

Analisis Struktur Pasar dan Daya Saing Ekspor *Crude Palm Oil* (CPO) Indonesia di Pasar Dunia

Analysis Of Market Structure and Competitiveness of Indonesian Crude Palm Oil (CPO) Exports in The Global Market

Nia Oskarlina*, Detri Karya, Azharuddin M Amin

Magister Manajemen Agribisnis Universitas Islam Riau
Jl. Kaharuddin Nst No.113, Simpang Tiga, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau

*Email: nia_oskarlina@student.uir.ac.id

(Diterima 12-11-2025; Disetujui 21-01-2026)

ABSTRAK

Crude palm oil (CPO) merupakan komoditas strategis dengan potensi ekspor besar bagi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) struktur pasar CPO Indonesia di pasar dunia, (2) keunggulan komparatif, dan (3) keunggulan kompetitif dibandingkan Malaysia terhadap negara tujuan ekspor utama. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan dengan data sekunder selama periode 2014–2023 terhadap lima negara tujuan ekspor utama, yaitu India, Belanda, Italia, Spanyol, dan China. Analisis data mencakup metode pangsa pasar dan konsentrasi rasio (struktur pasar), RCA, RSCA dan TSI (keunggulan komparatif), serta ECI, CMSA, dan EPD (keunggulan kompetitif). Hasil penelitian menunjukkan struktur pasar CPO bersifat oligopoli ketat dengan nilai CR5 Indonesia sebesar 82,50% dan Malaysia 85,46%, serta HHI masing-masing 4.421,88 dan 3.802,53. Indonesia dan Malaysia memiliki keunggulan komparatif tinggi ($RCA > 1$; $RSCA > 0$), dan Indonesia konsisten sebagai *net exporter* ($TSI = 0,9996$). Keunggulan kompetitif Indonesia masih terbatas karena tidak semua negara tujuan nilai $ECI > 1$ dengan kinerja CMSA yang relatif lebih rendah dibanding Malaysia. Berdasarkan EPD, posisi ekspor Indonesia berada pada kategori *lost opportunity* (India, China) dan *retreat* (Belanda, Italia, Spanyol), sedangkan Malaysia berada pada kuadran *retreat* (India dan Belanda) dan *lost opportunity* (Italia, Spanyol, dan China).

Kata Kunci: Struktur pasar, daya saing, ekspor, CPO

ABSTRACT

Crude palm oil (CPO) is a strategic commodity with significant export potential for Indonesia. This study aims to analyze (1) the structure of the Indonesian CPO market in the global market, (2) comparative advantages, and (3) competitive advantages over Malaysia in relation to major export destination countries. The research used a literature study method with secondary data during the period 2014–2023 on five major export destination countries, namely India, the Netherlands, Italy, Spain, and China. Data analysis includes market share and concentration ratio methods (market structure), RCA, RSCA and TSI (comparative advantage), as well as ECI, CMSA, and EPD (competitive advantage). The results of the study show that the CPO market structure is a tight oligopoly with a CR5 value of 82.50% in Indonesia and 85.46% in Malaysia, and an HHI of 4,421.88 and 3,802.53, respectively. Indonesia and Malaysia have high comparative advantages ($RCA > 1$; $RSCA > 0$), and Indonesia consistently ranks as a net exporter ($TSI = 0.9996$). Indonesia's competitive advantage remains limited because not all destination countries have an ECI value > 1 , with CMSA performance that is relatively lower than Malaysia's. Based on the EPD, Indonesia's export position is in the lost opportunity category (India, China) and retreat category (Netherlands, Italy, Spain), while Malaysia is in the retreat (India and the Netherlands) and lost opportunity quadrant (Italy, Spain, and China).

Keywords: Market structure, competitiveness, exports, CPO

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Pada tahun 2024, kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 12,61% (Badan Pusat Statistik, 2025) dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 68,29% dari total angkatan kerja (Kementerian Pertanian, 2024). Di antara subsektor pertanian, perkebunan kelapa sawit menjadi penopang utama karena berperan penting dalam ekspor dan penyediaan bahan baku industri nasional. Produk

utamanya, *Crude Palm Oil* (CPO), digunakan secara luas pada sektor pangan (minyak goreng, margarin) dan non-pangan (kosmetik, farmasi, serta biodiesel).

Secara global, konsumsi minyak nabati menunjukkan tren peningkatan, dengan CPO mendominasi 38,21% dari total konsumsi dunia pada tahun 2024 dan tumbuh rata-rata 1,46% per tahun, melampaui minyak kedelai, rapeseed, dan bunga matahari (U.S. Department of Agriculture, 2024). Keunggulan utama CPO dibanding minyak nabati lain adalah efisiensi lahan dan produktivitas tinggi per hektar, menjadikannya komoditas paling ekonomis dan strategis untuk memenuhi kebutuhan energi dan pangan dunia.

Sebagai produsen terbesar CPO global, Indonesia bersama Malaysia menguasai lebih dari 85% produksi dunia (WITS, 2023). Meskipun demikian, data menunjukkan tren penurunan ekspor Indonesia sebesar -6,46% per tahun pada periode 2019–2023, dengan volume ekspor turun dari 7,40 juta menjadi 3,60 juta ton. Malaysia, sebagai pesaing utama, juga mencatat kontraksi lebih ringan yaitu -1,74% per tahun. Fluktuasi serupa juga terjadi pada ekspor global yang turun -3,17% per tahun, dipengaruhi oleh faktor geopolitik, kebijakan ekspor, dan volatilitas harga.

Dari sisi kontribusi ekonomi, ekspor CPO tetap menjadi penyumbang devisa terbesar kedua Indonesia setelah produk logam dasar. Pada 2022, nilai ekspor CPO mencapai USD 27,72 miliar, sebelum turun menjadi USD 22,68 miliar pada 2023 (BI, 2023). Penurunan tersebut dipicu oleh beberapa faktor: (1) konflik Rusia–Ukraina yang mengganggu rantai pasok minyak nabati global, (2) larangan sementara ekspor CPO melalui Permendag No. 22 Tahun 2022, serta (3) penurunan harga CPO global dari USD 1.276/MT (2022) menjadi USD 886/MT (2023) akibat oversupply dan melemahnya permintaan (USDA Foreign Agricultural Service, 2022; World Bank, 2024)

Kondisi oversupply di tengah melambatnya ekonomi global juga memperburuk daya saing CPO Indonesia. Beberapa negara importir besar, terutama di Eropa, mulai mengurangi konsumsi CPO dan beralih ke minyak nabati lain yang dianggap lebih ramah lingkungan (Kondalamahanty and Darni, 2023). Hal ini menimbulkan tekanan bagi Indonesia untuk memperkuat strategi daya saing ekspor, menghadapi tantangan keberlanjutan, serta menyesuaikan diri dengan perubahan kebijakan perdagangan internasional.

Dengan demikian, diperlukan analisis mendalam terhadap struktur pasar dan daya saing ekspor CPO Indonesia untuk mengidentifikasi potensi, hambatan, dan arah strategi kebijakan yang mampu meningkatkan posisi Indonesia sebagai produsen dan eksportir utama minyak sawit dunia secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan terhadap negara eksportir CPO terbesar (Indonesia dan Malaysia) ke negara tujuan ekspor CPO (India, Belanda, Italia, Spanyol, dan China). Pelaksanaan penelitian selama enam bulan, dimulai pada bulan Januari sampai dengan Juni 2025. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder secara *time series* tahun 2014–2023. Data ekspor yang diteliti terhadap produk CPO dengan kode *Harmonized System* (HS) pada level 6-digit yaitu 151110 dari lima negara tujuan yang bersumber dari *United Nations Commodity Trade* (UN Comtrade). Analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi:

1. Analisis Struktur Pasar

A. Pangsa Pasar

Pangsa pasar ekspor dihitung dengan membagi ekspor CPO negara eksportir ke negara tujuan dengan total ekspor CPO negara tersebut. Adapun perhitungan pangsa pasar dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{wj}}$$

Keterangan:

S_{ij} : Pangsa pasar CPO

X_{ij} : Nilai ekspor CPO negara eksportir ke negara tujuan

X_{wj} : Nilai total ekspor CPO negara eksportir

i : Negara eksportir (Indonesia, Malaysia)

j : Negara tujuan (India, Belanda, Italia, Spanyol, China)

Adapun perkembangan pangsa pasar ekspor CPO dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Dominan : $Sij \geq 40\%$
2. Cukup Kuat : $20\% \leq Sij < 40\%$
3. Sedang : $10\% \leq Sij < 20\%$
4. Rendah : $Sij < 10\%$

B. Konsentrasi Pasar

1) *Concentration Ratio (CR)*

Konsentrasi rasio digunakan untuk menilai tingkat dominasi pasar oleh negara tujuan terhadap ekspor CPO Indonesia dan Malaysia. Rasio konsentrasi pasar (CR_n) dirumuskan sebagai berikut:

$$CR_n = Sij_1 + Sij_n$$

Keterangan:

CR : Nilai konsentrasi pasar importir CPO terbesar Indonesia dan Malaysia

Sij : Pangsa pasar CPO negara eksportir di pasar tujuan

n : 5 (India, Belanda, Italia, Spanyol, China)

Hasil dai perhitungan *concentration ratio* menunjukkan beberapa tingkat konsentrasi dan struktur pasar sebagai berikut :

1. Sangat tinggi (CR = 100%) Struktur pasar monopoli.
2. Tinggi (100% > CR > 70%) Struktur pasar oligopoli ketat.
3. Sedang (70% > CR > 40%) Struktur pasar oligopoli ringan.
4. Rendah (40% > CR > 0%) Struktur pasar monopolistik.
5. Sangat rendah (CR = 0%) Struktur pasar persaingan sempurna.

2) *Herfindahl-Hirschman Index*

Metode ini dirumuskan oleh Orris C. Herfindahl dan Albert O. Hirschman. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai HHI adalah sebagai berikut:

$$HHI = Sij_1^2 + Sij_n^2$$

Keterangan:

HHI : Struktur pasar dan Konsentrasi pasar CPO

Sij : Pangsa pasar CPO negara eksportir di pasar tujuan

n : 5 (India, Belanda, Italia, Spanyol, China)

Nilai *Herfindahl-Hirschman Index* ini dihitung dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar (%) dari setiap negara tujuan ekspor. Nilai HHI berkisar antara 0 hingga 10,000 (jika dinyatakan dalam basis 10,000) atau 0 hingga 1 (jika dalam basis 1):

- 1) Tidak terkonsentrasi, jika $HHI < 1500$. Bentuk pasar ini adalah persaingan monopolistik atau pasar kompetitif.
- 2) Cukup terkonsentrasi, jika $HHI 1500 - 2500$. Bentuk pasar ini adalah pasar oligopoli ringan.
- 3) Sangat terkonsentrasi, jika $HHI > 2500$. Bentuk pasar ini adalah pasar oligopoli ketat atau monopoli (jika $HHI = 1$ atau 10.000).

2. Keunggulan Komparatif

A. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Perhitungan metode RCA digunakan untuk mengukur daya saing negara dalam perdagangan internasional. Secara sistematis dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{\frac{X_{ij}}{X_{it}}}{\frac{X_{wj}}{X_{wt}}}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor cpo negara eksportir ke negara negara tujuan

X_{it} = Nilai total ekspor negara eksportir ke negara tujuan

X_{wj} = Nilai ekspor CPO dunia ke negara tujuan

X_{wt} = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan

Terdapat dua kemungkinan hasil yang dapat diperoleh, yaitu:

- Nilai RCA bernilai lebih dari satu ($RCA > 1$), negara tersebut memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia hingga komoditi tersebut memiliki daya saing yang kuat.
- Nilai kurang dari satu ($RCA < 1$), negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dibawah rata-rata dunia sehingga negara tersebut memiliki daya saing yang lemah pada komoditas tersebut.

B. *Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)*

RCA memiliki kelemahan karena nilai RCA asymmetric artinya nilai dari RCA tidak memiliki batas karena berkisar dari 0 sampai tidak terhingga. RCA dimodifikasi menjadi RSCA sehingga nilai dari RCA memiliki batasan dan lebih mudah dipahami, secara sistematis RSCA dirumuskan berikut.

$$RSCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)}$$

Nilai RSCA memiliki interval nilai antara -1 dan +1 ($-1 \leq RSCA \leq 1$). Jika nilai RSCA berada pada angka positif artinya produk atau komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif yang di pasar sebaliknya jika angka RSCA bernilai negative artinya produk atau komoditas tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif di pasar (Putri, 2023).

C. *Trade Specialization Index (TSI)*

TSI memastikan apakah keunggulan tersebut diiringi dengan spesialisasi ekspor dan realisasi daya saing dalam perdagangan internasional. Rumus TSI digambarkan sebagai berikut:

$$TSI = \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)}$$

Keterangan:

X_i = Nilai total ekspor CPO oleh negara eksportir

M_i = Nilai total impor CPO oleh negara importir

Nilai TSI menunjukkan tingkat pertumbuhan perdagangan suatu komoditas yang terbagi menjadi 5 tahap yaitu tahap pengenalan ($-1,00 < TSI < -0,50$), tahap substitusi impor ($-0,51 < TSI < 0,00$), tahap pertumbuhan ($0,01 < TSI < 0,80$), periode matang ($0,81 < TSI < 1,00$), periode pengembalian impor (dari 1,00 menjadi 0,00) (Bangun, 2022).

3. Keunggulan Kompetitif

A. *Export Competitiveness Index (ECI)*

Metode ini menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa pasar internasional untuk komoditas tersebut pada periode sebelumnya (t-1). ECI secara sistematis dirumuskan berikut:

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_w}\right)_t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_w}\right)_{t-1}}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai Ekspor CPO Indonesia Ke Negara Tujuan (US\$)

X_w = Nilai Ekspor CPO Dunia (US\$)

t = Periode berjalan

t-1 = Periode sebelumnya

Analisis ECI, menyatakan suatu produk memiliki keunggulan kompetitif atau berdaya saing kuat ketika nilai lebih besar dari 1 (>1) yang artinya ekspor produk atau komoditas mengarah ke tren meningkat. Sedangkan, suatu produk tidak memiliki keunggulan kompetitif atau berdaya saing lemah jika nilai ECI lebih kecil dari satu (Tambunan et al., 2024).

B. *Constant Market Share Analysis (CMSA)*

Formulasi pengukuran daya saing dengan Constant Market Share (CMS) menjelaskan faktor yang memengaruhi ekspor suatu negara lebih tinggi sama atau lebih rendah dari pertumbuhan ekspor dunia. Berdasarkan efek digunakan metode CMSA secara matematis dirumuskan menurut Salvatore (1997) dalam Asrol and Heriyanto (2019) sebagai berikut.

Pertumbuhan Standar:

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

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

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

Efek Komposisi Komoditas:

$$\frac{\sum_i (g_i - g) X_{i(t-1)}}{X_{(t-1)}}$$

Efek Distribusi Pasar:

$$\frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_x) X_{ij(t-1)}}{X_{(t-1)}}$$

Efek Daya Saing:

$$\frac{\sum_i \sum_j X_{ij(t)} - X_{ij(t-1)} - r_{ij} X_{ij(t-1)}}{X_{(t-1)}}$$

Keterangan:

- g = pertumbuhan standar
- W = Nilai total ekspor dunia (US\$)
- W_i = Nilai total ekspor CPO dunia (US\$)
- W_{ij} = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (US\$)
- X = Nilai total ekspor Indonesia (US\$)
- X_i = Nilai ekspor CPO Indonesia ke dunia (US\$)
- X_{ij} = Ekspor CPO Indonesia ke negara tujuan (US\$)
- t = Tahun berjalan
- $t-1$ = Tahun sebelumnya

Keempat komponen ini dapat dianalisis dengan :

- a) Jika nilai dari efek komposisi komoditi berdasarkan analisis CMS bernilai positif, maka mengindikasikan bahwa komoditi cenderung diminati di pasar internasional dibanding jenis komoditi lainnya dan nilai ekspornya cenderung meningkat dibanding total ekspor suatu negara. Sebaliknya jika efek komposisi bernilai negatif maka komoditi cenderung kurang diminati oleh pasar dunia dan nilai ekspornya cenderung lebih kecil dibandingkan total ekspor untuk seluruh komoditi.
- b) Jika efek distribusi positif, maka negara tersebut telah memasarkan komoditi di negara yang memiliki permintaan yang tinggi. Sedangkan jika nilai efek distribusi bernilai negatif, maka suatu negara dinilai belum memasarkan komoditi tersebut ke negara yang memiliki permintaan tinggi.

- c) Jika efek daya saing yang bernilai positif menggambarkan daya saing ekspor suatu negara yang tidak diakibatkan oleh efek pertumbuhan standar, efek komposisi dan distribusi pasar, akan tetapi karena ada daya saing akibat keunggulan mutu produk atau harga yang lebih baik, sedangkan apabila efek daya saing bernilai negatif mengindikasikan daya saing suatu negara lemah dilihat dari aspek mutu dan harga.

C. Export Product Dynamic (EPD)

Dengan menggunakan metode analisis EPD, dapat diketahui apakah komoditi suatu negara ke negara tujuan kontinu (dinamis) atau tidak (Pradipta and Firdaus, 2014). Penghitungan metode EPD dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Sumbu X: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor

$$\frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y: Pertumbuhan pangsa pasar produk

$$\frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor CPO Indonesia ke negara tujuan (US\$)

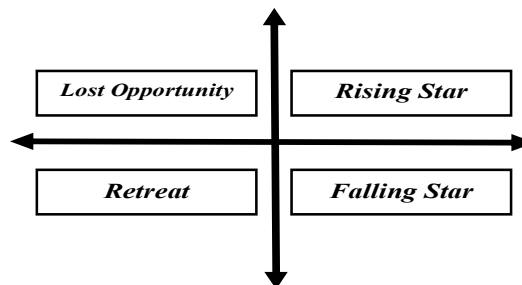
X_t = Nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan (US\$)

W_{ij} = Nilai ekspor CPO dunia ke negara tujuan (US\$)

W_t = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (US\$)

T = Jumlah tahun analisis

Berdasarkan kombinasi dari nilai sumbu X dan Y akan menghasilkan matrik EDP dengan kategori sebagai berikut.



Gambar 1. Matrik Export Product Dynamics (EPD)

Gambar 1 menunjukkan empat kategori umum dalam ekspor berdasarkan posisi pangsa pasar:

1. *Rising star*, menunjukkan produk sedang tumbuh, baik dalam pangsa pasar maupun dalam daya tarik pasar.
2. *Lost Opportunity*, menunjukkan pangsa pasar produk meningkat, tapi daya tarik pasar menurun.
3. *Falling Star*, menunjukkan permintaan produk yang baik tetapi negara tidak dapat memanfaatkan peluang tersebut.
4. *Retreat*, menunjukkan produk tersebut tidak kompetitif dan menghadapi penurunan di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Pasar CPO

A. Analisis Pangsa Pasar

Tabel 1. Nilai Pangsa Pasar Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 2014-2023

Tahun	Indonesia					Malaysia				
	India	Belanda	Italia	Spanyol	China	India	Belanda	Italia	Spanyol	China
2014	49,96	15,25	10,82	4,95	0,01	54,17	28,33	3,11	3,97	0,10
2015	48,14	13,68	7,76	7,71	0,18	58,58	23,6	5,93	3,05	0,12
2016	56,53	12,84	4,55	4,23	0,27	57,2	20,99	7,94	3,38	0,00
2017	65,31	8,85	4,93	2,95	0,00	49,09	26,02	8,89	3,98	0,00
2018	60,8	9,81	6,2	3,55	0,05	50,26	20,35	7,66	7,34	0,03
2019	53,38	6,44	2,93	11,81	0,16	44,03	18,08	8,63	10,5	0,49
2020	60,52	3,66	4,87	10,82	0,04	57,52	17,83	5,7	3,49	0,00
2021	75,92	3,12	3,09	3,18	0,00	66,6	14,16	2,45	0,72	0,00
2022	83,62	2,17	4,14	1,88	0,07	66,25	13,01	1,46	0,59	0,02
2023	86,09	2,19	4,38	1,12	0,00	69,30	9,02	0,38	0,3	0,00
Rata-rata (%)	64,03	7,80	5,37	5,22	0,081	57,30	19,14	5,22	3,73	0,08
Pertumbuhan (%)	6,90	-17,61	-2,12	8,17	1168,6	3,57	-10,84	-7,78	-8,96	554,22

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa India merupakan pasar dominan bagi ekspor CPO Indonesia dan Malaysia sepanjang periode 2014–2023. Indonesia memiliki pangsa pasar rata-rata sebesar 64,03% dengan laju pertumbuhan 6,90% per tahun, sedangkan Malaysia memiliki pangsa pasar rata-rata 57,30% dengan pertumbuhan 3,57% per tahun. Menurut (Awaliyah et al., 2025) India merupakan pasar paling potensial dalam persaingan ekspor CPO antara kedua negara tersebut.

Di kawasan Eropa, khususnya Belanda, Italia, dan Spanyol, pangsa pasar ekspor CPO menunjukkan tren yang berfluktuasi namun cenderung menurun bagi Indonesia maupun Malaysia. Pertumbuhan pangsa pasar CPO ke kawasan tersebut umumnya bernilai negatif bagi kedua negara, dan hanya menunjukkan tren positif di pasar Spanyol bagi Indonesia. Menurut (Gaol, 2018), sejak tahun 2015 CPO Indonesia menghadapi tekanan besar untuk menembus pasar Eropa akibat berbagai kebijakan yang membatasi ekspor, seperti isu deforestasi, kewajiban pencantuman label minyak sawit pada produk makanan, serta isu kesehatan. Selain itu, Uni Eropa berupaya memperkuat industri minyak nabati domestik, khususnya rapeseed, biji bunga matahari, dan kedelai, sebagai bentuk perlindungan terhadap kepentingan petani lokal dan sumber minyak nabati utama di kawasan Eropa.

Sementara itu, di pasar China, pangsa pasar ekspor CPO Indonesia dan Malaysia menunjukkan nilai yang relatif kecil. Data Statistik Kelapa Sawit (BPS, 2024), menunjukkan bahwa rendahnya pangsa ini disebabkan oleh struktur impor minyak sawit China yang mayoritas berupa produk hilir (*other palm oil*), bukan CPO mentah, sehingga volume CPO yang masuk relatif rendah. Selain itu, pola konsumsi minyak nabati China lebih didominasi oleh minyak kedelai (BPDP, 2018).

B. Analisis Konsentrasi Pasar

Tabel 2. Nilai Konsentrasi Pasar Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 2014-2023

Tahun	Indonesia		Malaysia	
	CR ₅	HHI	CR ₅	HHI
2014	80,99	2.870,27	89,69	3.762,44
2015	77,48	2.624,66	91,28	4.033,12
2016	78,43	3.398,82	89,51	3.786,35
2017	82,03	4.376,30	87,98	3.181,84
2018	80,42	3.844,48	85,65	3.052,76
2019	74,72	3.039,10	81,74	2.450,36
2020	79,91	3.817,22	84,54	3.671,07
2021	85,31	5.793,12	83,93	4.642,53
2022	91,89	7.017,64	81,32	4.560,19
2023	93,78	7.437,20	79,00	4.884,60
Rata-rata Pangsa Pasar	82,50	4.421,88	85,46	3.802,53
Rata-rata Pertumbuhan (%)	1,77	13,45	-1,37	4,77

Tahun	Indonesia		Malaysia	
	CR ₅	HHI	CR ₅	HHI
Tingkat Konsentrasi	Tinggi	Sangat Terkonsentrasi	Tinggi	Sangat Terkonsentrasi
Kategori Struktur Pasar	Oligopoli Ketat	Oligopoli Ketat	Oligopoli Ketat	Oligopoli Ketat

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Hasil analisis konsentrasi pasar ekspor minyak kelapa sawit mentah (CPO) menggunakan indikator *Concentration Ratio* (CR₅) menunjukkan rata-rata CR₅ Indonesia mencapai 82,50% dengan pertumbuhan positif sebesar 1,77% per tahun, sedangkan Malaysia dengan rata-rata CR₅ sebesar 85,46% namun menunjukkan tren pertumbuhan negatif sebesar -1,37% per tahun. Struktur pasar tergolong dalam kategori oligopoli ketat (*tight oligopoly*), kondisi ini sejalan dengan karakteristik komoditas CPO yang bersifat homogen dan memiliki hambatan masuk (*barriers to entry*) yang relatif tinggi (Indrastuti and Tanjung, 2023). Hambatan tersebut muncul karena industri CPO memerlukan biaya investasi modal yang besar, penguasaan teknologi pengolahan yang canggih, serta akses terhadap sumber daya lahan dan bahan baku yang terbatas. Nilai rata-rata *Herfindahl–Hirschman Index* (HHI) juga memperkuat hasil penelitian ini. Secara keseluruhan, kombinasi CR₅ dan HHI menegaskan bahwa ekspor CPO Indonesia dan Malaysia sepanjang periode penelitian masih menghadapi risiko besar akibat ketergantungan pada negara tujuan utama. Tingginya tingkat konsentrasi ini berpotensi menimbulkan kerentanan ekonomi, karena perubahan kebijakan, fluktuasi permintaan, atau hambatan perdagangan dapat secara langsung memengaruhi kinerja ekspor CPO.

2. Keunggulan Komparatif

A. Analisis RCA dan RSCA

Tabel 3. Nilai RCA Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia					Malaysia				
	India	eland	Italia	Spain	China	India	Belanda	Italia	Spain	China
2014	14,15	50,65	153,57	96,21	14,02	15,71	42,66	91,1	223,98	54,05
2015	14,07	51,65	133,89	142,62	60,31	17,33	35,83	143,83	98,2	16,63
2016	16,88	46,96	112,83	98,14	71,75	15,79	33,39	226,6	155,47	0,66
2017	18,7	37,58	121,72	79,42	1,90	8,80	28,51	159,6	137,71	1,78
2018	18,74	47,41	144,07	44,06	43,38	12,37	32,5	128,69	113,8	12,71
2019	20,99	45,74	83,81	118,59	19,21	15,11	34,64	188,96	82,63	25,9
2020	17,51	24,84	96,99	123,43	18,55	9,79	41,62	94,14	38	0,73
2021	11,5	8,73	35,47	36,26	4,87	19,82	44,84	83,88	31,3	1,53
2022	8,98	8,2	70,91	28,83	21,07	21,94	36,44	53,95	20,95	10,33
2023	11,9	13,26	125,89	17,28	0,002	16,87	26,55	16,38	8,07	33,47
Rata-rata (%)	15,34	33,50	107,92	78,49	25,51	15,35	35,70	118,71	91,01	15,78
Pertumbuhan (%)	0,23	-6,60	9,51	-0,50	281,11	8,30	-3,87	-5,90	-24,47	170,25

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Hasil analisis menunjukkan baik Indonesia maupun Malaysia memiliki keunggulan komparatif di semua pasar tujuan ekspor karena rata-rata nilai RCA > 1. Nilai RCA tertinggi bagi kedua negara ada di pasar Italia sedangkan nilai RCA terendah yaitu di pasar India. Tren menunjukkan Indonesia mengalami pertumbuhan negatif di Belanda dan Spanyol, begitu juga bagi Malaysia tren pertumbuhan negatif di pasar tujuan Belanda, Italia, dan Spanyol. Artinya terjadi penurunan daya saing di pasar Eropa bagi kedua negara eksportir.

Tabel 4. Nilai RSCA Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia					Malaysia				
	India	eland	Italia	Spain	China	India	Belanda	Italia	Spain	China
2014	0,87	0,96	0,99	0,98	0,87	0,88	0,95	0,98	0,99	0,96
2015	0,87	0,96	0,99	0,99	0,97	0,89	0,95	0,99	0,98	0,89
2016	0,89	0,96	0,98	0,98	0,97	0,88	0,94	0,99	0,99	-0,20
2017	0,90	0,95	0,98	0,98	0,31	0,80	0,93	0,99	0,99	0,28
2018	0,90	0,96	0,99	0,96	0,95	0,85	0,94	0,98	0,98	0,85
2019	0,91	0,96	0,98	0,98	0,90	0,88	0,94	0,99	0,98	0,93

Tahun	Indonesia					Malaysia				
	India	eland	Italia	Spain	China	India	Belanda	Italia	Spain	China
2020	0,89	0,92	0,98	0,98	0,90	0,81	0,95	0,98	0,95	-0,16
2021	0,84	0,79	0,95	0,95	0,66	0,90	0,96	0,98	0,94	0,21
2022	0,80	0,78	0,97	0,93	0,91	0,91	0,95	0,96	0,91	0,82
2023	0,84	0,86	0,98	0,89	-1,00	0,89	0,93	0,88	0,78	0,94
Rata-rata (%)	0,87	0,91	0,98	0,96	0,64	0,87	0,94	0,97	0,95	0,55
Pertumbuhan (%)	-0,24	-1,06	-0,02	-1,03	-5,92	0,28	-0,31	-1,07	-2,53	-22,37

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Berdasarkan nilai RSCA, baik Indonesia dan Malaysia juga unggul komparatif di semua pasar tujuan karena nilai RSCA>0. Namun demikian, daya saingnya mengalami penurunan karena secara keseluruhan tren menunjukkan pertumbuhan tahunan yang negatif. Menurut (VOA Indonesia, 2022), kebijakan larangan ekspor CPO Indonesia menciptakan ketidakpastian pasokan global dan mendorong importir India beralih ke Malaysia, yang merespons dengan menurunkan pajak ekspor minyak sawit hingga 50%. Selain itu, program hirilisasi juga meningkatkan konsumsi domestik tumbuh sebesar 13,27% selama 2014–2023, jauh lebih tinggi dari Malaysia (3,07%) (U.S. Department of Agriculture, 2024) sehingga mengurangi potensi ekspor. Berdasarkan Ariga and Novianti (2022) menegaskan bahwa kebijakan hilirisasi mendorong konsumsi dalam negeri tetapi menekan daya saing ekspor jangka pendek.

Di pasar Eropa, pengaruh dari kampanye negatif Uni Eropa terhadap sawit Indonesia, menunjukkan dampaknya terhadap penurunan daya saing ekspor CPO Indonesia. Selain itu bahwa sertifikasi ISPO belum diakui secara internasional, berbeda dengan MSPO (2024) dari Malaysia yang sudah terdaftar di International Trade Centre Standards Map, memperkuat posisi ekspor Malaysia. Sementara di pasar China, (Awaliyah et al., 2025) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing lebih tinggi dibanding Malaysia, meski trennya fluktuatif. Berdasarkan Rahman (2024) menyebutkan bahwa pergeseran preferensi konsumen China ke minyak bunga matahari akibat pasokan dari Rusia dan Ukraina menekan harga CPO Indonesia. World Bank (2024) melaporkan penurunan harga CPO sebesar –13,73% pada 2023, sementara Statistik Kelapa Sawit 2023 (BPS, 2024) menunjukkan bahwa ekspor Indonesia ke China lebih banyak berupa produk olahan ketimbang CPO mentah.

B. Analisis TSI

Tabel 5. Nilai TSI Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia		Malaysia	
	TSI	Pertumbuhan (%)	TSI	Pertumbuhan (%)
2014	1,000	0,00	0,876	0,00
2015	1,000	0,00	0,753	-14,04
2016	0,997	-0,23	0,895	18,86
2017	0,999	0,23	0,799	-10,79
2018	0,999	0,00	0,749	-6,26
2019	0,998	-0,13	0,620	-17,21
2020	0,999	0,12	0,790	27,47
2021	0,999	0,01	0,943	19,32
2022	0,999	0,00	0,918	-2,62
2023	0,999	0,00	0,909	-0,98
Rata-rata	0,9996	0,00	0,8254	1,53

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Hasil analisis TSI menunjukkan bahwa selama periode 2014–2023, Indonesia memiliki tingkat spesialisasi ekspor CPO jauh lebih tinggi dibandingkan Malaysia. Menurut (Prabowo et al., 2023), posisi Indonesia dalam perdagangan minyak sawit dunia menunjukkan tahapan *maturity stage*, di mana Indonesia telah menjadi eksportir bersih yang dominan untuk komoditas CPO. Hasil tersebut menegaskan bahwa Indonesia merupakan eksportir utama minyak sawit dunia dengan ketergantungan yang sangat rendah terhadap impor.

Data Statistik Kelapa Sawit (2014–2023) memperlihatkan peningkatan signifikan produksi CPO Indonesia, tumbuh rata-rata 5,68% per tahun dari 29,27 juta ton pada 2014 menjadi 47,08 juta ton pada 2023. Sebaliknya, menurut Data USDA FAS (2014–2023), produksi CPO Malaysia hanya tumbuh 0,11% per tahun, menunjukkan stagnasi relatif.

3. Keunggulan Kompetitif

A. Analisis ECI

Tabel 6. Nilai ECI Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia					Malaysia				
	India	eland	Italia	Spanyol	China	India	Belanda	Italia	Spanyol	China
2014	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2015	1,06	0,99	0,79	1,72	14,47	1,03	0,79	1,81	0,73	1,12
2016	1,09	0,87	0,55	0,51	1,39	0,92	0,83	1,26	1,04	0,04
2017	1,37	0,82	1,28	0,83	0,00	0,58	0,83	0,75	0,79	0,29
2018	0,81	0,97	1,10	1,05	64,41	1,21	0,93	1,02	2,19	20,17
2019	0,89	0,67	0,48	3,39	3,02	0,88	0,89	1,13	1,43	13,30
2020	1,09	0,55	1,60	0,88	0,25	1,46	1,10	0,74	0,37	0,01
2021	0,62	0,42	0,32	0,15	0,04	1,71	1,17	0,64	0,30	0,23
2022	1,33	0,84	1,62	0,72	27,36	0,86	0,79	0,52	0,71	35,90
2023	1,17	1,15	1,20	0,68	0,00	0,89	0,59	0,22	0,44	0,03
Rata-rata (%)	1,05	0,81	0,99	1,10	12,33	1,06	0,88	0,90	0,89	7,90
Pertumbuhan (%)	8,69	7,09	63,72	52,12	32973,09	0,08	0,64	6,55	7,97	363,44

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar India, Italia, Spanyol dan China. Sedangkan Malaysia unggul di pasar India dan China. Hal ini berdasarkan (Tambunan et al., 2024), nilai $ECI > 1$ pertumbuhan ekspor suatu negara lebih cepat dibandingkan pertumbuhan ekspor dunia, yang berarti produk tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan daya saing yang kuat. Sebaliknya, nilai $ECI < 1$ menandakan bahwa pertumbuhan ekspor suatu negara lebih lambat dari rata-rata ekspor dunia, sehingga daya saingnya relatif lemah.

B. Analisis CMSA

Tabel 7. Rata-rata Nilai CMSA Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 2014-2023

CMSA	Indonesia	Malaysia
Rata-rata Efek Komposisi Komoditas (EKK)	-0,0003065	-0,0002594
Rata-rata Efek Distribusi Pasar (EDP)		
1. India	0,0002445	0,0001222
2. Belanda	-0,0001487	-0,0001969
3. Italia	-0,0001300	-0,0000188
4. Spanyol	-0,0001708	0,0000388
5. China	-0,0000043	0,0000023
Rata-rata Efek Daya Saing (EDS)		
1. India	-0,0003913	-0,0001273
2. Belanda	-0,0002097	-0,0001065
3. Italia	-0,0000835	-0,0000254
4. Spanyol	-0,0000199	-0,0000930
5. China	0,0000026	-0,0000037

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

CMSA yang membagi pertumbuhan ekspor menjadi tiga komponen utama menunjukkan nilai EKK Indonesia (-0,0003065) dan Malaysia (-0,0002594) sama-sama negatif, sehingga belum memiliki keunggulan kompetitif yang kuat berbasis produk. Nilai EDP Indonesia (0,0002445) dan Malaysia (0,0001222) hanya positif di pasar India, menandakan telah memasarkan komoditi di negara yang memiliki permintaan yang tinggi. Nilai EDS Indonesia hanya positif di pasar China (0,0000026) sedangkan Malaysia negatif di semua pasar tujuan, menandakan daya saing kedua negara lemah dilihat dari aspek mutu dan harga komoditi (Asrol and Heriyanto, 2019).

C. Analisis EPD

Tabel 8. Rata-rata Nilai EPD Ekspor CPO Indonesia dan Malaysia Tahun 2014-2023

Negara	Sumbu X (%)	Sumbu Y (%)	Posisi Pasar
Indonesia :			
1. India	-0,450	0,040	Lost Opportunity
2. Belanda	-2,913	-0,016	Retreat
3. Italia	-3,411	-0,015	Retreat
4. Spanyol	-5,362	-0,009	Retreat
5. China	-1,797	0,238	Lost Opportunity
Malaysia :			
1. India	-0,863	-0,073	Retreat
2. Belanda	-2,501	-0,015	Retreat
3. Italia	-0,002	0,005	Lost Opportunity
4. Spanyol	-3,890	0,014	Lost Opportunity
5. China	-3,149	0,032	Lost Opportunity

Sumber: UN Comtrade Diolah (2025)

Nilai EPD menunjukkan posisi ekspor Indonesia berada pada kategori Lost Opportunity di India dan China, ini menunjukkan pangsa pasar produk meningkat, tapi daya tarik pasar menurun. Selanjutnya di posisi retreat di pasar Belanda, Italia, Spanyol yang menunjukkan produk tersebut tidak kompetitif dan menghadapi penurunan di pasar.

Sementara posisi ekspor Malaysia berada pada kuadran retreat (India, Belanda, China), lost opportunity (Italia, Spanyol). Dari sisi kompetitif masih terdapat kelemahan dalam mempertahankan pertumbuhan ekspor di pasar tujuan. Indonesia memiliki potensi yang lebih dinamis dibanding Malaysia, karena sebagian besar eksportnya berada di pasar yang sedang berkembang

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Struktur pasar CPO di dunia menunjukkan ekspor CPO Indonesia dan Malaysia terkonsentrasi pada lima negara utama (India, Belanda, Italia, Spanyol, China) dengan dominasi lebih dari 80%. Indonesia lebih unggul di pasar India (64,03%) dibanding Malaysia (57,30%). Struktur pasar bersifat oligopoli ketat dengan nilai CR5 masing-masing 82,50% dan 85,46%, serta HHI sebesar 4.421,88 dan 3.802,53.
2. Keunggulan Komparatif CPO Indonesia dibandingkan Malaysia menunjukkan Kedua negara memiliki keunggulan komparatif kuat ($RCA > 1$; $RSCA > 0$). Malaysia unggul di India, Belanda, Italia, dan Spanyol, sedangkan Indonesia unggul di China. Namun, daya saing ekspor Indonesia cenderung menurun. Nilai TSI Indonesia (0,9996) lebih tinggi dari Malaysia (0,8254), menunjukkan orientasi ekspor yang lebih kuat dan ketahanan tinggi terhadap impor.
3. Keunggulan Kompetitif CPO Indonesia dibandingkan Malaysia menunjukkan keduanya kompetitif ($ECI > 1$). Indonesia unggul di Italia, Spanyol, dan China, sementara Malaysia di India dan Belanda. Berdasarkan CMSA, keduanya belum memiliki keunggulan kompetitif berbasis produk (EKK negatif). Indonesia hanya menunjukkan pertumbuhan positif di pasar China, sedangkan Malaysia negatif di semua pasar. Posisi ekspor Indonesia berada pada kategori lost opportunity dan retreat, namun lebih dinamis dibanding Malaysia karena berfokus pada pasar berkembang.

Saran

1. Bagi pelaku industri prioritas utama adalah mendorong hilirisasi industri CPO guna meningkatkan nilai tambah produk dan mentransformasi keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif.
2. Bagi pemerintah dan instansi terkait perlu memperkuat dukungan terhadap program hilirisasi CPO serta upaya penguatan regulasi dan diplomasi internasional untuk meningkatkan pengakuan global terhadap sertifikasi ISPO.
3. Bagi akademisi atau peneliti selanjutnya untuk menggunakan data panel dengan cakupan negara tujuan yang lebih luas, serta pendekatan komparatif lintas komoditas untuk memperoleh

pemahaman yang lebih komprehensif tentang kontribusi dan dinamika industri kelapa sawit dalam perekonomian global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariga, N., & Novianti, T. (2022). Competitiveness of the Top Five Main Export Destinations of Indonesia's Crude Palm Oil (CPO) For 2011-2020. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 5(4), 30492–30500. <https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.720730492>
- Asrol, A., & Heriyanto, H. (2019). Daya Saing Ekspor Pala Indonesia Di Pasar Internasional. *Dinamika Pertanian*, 33(2), 179–188. [https://doi.org/10.25299/dp.2017.vol33\(2\).3831](https://doi.org/10.25299/dp.2017.vol33(2).3831)
- Awaliyah, N. N., Kuncoro, H., & Sebayang, K. D. A. (2025). Analysis of CPO Exports Using the Gravity Model Approach: Indonesian CPO Exports with Competitor Malaysia in the Main Markets of China and India. *Journal of Digital Business and Global Economy*, 1(3). <https://doi.org/10.64243/jodigbi.01.3.02>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2021-2025*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/10/16/04bf932a1a65d15545e6de15/produk-domestik-bruto-indonesia-triwulanan-2021-2025.html>
- Bangun, R. H. (2022). Spesialisasi Perdagangan Dan Daya Saing Buah-Buahan Sumatera Utara Di Pasar Internasional. *Jurnal Agriuma*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.31289/agri.v4i1.6712>
- BI. (2023). *Nilai Ekspor Non-Migas Menurut Komoditas (TABEL5_13)*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/SEKI/tabel/TABEL5_13.pdf
- BPDP. (2018). *Kampanye Negatif Berdampak pada Ekspor Sawit*. Badan Pengelola Dana Perkebunan. <https://www.bpdp.or.id/Kampanye-Negatif-Berdampak-pada-Ekspor-Sawit>
- BPS. (2024). Statistik Kelapa Sawit Indonesia. *BPS-Statistic Indonesia*, 17, 1–160. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/11/29/d5deb42ab730df1be4339c34/statistik-kelapa-sawit-indonesia-2023.html>
- Gaol, D. F. (2018). Faktor Penghambat Diplomasi Cpo Indonesia Di Pasar Eropa. *Indonesian Journal of International Relations*, 2(2), 38–50. <https://doi.org/10.32787/ijir.v2i2.47>
- Indonesia, V. (2022). *Perubahan Kebijakan Indonesia Beri Malaysia Keunggulan di Pasar Minyak Sawit India*. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/perubahan-kebijakan-indonesia-beri-malaysia-keunggulan-di-pasar-minyak-sawit-india/6566711.html>
- Indrastuti, S., & Tanjung, A. R. (2023). Ekonomi Manajerial Alat Pengambilan Keputusan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15). <https://repository.uir.ac.id/21600/1/Buku-Ekonomi-Manajerial.pdf>
- Kementerian Pertanian. (2024). *Statistik Ketenagakerjaan Sektor Pertanian Agustus 2024*. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Statistik_Tenaga_Kerja_Pertanian_SM_II_2024.pdf
- Kondalamahanty, A., & Darni, N. (2023). *Commodities 2023: Lower palm oil prices likely but markets wary of supply, recession risks*. S&P Global. <https://www.spglobal.com/commodity-insights/en/news-research/latest-news/agriculture/010323-lower-palm-oil-prices-likely-in-2023-but-markets-wary-of-supply-recession-risks>
- Prabowo, B. M. F., Hardyastuti, S., & Darwanto, D. H. (2023). The Performance of Indonesian Crude Palm Oil Export. *Journal of Agribusiness Management and Development*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.22146/jamadev.v2i2.971>
- Pradipta, A., & Firdaus, M. (2014). Posisi Daya Saing Dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(2), 1–52. <https://media.neliti.com/media/publications/10840-none-8fcb7657.pdf>
- Putri, N. H. (2023). *Analisis Daya Saing Lada Provinsi Lampung Di Pasar Internasional* [Universitas Lampung]. https://digilib.unila.ac.id/cgi/request_doc?docid=2160177
- Rahman, A. (2024). *Ekspor CPO RI “Berantakan” Gara-Gara Eropa, China & India*. CNBC

- Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240315114150-4-522242/ekspor-cpo-ri-berantakan-gara-gara-eropa-china-india>
- Tambunan, A. L., Katiandagho, T. M., & Laoh, O. E. (2024). Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Kelapa Mentah (Crude Coconut Oil) Sulawesi Utara Export Competitiveness Analysis of North Sulawesi Crude Coconut Oil. *Januari*, 5, 213–222. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jisep/article/view/54492/45753>
- U.S. Department of Agriculture, F. A. S. (2024). *Production, Supply and Distribution (PSD) Database – Palm Oil Exports: World*. (USDA), United States Department of Agriculture. <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>
- USDA Foreign Agricultural Service. (2022). The Ukraine Conflict and Other Factors Contributing to High Commodity Prices and Food Insecurity. In *International Agricultural Trade Report* (Issue April). <https://www.fas.usda.gov/data/ukraine-conflict-and-other-factors-contributing-high-commodity-prices-and-food-insecurity>
- WITS. (2023). *Trade Data: Exports – All Countries, Product 151110*. World Integrated Trade Solution. <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/ALL/year/2023/tradeflow/Exports/partner/WLD/product/151110>
- World Bank. (2024). Commodity markets Outlook, January. In *Worldbank* (Vol. 1, Issue January). www.worldbank.org/commodities