

Analisis Daya Saing Kompetitif Ekspor Pisang Indonesia di Pasar Internasional

Agung Adi Nugraha^{1,*}, Darsono¹, Sri Marwanti¹

¹ Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, agung.adnugraha@gmail.com

Abstrak: Pisang adalah salah satu komoditas unggulan hortikultura yang memiliki jumlah produksi terbesar nasional. Peningkatan daya saing merupakan upaya dalam meningkatkan ekspor pisang Indonesia di pasar Internasional. Daya saing memerankan kunci penting dalam ekspor pisang Indonesia dimana akan menggambarkan kemampuan bersaing dalam memenuhi market demand-nya. Daya saing juga menjadi faktor penting untuk melihat seberapa besar kompetitifnya ekspor Indonesia di negara tujuan utama. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis posisi daya saing kompetitif ekspor pisang Indonesia ke lima negara tujuan utama yaitu China, Malaysia, Jepang, Uni Emirat Arab dan Singapura. Export Product Dynamics (EPD) digunakan dalam metode penelitian ini. Hasil analisis EPD menyatakan bahwa negara China menempati posisi rising star, sedangkan negara Malaysia, Jepang dan Singapura menempati posisi falling star. Posisi lost opportunity ditunjukkan pada negara Uni Emirat Arab dan tidak ada negara yang berada diposisi retreat. Sebagai upaya dalam mempertahankan posisi Indonesia sebagai negara ekspor-tir yang kuat ke negara China maka pemerintah perlu memberikan kebijakan yang tepat terhadap ekspor pisang Indonesia ke China agar terus meningkat dan dapat mempertahankan posisi daya saing kompetitifnya di posisi rising star.

DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v2i3.280>

*Correspondensi: Agung Adi Nugraha

Email: agung.adnugraha@gmail.com

Published: Mei, 2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Keywords: Ekspor; Export Product Dynamic; Pisang

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan kelompok komoditas pertanian yang cukup tersedia dari segi kuantitas, sehingga jika didukung oleh kualitas yang baik, maka dapat dikonsumsi langsung ataupun dalam bentuk olahan dengan aman. Komoditas ini juga diketahui memiliki harga yang affordable, sehingga cenderung mudah diakses oleh masyarakat. Komoditas hortikultura termasuk salah satu komoditas yang apabila diproduksi secara komersial dan efisien maka dapat memiliki value yang tinggi pada market yang tepat. Hortikultura juga mendapatkan banyak perhatian tidak hanya pada pasar domestik tapi juga di pasar global, serta menjadi sumber devisa yang cukup penting bagi negara-negara berkembang (Santosa et al., 2018). Salah satu komoditas unggulan hortikultura Indonesia adalah pisang.

Pisang diketahui merupakan komoditas buah Indonesia dengan produksi yang cukup besar karena iklim dan kesesuaian lahan yang cocok untuk budidaya tanaman pisang (Hidayati & Suhartini, 2018). Produksi pisang nasional pada tahun 2021 sebesar 8,74 juta ton yang menempatkan pisang sebagai urutan pertama komoditas buah dengan produksi terbesar nasional (BPS, 2022). Pertumbuhan produksi pisang di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selama 3 tahun terakhir produksi pisang Indonesia terus mengalami peningkatan dengan besarnya produksi masing-masing sebesar 7,28 juta ton, 8,18 juta ton dan 8,74 juta ton. Pada sisi lain ekspor pisang Indonesia cukup tinggi yang menempatkan pisang sebagai komoditas ekspor buah di urutan kedua setelah manggis (BPS, 2018). Pertumbuhan ekspor pisang Indonesia cenderung

mengalami fluktuasi, dimana ekspor pisang dalam 3 tahun terakhir berturut-turut sebesar 22,74 ribu ton, 12,34 ribu ton dan 13,65 ribu ton.

Apabila melihat lebih jauh pada sisi perdagangan internasional, maka dapat diketahui bahwa daya saing memerankan peran penting dalam ekspor yang berupa kemampuan bersaing untuk menciptakan produk yang berkualitas dan dapat memenuhi market demand. Salah satu teori daya saing atau yang dikenal sebagai teori keunggulan absolut diperkenalkan pertama kali pada tahun 1776 oleh Adam Smith. Teori tersebut menyatakan bahwa kegiatan ekspor suatu negara dapat dilakukan jika negara tersebut dapat memproduksi produk dengan biaya lebih terjangkau dibandingkan negara lain sehingga negara tersebut memiliki keunggulan absolut terhadap produk tersebut (Marbun, 2015). Namun adanya beberapa kelemahan keunggulan absolut membuat David Ricardo mengembangkan teori keunggulan komparatif pada tahun 1817. Keunggulan komparatif menjelaskan bahwa suatu negara sebaiknya menghasilkan produk yang lebih efisien sehingga kelebihan produksi dapat diperdagangkan (Ricardo, 1817). Persaingan pada perdagangan internasional pada setiap negara dapat menciptakan keunggulan kompetitif suatu produk dengan menspesialisasikan produk tersebut. Kemampuan negara untuk berkompetisi menghasilkan produk di persaingan pasar global menunjukkan keunggulan dari suatu negara (Porter, 1990), dimana daya saing dapat memberikan nilai tambah terhadap suatu produk dibandingkan dengan pesaingnya (Lubis, 2013). Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya saing disini juga menjadi faktor penting untuk melihat seberapa tinggi kompetitif komoditas pisang Indonesia pada negara tujuan utama ekspornya.

Pada penelitian terdahulu dalam melihat daya saing ekspor pisang di negara tujuan diketahui tercatat pada beberapa jurnal sebagai landasan pada penelitian ini. Menurut Santosa et al., (2018) menggunakan analisis Export Product Dynamic (EPD) dengan komoditas pisang menunjukan posisi rising stars terdapat sekitar 54,3% atau 69 negara, sedangkan sisanya adalah posisi lost opportunity yang terdapat pada 58 negara. Penelitian Aurelia et al., (2022) menggunakan Export Product Dynamic (EPD) mendapatkan posisi daya saing pisang Indonesia terbaik adalah pada kuadran rising star untuk negara tujuan Malaysia, sedangkan Arab Saudi, Jepang dan Singapura menempati kuadran falling star. Pada komoditas pertanian yang lain yaitu minyak kelapa sawit, dimana menurut Oktaviana et al., (2022) menggunakan analisis Export Product Dynamic (EPD) dalam mengukur daya saing kompetitif minyak kelapa sawit di negara tujuan alternatif ekspornya pada periode tahun 2001 – 2020 dengan hasil menunjukkan bahwa kuadran retreat untuk negara tujuan Belanda, falling star untuk negara Amerika Serikat dan hasil terbaik yaitu posisi rising star ditunjukan pada perdagangan ekspor minyak kelapa sawit ke negara Mesir.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis posisi daya saing kompetitif ekspor pisang Indonesia menggunakan analisis Export Product Dynamic (EPD) di lima negara tujuan utama yaitu China, Malaysia, Jepang, Uni Emirat Arab dan Singapura. Pada analisis EPD tersebut diketahui matrik posisi kuadran berupa rising star, falling star, lost opportunity, dan retreat yang dapat menunjukan seberapa kompetitifnya ekspor pisang Indonesia di negara tujuan utama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai daya saing kompetitif ekspor pisang Indonesia di lima negara tujuan utama yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi pemerintah, pembaca dan pihak terkait dalam penetapan kebijakan, pengambilan keputusan dan penyusunan penelitian yang sejenis.

METODE

Jenis dan Objek Penelitian

Jenis analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam analisis penelitian ini. Data penelitian merupakan data sekunder selama 11 tahun dari periode 2011 – 2021 dalam bentuk data tahunan (annual). Objek penelitian yang dianalisis berupa komoditas pisang dengan kode HS atau *Harmonized System* 4 digit yaitu 0803 (*Bananas, incl. plantains, fresh or dried*) dan 5 negara tujuan utama ekspor pisang Indonesia yaitu China, Malaysia, Jepang, Uni Emirat Arab dan Singapura.

Sumber Data

Data penelitian bersumber dari data publikasi resmi lembaga atau institusi internasional yaitu UN Comtrade dan *International Trade Center* (ITC) dalam bentuk data tahunan (annual).

Teknik Analisis Data

Metode analisis *Export Produk Dynamic* (EPD) digunakan pada penelitian ini untuk mengukur daya saing kompetitif ekspor pisang Indonesia di lima negara tujuan utama ekspor. Analisis EPD tersebut merupakan analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi dan menganalisis komoditas yang memiliki daya kompetitif serta pertumbuhan komoditas terhadap arus perdagangan Internasional dalam suatu negara (Pradipta & Firdaus, 2014). Menurut Nurhayati et al., (2019) bahwa EPD merupakan metode analisis yang digunakan untuk menentukan pergerakan dinamis suatu produk dengan melihat daya saing kompetitif produk melalui *market share* dan *dynamic product*. *Market share* disini merupakan pertumbuhan pangsa pasar total suatu negara di pasar tujuan ekspor, sedangkan *dynamic product* merupakan pertumbuhan permintaan produk suatu negara untuk pasar tujuan tertentu.

Matriks posisi kuadran pada analisis EPD dikelompokkan menjadi 4 posisi yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity*, dan *retreat* yang diukur berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor (kekuatan bisnis) sebagai sumbu X dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas (daya tarik pasar) sebagai sumbu Y (Esterhuizen, 2006).

Tabel 1. Matrik Posisi kuadran pada analisis EPD

Kekuatan Bisnis (Sumbu X)	Daya Tarik Pasar (Sumbu Y)	
	Dinamis	Stagnan
Kompetitif	<i>Rising Star</i>	<i>Falling Star</i>
Tidak Kompetitif	<i>Lost Opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber : Esterhuizen, 2006

$$\text{Sumbu x} = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

$$\text{Sumbu y} = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Dimana:

X_{ij} = nilai ekspor pisang Indonesia ke negara j

W_{ij} = nilai ekspor pisang dunia ke negara j

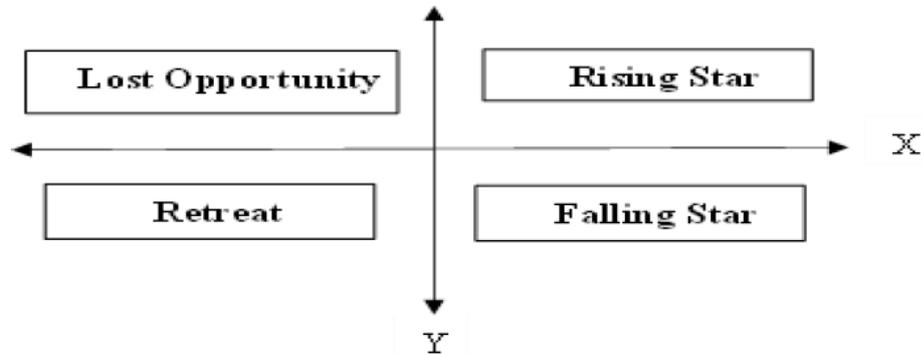
X_{tj} = nilai total ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara j

W_{tj} = nilai total ekspor seluruh komoditas dunia ke negara j

T = jumlah tahun.

j = negara tujuan ekspor (China, Malaysia, Jepang, Uni Emirat Arab dan Singapura)

Hasil analisis EPD dapat dilihat pada matrik posisi daya saing komoditas yang digambarkan sebagai kekuatan bisnis (Sumbu X) dan daya tarik pasar (Sumbu Y) dalam bentuk kuadran sebagai berikut :



Gambar 1. Kuadran posisi daya saing komoditas dengan analisis EPD
(Sumber : Esterhuizen, 2006)

Dimana :

Sumbu X adalah kekuatan bisnis (pertumbuhan pangsa pasar ekspor)

Sumbu Y adalah daya tarik pasar (pertumbuhan pangsa pasar komoditas)

Posisi *rising star* menunjukkan bahwa kedua sumbu X dan Y bernilai positif (lebih dari 0) yang mengidentifikasikan bahwa posisi tersebut yang paling baik dimana pada pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan komoditas keduanya tumbuh positif. Posisi *falling star* menunjukkan sumbu X memiliki nilai lebih dari 0 (positif) sedangkan sumbu Y bernilai kurang dari 0 (negatif). Posisi ini jauh lebih baik dari pada posisi *lost opportunity* karena pertumbuhan pangsa pasar komoditas tumbuh negatif meskipun pertumbuhan pangsa pasar ekspor tetap tumbuh positif. Posisi *lost opportunity* menunjukkan bahwa sumbu X memiliki nilai kurang dari 0 (negatif) sedangkan sumbu Y bernilai lebih dari 0 (positif). Posisi ini kurang menguntungkan karena pertumbuhan pangsa pasar ekspor tumbuh negatif meskipun pertumbuhan pangsa pasar komoditas tumbuh positif. Terakhir posisi *retreat* menunjukkan bahwa sumbu X dan Y bernilai memiliki nilai kurang dari 0 (negatif) yang menjadikan posisi ini tidak diinginkan karena kedua pertumbuhan pangsa pasar baik pangsa ekspor dan komoditas tumbuh negatif (Esterhuizen, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

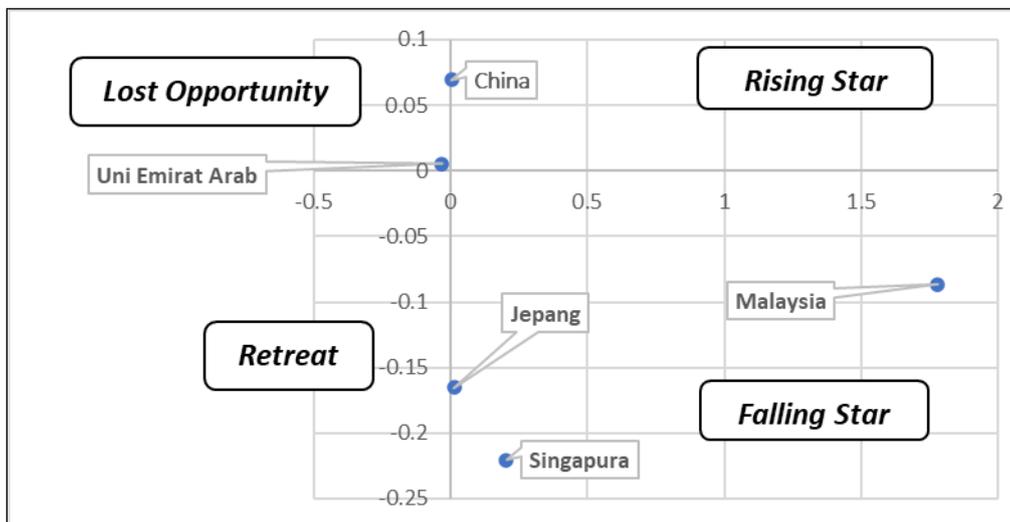
Metode *Export Product Dynamic* (EPD) mengukur pertumbuhan ekspor suatu produk dengan melihat pada empat posisi kuadran yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity*, dan *retreat* berdasarkan kekuatan bisnis (sumbu X) dan daya tarik pasar (sumbu Y). Analisis EPD dapat menjelaskan keunggulan kompetitif suatu produk dan tingkat kedinamisan pertumbuhan ekspor produk suatu negara. Pada penelitian ini hasil analisis EPD ekspor pisang Indonesia di lima negara tujuan utama ditunjukkan pada tabel 2. Hasilnya menunjukkan bahwa ke lima negara tersebut berada pada posisi berbeda-beda yaitu pada posisi *rising star*, *falling star* dan *lost opportunity*. Pada analisis ini tidak ada negara yang berada pada posisi *retreat*.

Tabel 2 Hasil Analisis EPD pada negara tujuan utama ekspor pada periode tahun 2011 – 2021

Negara	Pertumbuhan	Pertumbuhan Pangsa	Posisi Pasar
	Pangsa Pasar Ekspor (Sumbu X) (%)	Pasar Komoditas (Sumbu Y) (%)	
China	0.0028	0.0692	<i>rising star</i>
Malaysia	1.7802	-0.0865	<i>falling star</i>
Jepang	0.0118	-0.1646	<i>falling star</i>
Uni Emirat Arab	-0.0308	0.0054	<i>lost opportunity</i>
Singapura	0.2026	-0.2203	<i>falling star</i>

Sumber : Data yang diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa negara China berada pada posisi *rising star* yang ditunjukkan dengan nilai positif pada sumbu X sebesar 0,0028 dan sumbu Y sebesar 0,0692. Hal ini menunjukkan negara China merupakan pangsa pasar yang sangat potensial untuk dijadikan target utama tujuan ekspor pisang Indonesia dimana terjadi peningkatan pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang diikuti dengan peningkatan pertumbuhan pangsa pasar komoditas. Menurut Sukirno & Romdhon (2020) bahwa posisi *rising star* adalah posisi dimana pertumbuhan pangsa ekspor bersifat kompetitif dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas bersifat dinamis. Kondisi *rising star* juga merupakan kondisi ideal yang menandakan bahwa Indonesia merupakan negara eksportir pisang yang kompetitif dalam perdagangan internasional yang ditandai dengan pertumbuhan yang positif pada pangsa pasar komoditas dan pangsa pasar ekspor (Nayantakaningtyas et al., 2017).



Gambar 2. Kuadran posisi ekspor pisang Indonesia di lima negara tujuan utama

Posisi *falling star* pada hasil analisis EPD ini didapatkan pada ekspor pisang Indonesia untuk negara Malaysia, Jepang dan Singapura. Pada komoditas yang sama mencatatkan hasil EPD *falling star* untuk ekspor pisang ke negara Jepang dan Singapura yang senada dengan penelitian Aurelia et al., (2022). Hasil ini ditandai dengan nilai positif pada sumbu X dan nilai negatif pada sumbu Y, dimana Malaysia memiliki nilai sebesar 1,7802 pada sumbu X dan -0,0865 pada sumbu Y, Jepang memiliki nilai sebesar 0,0118 pada sumbu X dan -0,1646 sumbu Y dan terakhir Singapura memiliki nilai sebesar 0,2026 pada sumbu X dan -0,2203 pada sumbu Y. Posisi *falling star* ini jauh lebih baik daripada posisi *lost opportunity* karena pertumbuhan pangsa

pasar komoditas tumbuh negatif meskipun pertumbuhan pangsa pasar ekspor tetap tumbuh positif. Menurut Immanuel et al., (2019), keadaan *falling star* ini menunjukkan bahwa peningkatan pangsa pasar ekspor yang tidak diimbangi dengan peningkatan pangsa pasar komoditas atau terjadi penurunan pada pangsa pasar komoditas. Posisi ini diduga karena Indonesia kurang mampu dalam memenuhi *market demand* dari Malaysia, Jepang dan Singapura, sehingga pisang Indonesia dikhawatirkan akan kurang mampu bersaing baik dari segi mutu maupun kualitas dengan negara pengekspor lainnya (Aurelia et al., 2022).

Sedangkan posisi *lost opportunity* ditunjukkan pada hasil analisis EPD ekspor pisang Indonesia ke negara tujuan Uni Emirat Arab. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar -0.0308 pada sumbu X dan 0.0054 pada sumbu Y. Posisi ini menunjukkan bahwa Indonesia mengalami kehilangan pangsa pasar ekspor pada negara tujuan Uni Emirat Arab yang ditandai dengan pertumbuhan pangsa pasar ekspor tumbuh negatif. Pada posisi ini merupakan posisi yang tidak diharapkan bagi negara eksportir khususnya Indonesia karena Indonesia tidak lagi kompetitif dalam persaingan ekspor dipasar Internasional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis daya saing kompetitif ekspor pisang Indonesia di negara tujuan utama yaitu China, Malaysia, Jepang, Uni Emirat Arab dan Singapura tidak ada negara yang berada pada posisi retreat. Negara China menempati posisi rising star, sedangkan posisi falling star ditunjukkan oleh negara Malaysia, Jepang dan Singapura. Posisi yang tidak diharapkan oleh Indonesia yaitu posisi lost opportunity ditunjukkan oleh negara tujuan Uni Emirat Arab. Pemerintah perlu memberikan kebijakan yang tepat terhadap ekspor pisang Indonesia dalam mempertahankan posisi Indonesia sebagai salah satu negara eksportir kuat, terutama China sebagai negara tujuan utama ekspor yang potensial.. Peningkatan daya saing di pasar Internasional dengan berjalannya waktu akan menjadi kebutuhan yang tidak dapat lagi dihindari pada proses pertumbuhan ekspor pertanian pada khususnya, dan pertumbuhan pertanian pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aurelia, R., Kurniati, D., & Hutajulu, P. (2022). Daya Saing Ekspor Pisang Indonesia Di Negara Tujuan Ekspor Periode 2000-2019. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 335–349.
- BPS. (2018). Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Statistics of Annual Fruit and Vegetable Plants Indonesia. In BPS - Statistucs Indonesia.
- BPS. (2022). Badan Pusat Statistik. BPS - Statistucs Indonesia. <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>
- Esterhuizen, D. (2006). Measuring and Analysing Competitiveness In the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. *Isis*, 107(4), 823–824.
- Hidayati, T. N., & Suhartini, S. (2018). Analisis Daya Saing Ekspor Pisang (*Musa Paradiaca L.*) Indonesia di Pasar Asean dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(4), 267–278. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.04.210.21776/ub.jepa.2018.002.04.2>
- Immanuel, Suharno, & Rifin, A. (2019). The Progressive Export Tax And Indonesia ' S Palm Oil Product Export Competitiveness Hubungan Pajak Ekspor Progresif dengan Daya Saing Ekspor Produk Kelapa Sawit Indonesia The estate crop sector as a one of sources of Indonesia ' s foreign exchange has bi. *Ilmiah Litbang Perdagangan*, 13(2), 211–232.
- Lubis, A. (2013). Daya Saing, Kinerja Perdagangan, dan Dampak Liberalisasi Produk Kehutanan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 7(1), 37–54.

-
- Marbun, L. (2015). Pengaruh Produksi, Kurs dan Gross Domestic Product (GDP) Terhadap Ekspor Kayu Lapis. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 446–455.
- Nyantakaningtyas, J. S., Daryanto, A., & Saptono, I. T. (2017). Competitiveness of Indonesian Tea in International Market. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(1), 14–23. <https://doi.org/10.17358/ijbe.3.1.14>
- Nurhayati, E., Hartoyo, S., & Mulatsih, S. (2019). Analisis Pengembangan Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 19(2), 173–190. <https://doi.org/10.21002/jepi.v19i2.847>
- Oktaviana, P. R., Darsono, & Barokah, U. (2022). “Digitalisasi Pertanian Menuju Kebangkitan Ekonomi Kreatif.” E-ISSN, 6(1), 522. <https://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/semnas/article/view/2015/1370>
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. In *Harvard Business Review* (Vol. 17, Issue 1). <https://doi.org/10.1177/014920639101700113>
- Pradipta, A., & Firdaus, M. (2014). Posisi daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(2), 129–143. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/7890%0Ahttps://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/download/7890/7115/>
- Ricardo, D. (1817). *On The Principles of Political Economy and Taxation*. In *History of Economic Thought Books*. Batoche Books.
- Santosa, E. P., Firdaus, M., & Novianti, T. (2018). Daya saing Komoditas Hortikultura Negara Berkembang Dan Negara Maju Di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 5(2), 68–86. <https://doi.org/10.29244/jekp.5.2.68-86>
- Sukirno, S., & Romdhon, M. M. (2020). Analisis Daya Saing Komparatif Cpo Indonesia Di Negara Tujuan Utama. *Jurnal Imiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.48093/jimanggis.v1i1.38>