**DAYA SAING EKSPOR TUNA KALENG INDONESIA DI UNI EROPA TAHUN 2003-2013****Umar Wahono**✉

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

**Info Artikel***Sejarah Artikel:*

Diterima September 2015  
Disetujui Oktober 2015  
Dipublikasikan  
November 2015

*Keywords:*

*Competitiveness, canned tuna, Revealed Comparative Advantage, Constant Market Share*

**Abstrak**

Perbedaan tarif yang diberikan antara Indonesia yang lebih tinggi sebesar 20.5% dibandingkan dengan negara pesaing utamanya yang tergabung dalam Africa, Caribbean, Pacific (ACP Countries) dengan pelayanan tarif impor hingga 0% ke pasar Uni Eropa (UE). Keadaan ini mampu menyebabkan menghilangnya distorsi perbedaan harga sesungguhnya yang seharusnya menjadi keuntungan lebih atas keunggulan komparatif yang dimiliki. Hal ini mampu melemahkan daya saing komoditi ekspor akibat dampak kenaikan harga terhadap tarif. Penelitian ini bertujuan untuk gambaran daya saing komoditas tuna kaleng Indonesia terhadap negara pesaingnya dipasar UE pada periode 2003-2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang kemudian nilai RCA dikomparasikan tiap-tiap negara pengekspor utama tuna kaleng di pasar UE untuk melihat posisi daya saing relatifnya. Sedangkan untuk mendekomposisikan determinan pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia ke UE digunakan metode *Constant Market Share* (CMS). Hasil perhitungan nilai RCA tuna kaleng Indonesia periode 2003-2013 di pasar UE memiliki daya saing dengan rata-rata nilai RCA 4.27. Namun masih dibawah rata-rata nilai RCA negara ACP Countries. Perbedaan pelayanan tarif impor oleh UE untuk komoditas tuna kaleng Indonesia tidak berdampak terhadap penurunan daya saing.

**Abstract**

*The difference between the rates given Indonesia which is higher by 20.5% compared to its main competitor countries that joined the mastermind Africa, Caribbean, Pacific (ACP Countries) with service import tariffs to 0% to the European Union (EU). This situation is capable of causing the disappearance of the distortion of the true price difference should be more advantages over comparative advantage. It is capable of undermining the competitiveness of export commodities due to the impact of price increases on tariffs. This study aims to illustrate the competitiveness of commodities Indonesian canned tuna to the EU market of its competitors during the period 2003 to 2013. The method used in this experiment is a method of Revealed Comparative Advantage (RCA) RCA compared then the value of each country's main exporter of canned tuna on the EU market to see their relative competitive position. As for decomposing the determinants of growth in Indonesian canned tuna exports to the EU using method Constant Market Share (CMS). RCA value calculation results Indonesian canned tuna in the 2003-2013 period EU market competitive with the average value of RCA 4.27. But still below the average value of RCA countries ACP Countries. Differences services by EU import tariffs for commodities Indonesian canned tuna does not affect the decline in competitiveness.*

## PENDAHULUAN

Sebagai negara maritim dengan luas wilayah perairan yang mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup> dengan garis pantai 81.000 km menjadikan Indonesia memiliki potensi perikanan laut yang luar biasa baik kuantitas maupun diversitas. Namun potensi ini belum dapat dikembangkan secara optimal karena industri yang berbasis perikanan dan kelautan saat ini belum berorientasi pada sektor industri hilir dimana memiliki nilai tambah dan manfaat yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Padahal industri adalah salah satu bidang utama manufaktur dan tingkat perkembangannya menentukan kekuatan ekonomi negara, pekerjaan dan kesejahteraan sosial (Startiené & Remeikiené, 2014). Dan akumulasi pengetahuan modal memainkan peran penting dalam menjelaskan keunggulan komparatif negara-negara maju (Nishioka, 2013). Saat ini, sekitar 60% dari seluruh ikan hasil tangkapan di laut Indonesia dipasarkan dalam keadaan mentah (belum diolah), 22% diolah tradisional, dan 4% diolah modern (Dahuri, 2013).

Industri pengalengan tuna yang menghasilkan produk tuna kaleng atau yang dikenal *Canned Tuna* sebagai industri hilir subsektor perikanan jenis tuna mempunyai prospek pasar yang besar melihat kenaikan produksi dan minat pasar internasional terhadap produk ini. Uni Eropa (UE) sebagai pasar regional internasional yang memiliki minat terhadap produk tuna kaleng ini. Sebesar 27% atau 19.664 ton produk tuna kaleng diekspor ke pasar Uni Eropa tahun 2012 sebagai pasar penyerap tuna kaleng terbesar Indonesia.

Pasar Uni Eropa merupakan kawasan yang menerapkan kesepakatan Custom Union (CU) yang berbeda dengan Free Trade Area (FTA). Perbedaan terletak pada bagaimana memperlakukan negara anggota dengan negara bukan anggota, bahkan ada perbedaan memperlakukan negara bukan anggota satu dengan lainnya khususnya pada pelayanan tarif dan kondisi aktual yang terjadi pada komoditas tuna kaleng Indonesia di pasar Uni Eropa berada pada keadaan yang tidak menguntungkan. Penurunan tarif impor hingga 0% terjadi sesuai

regulasi R1528/07 berisikan Economic Partnership Agreement (EPA) untuk negara Afrika, Karibia dan Pasifik (ACP countries) sebagai pesaing utama eksportir tuna kaleng di pasar Uni Eropa, disisi lain peningkatan tarif hingga 2,05% pada negara lainnya termasuk Indonesia. Dihapuskan tarif impor negara pesaing dan meningkatnya tarif impor produk tuna kaleng Indonesia mampu menyebabkan hilangnya distorsi perbedaan harga sesungguhnya antar negara pesaing di pasar Uni Eropa. Hal ini mampu melemahkan daya saing komoditi ekspor akibat dampak kenaikan harga akibat tarif impor.

Dari latar belakang diatas member pertanyaan seperti apa kinerja ekspor tuna kaleng Indonesia ke Uni Eropa? Dengan kata lain, bagaimana kinerja ekspor tuna kaleng Indonesia ke Uni Eropa di ukur dengan membandingkan dengan negara pesaing? Jawaban diatas merupakan dorongan dari studi ini. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kinerja daya saing ekspor tuna kaleng Indonesia di Uni Eropa dibandingkan dengan negara-negara pesaing.

Dalam konsep makro dalam perdagangan internasional daya saing adalah ukuran dari keuntungan suatu negara atau kerugian dalam menjual produknya di pasar internasional (*Organisation for Economic Co-operation and Development; 2015*). Secara keseluruhan daya saing produk merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut, dalam artian jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebutlah yang banyak diminati konsumen (Tambunan, 2001).

Kelemahan mendasar dalam teori mutlak adalah anggapan bahwa setiap negara hanya mendapat keunggulan dalam perdagangan luar negeri jika hanya memiliki keunggulan mutlak. Hal ini berarti juga bahwa sebuah negara yang lebih efisien dalam memproduksi sebuah barang tidak perlu melakukan impor. Sebaliknya, sebuah negara yang tidak memiliki keunggulan mutlak tidak bisa mengekspor barang. Menurut David

Richardo, suatu negara akan tetap mendapatkan keunggulan dalam melakukan perdagangan tanpa memiliki keunggulan mutlak. Suatu negara akan tetap mendapatkan keuntungan dalam perdagangan jika berspesialisasi dan mengekspor barang yang memiliki keunggulan relatif. Walaupun efek dinamis perdagangan memang beroperasi di arah peningkatan keunggulan komparatif dari waktu ke waktu (Deardorff, 2013). Keunggulan relatif berarti bahwa suatu negara lebih efisien secara relatif dalam memproduksi barang.

Ekspor dapat diartikan sebagai total penjualan barang yang dapat dihasilkan oleh suatu negara, kemudian diperdagangkan kepada negara lain dengan tujuan mendapatkan devisa. Suatu negara dapat mengekspor barang-barang yang dihasilkan ke negara lain yang tidak dapat menghasilkan barang-barang dihasilkan negara pengekspor (Lipsey, 1995). Menurut Krugman dan Obstfeld (2003) ekspor terjadi karena negara-negara cenderung mengekspor barang-barang yang diproduksinya padat dalam faktor-faktor dimana negara tersebut dikaruniai kelimpahan dalam faktor-faktor tersebut.

Penawaran merupakan kebalikan dari sisi permintaan. Penawaran adalah jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen dimana produsen mampu untuk menyediakannya (Mankiw 2007). Penawaran suatu barang dipengaruhi oleh harga barang tersebut dengan mengacu pada hukum penawaran yang berbunyi, jika harga barang naik maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan naik dengan asumsi dan begitu pula sebaliknya *ceteris paribus*. Selain faktor harga jumlah barang yang ditawarkan juga dipengaruhi oleh harga barang lain, harga input, teknologi, ekspektasi dan faktor lainnya.

Dalam ilmu ekonomi permintaan akan suatu barang didefinisikan sebagai jumlah barang yang diinginkan konsumen dimana konsumen mampu membeli barang tersebut (Mankiw, 2007). Banyaknya jumlah barang yang diminta tergantung pada harga barang tersebut. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi. Jika harga sebuah barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan begitu pula

sebaliknya dengan asumsi *ceteris paribus* (faktor lain dianggap tetap).

Teori pertumbuhan endogen (theory of endogenous growth) yang dirintis oleh Romer (1986) dan (1989). Teori ini mampu menyajikan suatu ulasan analitis yang lebih menyeluruh dan meyakinkan mengenai hubungan antara perdagangan internasional dengan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang. Secara spesifik, teori baru pertumbuhan ekonomi endogen ini menyatakan bahwa penurunan hambatan hambatan perdagangan dalam berbagai bentuk, baik tarif maupun nontarif, akan mempercepat tingkat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di suatu negara dalam jangka panjang. Ada pun logikanya adalah sebagai berikut (Salvatore, 1997).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis daya saing tuna kaleng Indonesia di Uni Eropa tahun 2003-2013. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif, dimana daya saing ekspor tuna kaleng Indonesia secara individu akan dianalisis dan akan diukur dari tiap-tiap negara yang kemudian dikomparasikan daya saingnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berdasarkan periode *time series*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; Nilai ekspor tuna kaleng HS 160414 Indonesia ke Uni Eropa, Total ekspor Indonesia ke Uni Eropa, Nilai Ekspor tuna kaleng dunia HS 160414 ke U E, Total Ekspor dunia ke Uni Eropa, Nilai ekspor tuna kaleng HS 160414 Negara Pesaing ke Uni Eropa, Total ekspor Negara Pesaing ke Uni Eropa. Nilai Ekspor menggunakan estimasi dollar Amerika Serikat.

## Metode RCA

Daya saing dari suatu negara, sektor maupun daya saing komoditas dapat diukur dengan berbagai macam metode dan indikator. Daya saing wilayah, sektor maupun komoditas dapat diketahui dengan indikator yang terukur. Cara yang tepat untuk memperoleh indikator guna mengetahui daya saing suatu komoditas adalah dengan metode *Revealed Comparative Advantage*

(RCA). Metode RCA adalah salah satu metode untuk mengukur keunggulan komparatif suatu komoditas. Perhitungan RCA berdasar pada suatu konsep bahwa perdagangan antar wilayah menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah. Dengan metode RCA kita dapat mengukur kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara dengan menghitung pangsa suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa produk tersebut dalam perdagangan dunia.

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w} \quad (1)$$

Dimana:

RCA = Nilai RCA

X<sub>ij</sub> = Nilai ekspor komoditas i dari Negara j (Dollar AS).

X<sub>j</sub> = Nilai total ekspor dari Negara j (Dollar AS).

X<sub>ij</sub>/X<sub>j</sub> = Pangsa tuna kaleng Indonesia terhadap total ekspor ke Uni Eropa (%).

X<sub>iw</sub> = Nilai ekspor komoditas i di dunia (Dollar AS).

X<sub>w</sub> = Nilai total ekspor dunia (Dollar AS)

X<sub>iw</sub>/X<sub>w</sub> = Pangsa tuna kaleng dunia terhadap total ekspor dunia ke Uni Eropa (%).

Nilai indeks RCA suatu negara untuk suatu komoditas lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa daya saing komoditas dari negara tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sebaliknya jika nilai indeks RCA menunjukkan nilai di bawah satu maka komoditas dari negara tersebut menurun daya saingnya.

### Metode CMS

Metode Constant Market Share salah satu metode yang biasa digunakan dalam mengetahui

faktor apa saja yang berpengaruh terhadap daya saing, bagaimana pengaruh faktor tersebut. Metode CMS atau model pangsa pasar konstan sebagai model analisis daya saing yang digunakan untuk mengetahui keunggulan kompetitif atau daya saing ekspor di pasar dunia dari suatu negara produsen relatif terhadap negara pesaing. Dari hasil perhitungan CMS akan didapat tiga determinan pertumbuhan ekspor. Masing-masing dari determinan akan menghasilkan informasi yang berbedabeda. Determinan tersebut terbagi dalam efek distribusi pasar, efek komposisi komoditas, dan efek daya saing. Rumus dari ketiga efek tersebut dapat dijabarkan kedalam persamaan sebagai berikut.

$$X_{ijk2} - X_{ijk1} = \{mX_{ijk2}\} + \{(mi - m)X_{ijk2}\} + \{X_{ijk2} - X_{ijk1} - miX_{ijk1}\}.$$

X<sub>ijk2</sub>-X<sub>ijk1</sub> = Perubahan aktual atau margin dari nilai ekspor tahun aktual dikurangi tahun sebelumnya (dollar AS)

X<sub>ijk2</sub> = Nilai ekspor komoditas i negara j ke negara k tahun aktual (dollar AS).

X<sub>ijk1</sub> = Nilai ekspor komoditas I negara j ke negara k tahun sebelumnya (dollar AS).

m = Persentase perubahan ekspor umum di negara k (%)

mi = Persentase perubahan ekspor komoditas i ke Negara K (%).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

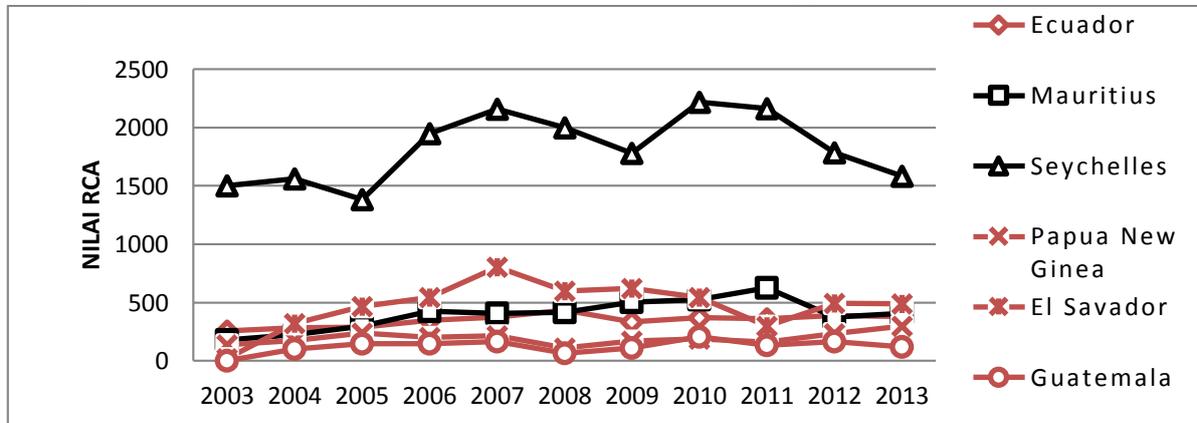
Negara Ekuador adalah negara pengekspor tuna kaleng terbesar dengan pangsa pasar 23.44% dari total impor Uni Eropa dari negara anggota Uni Eropa. Indonesia sendiri pada akhir tahun penelitian pada urutan ke 9 dengan pangsa pasar sebesar 3.72%.

**Tabel 1.** Perkembangan Pangsa Pasar Impor Tuna Keleng Berdasarkan Negara Asal Pengekspor Terbesar Ke Pasar Uni Eropa

No	Negara	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Ekuador	16.11	14.91	16.51	17.27	19.18	25.45	22.28	21.72	21.67	22.79	23.44
2	Thailand	15.07	12.09	14.38	17.19	14.05	12.71	15.43	14.92	17.12	9.94	12.16
3	Mauritius	6.56	7.89	6.61	9.18	9.74	9.56	9.55	12.22	10.98	12.13	11.06
4	Seychelles	12.21	12.66	12.43	12.61	9.90	8.73	8.92	9.02	9.20	9.49	10.25
5	Cote D'Ivoire	10.00	11.49	6.66	6.72	7.80	7.86	6.79	6.62	5.69	7.75	6.76
6	Phillipine	9.19	7.71	8.56	9.75	10.43	10.86	10.88	9.01	7.06	6.77	6.42
7	Papua New Guinea	2.87	3.20	4.01	2.96	3.59	1.91	3.48	4.11	4.25	6.12	5.75
8	Ghana	6.74	6.64	6.37	5.31	5.49	6.07	5.89	6.14	5.83	6.35	4.80
9	Indonesia	2.22	1.89	2.66	1.65	2.14	1.98	2.40	2.02	3.03	3.72	3.67
10	Vietnam	0.32	0.26	0.60	1.27	1.63	1.63	1.61	1.49	1.74	1.93	2.73

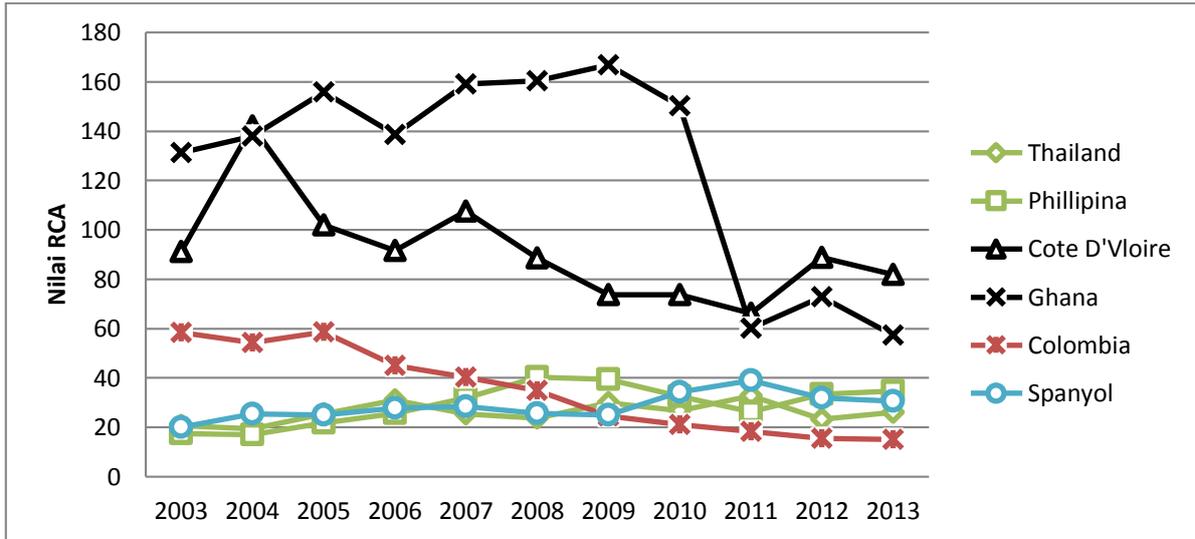
Sumber: Ec.europa.eu/eurostat

Guna melihat ada tidaknya daya saing nilai RCAnya. Dengan melihat daya saing maka masing-masing negara dalam industri tuna dapat terlihat bagaimana posisi daya saing tuna kalengnya maka diperlukan perbandingan hasil kaleng setiap negara di pasar Uni Eropa.



Sumber: Data diolah.

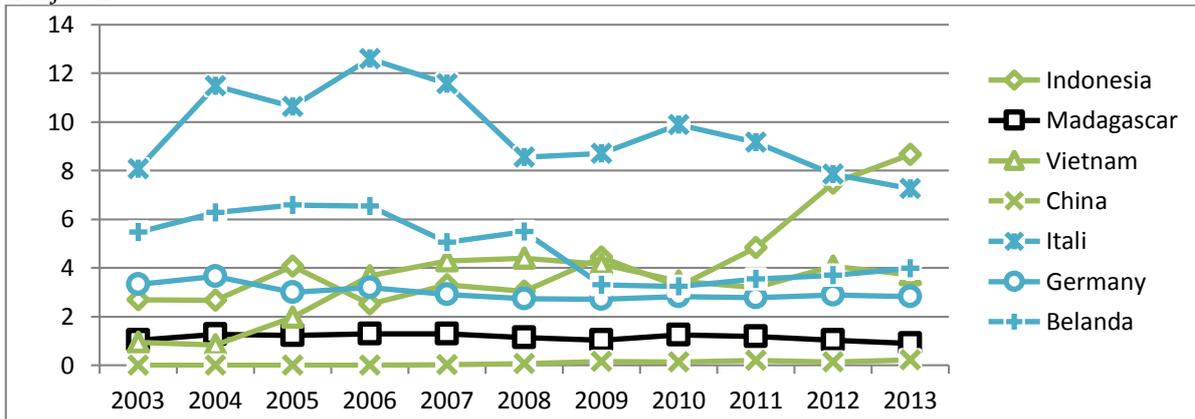
**Gambar 1.** Nilai RCA Negara-Negara Pengekspor Tuna Kaleng ke Pasar Uni Eropa 2003-2013. Lanjutan..



Sumber : Data diolah

**Gambar 2.** Nilai RCA Negara-Negara Pengekspor Tuna Kaleng ke Pasar Uni Eropa 2003-2013.

Lanjutan..



Sumber: Data Diolah.

**Gambar 3.** Nilai RCA Negara-Negara Pengekspor Tuna Kaleng Ke Pasar Uni Eropa 2003-2013.

Keterangan :

Pada gambar 1,2 dan 3.

- = Nilai RCA Negara di kawasan Afrika yng tergabung dengan ACP *countries*
- = Nilai RCA Negara di kawasan Caribia dan Pasifik yang tergabung dengan ACP *countries*.
- = Nilai RCA Negara intra Uni Eropa.
- = Nilai RCA Negara Diluar ACP Countrie dan Extra Uni Eropa.

Hasil komparasi pada gambar 1, 2 dan 3 hubungan bilateral dibawah ACP-Partnership memperlihatkan bahwa negara-negara yang Agreement. Tingginya tingkat keunggulan tergabung dalam ACP Countries dimana memiliki komparatif dan daya saing produk tuna kaleng

negara yang tergabung dalam ACP countries dibanding dengan negara berkembang lain, menunjukkan pola perdagangan dan hubungan multilateral yang menguntungkan antara kedua kawasan negara. Sedangkan untuk negara berkembang diluar ACP countries memiliki Nilai rata-rata RCA dibawah Nilai rata rata ACP Countries. Hal ini sesuai dengan teori pertumbuhan endogen yang menyatakan bahwa penurunan hambatan-hambatan perdagangan dalam berbagai bentuk, baik tarif maupun non tarif akan mempercepat tingkat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di suatu negara dalam jangka panjang.

Indonesia sendiri daya saing produknya dalam hal spesialisasi masih dibawah negara ACP countries dan beberapa negara berkembang diluar

ACP Countries yaitu Thailand dan Filipina. Namun tren positif beberapa tahun terakhir memberikan harapan produk tuna kaleng Indonesia mampu meningkatkan daya saingnya di pasar Uni Eropa. Selain itu untuk meningkatkan kepercayaan produk tuna kaleng Indonesia di pasar uni eropa perlu adanya peningkatan kualitas, sertifikasi internasional dan meningkatkan hubungan bilateral khususnya pada sektor ekonomi maritim.

#### Hasil Analisis CMS

Pertumbuhan nilai ekspor produk pertanian Indonesia ke pasar Uni Eropa. Selama periode 2003-2013 dengan menggunakan metode CMS diperlihatkan pada table 5.

**Tabel 2.** Hasil Perhitungan Determinan Ekspor Tuna Kaleng Indonesia Tahun 2003-2013.

Tahun	Efek komposisi komoditas	Efek Distribusi Pasar	Efek Daya Saing	CMS
2003	N/A	N/A	N/A	N/A
2004	-\$3,805,976.91	\$4,557,574.72	-\$2,599,512.17	-\$1,847,914.35
2005	\$571,852.83	\$1,382,051.73	\$6,756,064.13	\$8,709,968.69
2006	-\$1,301,525.63	\$3,176,184.86	-\$9,311,451.19	-\$7,436,791.97
2007	-\$181,165.75	\$2,793,594.37	\$4,605,368.02	\$7,217,796.64
2008	\$3,361,801.88	\$2,638,072.47	-\$1,755,280.28	\$4,244,594.07
2009	\$2,130,706.47	-\$5,649,902.94	\$11,903,064.99	\$8,383,868.52
2010	-\$6,769,014.75	\$3,768,539.38	-\$8,136,265.41	-\$11,136,740.78
2011	\$1,556,635.23	\$3,822,210.31	\$16,761,802.32	\$22,140,647.87
2012	\$6,670,177.59	-\$2,382,800.75	\$21,978,595.67	\$26,265,972.51
2013	\$11,663,728.90	\$1,758,783.75	\$7,023,016.84	\$20,445,529.48
<b>Rerata</b>	<b>\$1,389,721.99</b>	<b>\$1,586,430.79</b>	<b>\$4,722,540.29</b>	<b>\$7,698,693.07</b>

Sumber: data diolah

Pada hasil perhitungan CMS selama periode penelitian faktor terbesar yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia adalah efek daya saing, kedua efek distribusi dan yang terakhir efek komposisi komoditas. Efek daya saing memberikan sumbangan terbesar terhadap pertumbuhan ekspor selama periode penelitian dengan rata-rata pertumbuhan \$4,722,540.29. Kemudian faktor terbesar kedua efek distribusi pasar yang memiliki nilai rata-rata sebesar \$1,586,430.79. Kemudian efek penyumbang

terendah yaitu efek komposisi komoditas dengan rata-rata kontribusi selama periode penelitian sebesar \$1,389,721.99.

#### SIMPULAN

Hasil perhitungan RCA komoditas tuna kaleng Indonesia selama periode penelitian menunjukkan bahwa perbedaan pengenaan tarif antara komoditi tuna kaleng asal Indonesia yang mencapai 20.05% dengan pesaing utamanya yang

mendapatkan pelayanan tarif hingga 0% tidak berdampak terhadap penurunan daya saing komoditas tuna kaleng Indonesia dipasar Uni Eropa. Posisi daya saing produk tuna kaleng Indonesia yang dikomparasikan dengan pesaing utamanya memiliki nilai rata-rata dibawah negara-negara ACP countries.

Dan dari hasil analisis CMS, efek komposisi komoditas menjadi pengaruh ketiga terbesar untuk pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia. Pengaruh positif yang diberikan efek komposisi komoditas menunjukkan bahwa Indonesia mengkonsentrasikan ekspornya pada komoditas yang sedang mengalami peningkatan permintaan. Efek distribusi pasar merupakan faktor penentu terbesar kedua untuk pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia ke pasar Uni Eropa. Nilai positif yang diberikan oleh efek distribusi pasar menunjukkan bahwa besar kecilnya pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia ke Uni Eropa bergantung pada pertumbuhan impor total Uni Eropa. Efek daya saing merupakan faktor dominan terhadap pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia ke Uni Eropa. Nilai positif yang diberikan oleh efek daya saing ini mengindikasikan bahwa Indonesia tidak hanya sekedar mempertahankan pangsa pasarnya saja di Uni Eropa, namun juga memperluas pangsa pasarnya di Uni Eropa.

Dukungan kebijakan moneter oleh BI yang mengatur suku bunga kredit yang ringan untuk Infant Industri khususnya pengalangan tuna Indonesia yang berorientasi ekspor. Serta untuk mendorong nilai tambah tuna diperlukan kebijakan fiskal berupa penerapan bea keluar berjenjang, subsidi ekspor, subsidi kepada nelayan, perbaikan infrastruktur serta riset.

## DAFTAR PUSTAKA

Dahuri Rokhim. 2013. "Strategi membangun semangat technopreneurship untuk menciptakan produk dan jasa perikanan yang berdaya saing di era globalisasi: Orasi Ilmiah. Yogyakarta:Jurusan Perikanan UGM.

Deardorff, A.V., 2013. Growth or decline of comparative advantage. *Journal of Macroeconomics*, 38(A), pp.12-18.

European Commission. 2014. International Trade. Diunduh di <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade/data/database>. (3-Maret 2015).

Faisal Basri. 2010. "Dasar-dasar ekonomi internasional". Cetakan Ke-1. Jakarta: Kencana.

KKP, 2014. Statistik ekspor hasil perikanan tahun 2012. Jakarta : DJP2HP.

Krugman, R. Paul. 2005. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan*. Jilid 2 Edisi Kelima. (diterjemahkan oleh Faisal H. Basri). Jakarta: Gramedia.

Lindert, Peter H. 1994. *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga

Lipsey, RG; Courant, PN; Purvis DD; dan Steiner PO. (1995). Pengantar Mikroekonomi. Edisi Kesepuluh, Diterjemahkan oleh A. Jaka Wasana & Kirbrandoko, Jakarta: Binarupa Aksara.

Mankiw, N. Gregory, 2007. *Makroekonomi*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

Nishioka, S., 2013. R&D, trade in intermediate inputs, and the comparative advantage of advanced countries. *Journal of the Japanese and International Economies*, 30, pp.96-110.

Prajogo, P.U dan Mardianto Sudi. 2004. Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara Asean Dalam Era Perdagangan Bebas AFTA. *Jurnal Agro Ekonomi XXII*, Volume 22 No.1, Mei 2004:46-73 Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Pertanian.

Salvatore, Dominick. 1997. *Ekonomi Internasional*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

Startienė, G. & Remeikienė, R., 2014. Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, pp.428-38.

Tambunan, Tulus T.H. 2001. *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.