satunya di Indonesia yaitu Pusat Penelitian Kelapa Sawit, pendanaannya masih belum jelas, karena sebagian besar anggarannya (80%) masih harus dipenuhi sendiri. Demikian pula di Universitas-universitas Indonesia, baru terdapat jurusan teknik kimia, sehingga lulusannya belum memiliki kemampuan mensintesa yang diperlukan industri oleokimia turunan. Oleh karena itu, masih diperlukan peningkatan dukungan terhadap R & D untuk mengembangkan industri oleokimia Indonesia, mengingat pasar CPO dan PKO dunia diperkirakan akan mengalami kejenuhan.

Permodalan juga merupakan aspek yang sangat menentukan pengembangan industri oleokimia di Indonesia. Untuk mengatasi hambatan permodalan, salah satu alternatif strategi yang dapat ditiru dari Malaysia adalah strategi aliansi. Perusahaan-perusahaan oleokimia Indonesia bekerjasama dalam permodalan, produksi dan pemasaran dengan raksasa-raksasa oleokimia dunia yang sudah menguasai pasar oleokimia dunia (*the Big Boys*) yaitu *Procter & Gamble, Unichema, Henkel, Glodchmidt, Kao* dan *Jhonson & Jhonson*. Strategi ini telah diterapkan oleh dua perusahaan olekimia Indonesia

Dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing industri lemak alkohol, Indonesia hendaknya dapat mempertimbangkan strategi yang telah dilakukan oleh Malaysia dan RR. Cina. Pemerintah Malaysia memberikan insentif dalam bentuk *tax holiday* sekitar sepuluh tahun. Selain itu, juga mampu memberikan kredit ekspor dengan bunga rendah sekitar 11% tahun. Demikian pula, pemerintah Cina mengenakan pajak nol persen untuk industri oleokimia dan bahan bakunya. Dengan pasar domestiknya yang sangat besar dan terbuka luas, tentunya memberikan daya tarik yang istimewa bagi calon investor oleokimia dunia.

Satu aspek yang juga turut menentukan daya saing produk oleokimia dari suatu negara adalah birokrasi. Malaysia mampu menciptakan keunggulan dalam perdagangan oleokimia dunia, karena pemerintah Malaysia mampu menciptakan efisiensi pembiayaan dan pelayanan birokrasi yang memuaskan. Hal ini

secara bertahap dapat diterapkan di Indonesia dimulai dari *political will*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Industri lemak alkohol Indonesia masih memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif.
- Namun demikian, kebijakan output dan input *tradable* yang ada secara keseluruhan cenderung memberatkan para produsen lemak alkohol Indonesia. Penerapan tarif impor pada beberapa input *tradable* menyebabkan kenaikan harga input di pasar domestik rata-rata 14%. Kondisi ini diperparah oleh penerapan PPN pada output antara dan output akhir sehingga pengaruh keseluruhan dari distorsi kebijakan dan kegagalan pasar telah menyebabkan keuntungan produsen yang diterima saat ini hanya 76% dari keuntungan yang seharusnya.

Saran

- Dalam rangka meningkatkan daya saing lemak alkohol Indonesia, perlu peninjauan kembali terhadap besarnya tariff impor dari berbagai input *tradable* yang digunakan dalam produksi lemak alkohol antara lain bahan-bahan kimia, dan kemasan.
- Pajak pertambahan nilai (PPN) pada setiap tahapan proses pengolahan minyak sawit dapat mengurangi daya tarik dalam pengembangan industri hilir sawit. Oleh karena itu, PPN

seyogyanya dipungut hanya pada lini akhir saja, yaitu hanya untuk produk-produk konsumen yang di pasarkan di dalam negeri.

- Selain rasionalisasi kebijakan fiskal, dukungan lain yang diperlukan untuk meningkatkan dayaasaing industri oleokimia Indonesia antara lain dukungan teknologi dari lembaga penelitian yang memadai dari aspek pendanaan dan tenaga peneliti.
- Pasar Amerika Serikat, Italia, Inggeris, Belanda, dan Brasilia merupakan pasar lemak alkohol dunia yang prospektif, oleh karena itu perlu dipertimbangkan sebagai negara tujuan ekspor lemak alkohol Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

1. HADI, U.P., R.SUPRIHATINI dan R. KUSTIARI. 1999. Dampak liberalisasi perdagangan terhadap profitabilitas dan keunggulan komparatif agroindustri minyak kelapa Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi* 18 (2) P : 1 – 22.
2. MIYAWAKI, Y. 1998. Major contribution of crude palm oil and palm kernel oil in the oleochemical industry. In *Proceedings 1998 International Oil Palm Conference*. Jointly Organized by Indonesian Oil Palm Research Institute (IOPRI) and Indonesian Palm Oil Producers Association (GAPKI).
3. MONKE and PEARSON. 1996. *The policy analysis matrix for agricultural development*. Cornell University Press. Ithaca and London.
4. RICHARD, A. 1995. Fatty alcohol production and use. *INFORM* 7 (5), p : 502-504.
5. SALMIAH, A. and BENG, K.Y. 1997. Oleochemicals and other non-food applications of palm oil and palm oil products. *Mofst* 6 (1), p : 24-44.
6. SUPRIHATINI, R., T. HERAWAN, M. SINURAT dan D. SUPARTO. 2000. *Laporan Hasil Pengkajian Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Industri Hilir Kelapa sawit*. Bagian Proyek Penelitian dan Pengembangan Tanaman Perkebunan. Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia.
7. SURONO. 1995. Evaluating the efficiency of of Indonesia sugar mills: the policy analysis matrix approach. In *Proceeding. Agricultural Policy Analysis, Research, and Training Program*. Kerjasama antara Food Research Institute, Stanford University, US Agency for International Development (USAID), dan Departemen Pertanian Indonesia.
8. SUSILA. 1999. Keunggulan komparatif dan kompetitif kopi Indonesia. *Pelita Perkebunan* 15 (2). P : 129 – 140.
9. WIYONO, ZUBAIRI, ZAENAL, E. PURBA dan SYAMSU. 2000. Menggarap industri berdevisa 75 trilyun Rupiah. *Komoditas* No. 19 Th. II, p : 12-15.