

## ANALISIS DAYA SAING EKSPOR NENAS SEGAR INDONESIA

Suprehatin\*

### ABSTRACT

### COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN PINEAPPLE'S EXPORT

Pineapple is one of the potential export commodities in Indonesia. The objective of this study is to analyze the competitiveness of pineapple export of Indonesia based on its market share and to examine factors affecting it. The time series and cross section data are estimated by panel data regression. The results show that the competitiveness of Indonesia is lower than others main producers and exporters with the trend of market share is decline. The results also show that export quantity, Gross Domestic Product (GDP) per capita and production quantity are important factors affecting the competitiveness of pineapple export of Indonesia. The results indicate that the export and production quantity are positive to market share, whereas GDP per capita is negative.

**Keywords:** pineapple, competitiveness, market share, panel data

### ABSTRAK

Nenas berpotensi menjadi komoditas andalan ekspor Indonesia. Peran Indonesia, baik sebagai produsen maupun eksportir nenas segar di pasar internasional masih kecil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing ekspor nenas segar Indonesia berdasarkan pangsa pasar dan menentukan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data sekunder terdiri dari data *time series* dan data *cross section* serta dianalisis dengan metode regresi data panel. Daya saing ekspor nenas segar Indonesia berdasarkan pangsa pasarnya relatif masih kecil dibandingkan produsen dan eksportir nenas segar lainnya. Tren pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia juga menunjukkan kecenderungan menurun. Berdasarkan estimasi dengan regresi data panel, faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor nenas segar Indonesia adalah volume ekspor nenas segar Indonesia, GDP per kapita negara pengimpor dan produksi nenas segar dalam negeri. Hasil analisis memperlihatkan bahwa volume ekspor dan produksi dalam negeri memiliki tanda koefisien positif, sedangkan GDP per kapita negatif. Hal ini berarti bahwa peningkatan volume ekspor nenas segar Indonesia dan produksi nenas dalam negeri akan meningkatkan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia, sedangkan peningkatan GDP per kapita negara pengimpor akan menurunkan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia.

**Kata kunci:** nenas, daya saing, pangsa pasar, data panel

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Hortikultura buah-buahan pada sektor pertanian merupakan salah satu komoditas yang prospektif dan sangat potensial untuk dijadikan sebagai komoditas andalan ekspor, salah satunya adalah nenas. Pada tahun 2000-2004, untuk komoditas hortikultura, nenas merupakan komoditas yang memiliki volume ekspor terbesar yaitu mencapai 54 persen dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun, proporsi volume terbesar tersebut berasal dari ekspor nenas olahan. Padahal, Indonesia merupakan negara produsen nenas segar pada urutan kesembilan dunia (FAO, 2006).

Dilain pihak, Indonesia merupakan negara eksportir nenas segar. Dari segi volume, Indonesia termasuk sepuluh besar negara pengekspor utama nenas dunia. Trend ekspor nenas Indonesia ke negara-negara tujuan, seperti Malaysia, Amerika Serikat, Jepang, Arab Saudi, Denmark, Kanada. Meskipun demikian, apabila dibandingkan dengan beberapa negara pengekspor lainnya, seperti Costa Rica, Philipina dan Belgia, volume ekspor nenas Indonesia masih relatif kecil dengan tingkat pertumbuhan yang kecil pula (UN Comtrade, 2006). Berdasarkan hal tersebut, analisis daya saing ekspor nenas segar Indonesia sangat penting dilakukan mengingat sejauh ini belum ada penelitian yang menganalisis daya saing ekspor nenas segar, terutama menggunakan data panel.

\* Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, Kampus IPB Darmaga, Bogor, Telp. 0251-421750, 421763

Data panel merupakan gabungan antara data *cross section* dan data *time series*. Menurut Pyndick dan Rubinfeld (1998), penggunaan data panel (1) dapat memisahkan dampak ekonomi yang tidak dapat dibedakan apabila hanya menggunakan data *cross section* maupun data *time series* saja, (2) dapat menambah poin data yang akan berpengaruh terhadap derajat bebas dan dapat memecahkan permasalahan penghilangan variabel dengan informasi yang diperoleh dari hubungan antara *cross section* dan *time series*. Menurut Hsiao (1986), keuntungan data panel adalah (1) dapat mengidentifikasi model ekonomi dan membedakan antara hipotesis ekonomi, (2) dapat mengurangi dan menghilangkan bias dugaan serta (3) dapat mengurangi masalah multikolinearitas.

### Perumusan Masalah

Dalam konteks perdagangan internasional, ekspor nenas segar Indonesia masih sangat kecil peranannya terhadap ekspor nenas segar dunia, yaitu 0,14 persen pada tahun 2004. Padahal dari sisi produksi, pada tahun yang sama Indonesia mampu menyumbang 4,5 persen terhadap produksi nenas dunia (FAO, 2006). Dilain pihak, meskipun produksi dan ekspor nenas segar Indonesia mengalami peningkatan, namun proporsi peningkatan diantara keduanya tidak sebanding. Pada periode tahun 2000-2004, rata-rata persentase ekspor nenas segar terhadap produksi nenas Indonesia sebesar 0,5 persen per tahun (BPS, 2006).

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa daya saing (dalam hal ini *pangsa pasar*) ekspor nenas segar Indonesia masih kalah dengan negara produsen nenas segar lainnya. Padahal, peluang besar permintaan pasar luar negeri dan dukungan potensi alam Indonesia untuk tanaman nenas seharusnya mengindikasikan adanya peningkatan ekspor nenas segar Indonesia ke pasar internasional. Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor nenas segar Indonesia ke negara-negara tujuan, baik faktor internal maupun faktor eksternal, dan pengaruhnya perlu diketahui dengan baik.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui daya saing ekspor nenas segar Indonesia berdasarkan pangsa pasar dan tren pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia dan (2) menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor nenas segar Indonesia ke negara-negara tujuan ekspor serta pengaruhnya terhadap ekspor nenas segar Indonesia.

### Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi *policy maker*, produsen dan eksportir dalam meningkatkan daya saing ekspor nenas segar Indonesia di pasar internasional.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder bersumber dari beberapa instansi seperti Badan Pusat Statistika, Departemen Pertanian RI, United Nations Commodity Trade Statistic (UN Comtrade), Food Agricultural Organization (FAO) dan sumber lain yang terkait dengan objek penelitian. Data sekunder yang diperlukan meliputi data pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia, volume ekspor nenas segar Indonesia, harga ekspor nenas segar, nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara tujuan ekspor, GDP riil per kapita negara tujuan ekspor, volume ekspor nenas olahan Indonesia dan produksi nenas Indonesia.

### Metode Pengumpulan Data

Data sekunder berupa data *time series* dari pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia ke beberapa negara tujuan ekspor dan peubah-peubah yang diduga berpengaruh terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia, sedangkan data *cross section* adalah data dari negara USA, Singapura, Jerman, Malaysia, Denmark, Kanada, Saudi Arabia dan Perancis dengan pertimbangan delapan negara tersebut merupakan importir nenas segar terbesar dari Indonesia dan memiliki ketersediaan data yang diperlukan.

### Metode Analisis dan Pengolahan Data

Data dan informasi yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif melalui metode deskriptif dan model kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk melihat daya saing ekspor nenas segar Indonesia dilihat dari pangsa pasar dan trend pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Selanjutnya dilakukan analisis daya saing ekspor nenas Indonesia dengan metode regresi data panel, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas segar Indonesia dan bagaimana pengaruhnya. Data diolah dengan bantuan komputer, yaitu menggunakan program Eviews 4.1 dan Microsoft Excel 2003.

Analisis Regresi Data Panel dilakukan dengan menggunakan gabungan antara data *cross section*

dan data *time series*. Metode dalam penyelesaian persamaan dengan menggunakan estimasi data panel meliputi *pooled ordinary least square* (OLS) dan *fixed effect*. Pada metode *pooled OLS*, data *cross section* dan *time series* digabungkan yang kemudian dilakukan estimasi model dengan menggunakan metode OLS. Metode *fixed effect* hampir sama dengan metode *pooled OLS*, namun pada metode ini ditambahkan variabel *dummy* pada data *cross section* dan *time series*.

Perumusan model regresi data panel dilakukan dengan memasukkan peubah-peubah yang diduga secara signifikan berpengaruh terhadap daya saing (pangsa pasar) ekspor nenas segar Indonesia ke pasar internasional seperti tercantum pada model persamaan regresi untuk data panel sebagai berikut.

$$M_{it} = \beta_1 Q_{it} + \beta_2 PX_{it} + \beta_3 NT_{it} + \beta_4 GDP_{it} + \beta_5 OLH_{it} + \beta_6 PROD_t + \mu_{it}$$

dimana :

- $M_{it}$  = pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia ke negara  $i$  pada tahun ke- $t$   
 $Q_{it}$  = volume ekspor nenas segar ke negara  $i$  pada tahun ke- $t$   
 $PX_{it}$  = harga ekspor nenas segar ke negara  $i$  pada tahun ke- $t$   
 $NT_{it}$  = nilai tukar rupiah terhadap nilai mata uang negara  $i$  pada tahun ke- $t$   
 $GDP_{it}$  = pendapatan per kapita negara tujuan ekspor nenas ke- $i$  pada tahun ke- $t$   
 $OLH_{it}$  = volume ekspor nenas olahan ke negara  $i$  pada tahun ke- $t$   
 $PROD_t$  = produksi nenas segar Indonesia pada tahun ke- $t$   
 $B_i$  = parameter yang menunjukkan respon volume terhadap perubahan variabel independen ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )  
 $\mu_{it}$  = galat

Nilai koefisien regresi yang diharapkan pada persamaan di atas adalah :  $\beta_1, \beta_2, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 > 0$  dan  $\beta_3 < 0$

Selanjutnya, dalam penelitian ini juga dilakukan pengujian terhadap faktor faktor-faktor yang mempengaruhi pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Pengujian ini dilakukan terhadap hipotesis dan untuk model penduga. Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan meliputi Uji-t, Uji-F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan untuk memilih model penduga yang lebih tepat diantara kedua metode dengan data panel, metode *pooled OLS* dan *fixed effect*, dilakukan dengan pengujian *F-test*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Daya Saing Ekspor Nenas Segar Indonesia berdasarkan Pangsa Pasar

Indonesia termasuk salah satu produsen nenas segar. Meskipun pada tahun 1996-2004, produksi nenas segar Indonesia cenderung meningkat seiring

dengan meningkatnya produksi nenas segar dunia, namun peran Indonesia tersebut masih kecil. Hal ini dapat dilihat dari persentase produksi nenas segar Indonesia terhadap total produksi dunia yaitu rata-rata sebesar 3,4 persen sejak tahun 1996-2004 (UN Comtrade, 2006).

Disisi lain, sebagai eksportir, perkembangan volume ekspor nenas segar Indonesia dari tahun 1996 hingga 2004 mengalami fluktuatif. Peranan Indonesia dalam pasar ekspor masih sangat kecil. Selama periode tahun 1996-2004, rata-rata persentase ekspor nenas segar Indonesia terhadap total ekspor dunia hanya mencapai 0,34 persen per tahun (UN Comtrade, 2006). Gambaran yang sama dapat dilihat pada persentase rata-rata ekspor terhadap produksi nenas segar Indonesia yang hanya mencapai 0,048 persen (BPS, 2006).

Meskipun demikian, kondisi tersebut tidak jauh berbeda apabila dibandingkan dengan negara-negara produsen utama nenas segar dunia lainnya, kecuali untuk Costa Rica, Philipina dan Mexcio. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum produksi nenas segar dari beberapa negara produsen utama dunia ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Pada umumnya, selain untuk konsumsi nenas segar, nenas juga dapat digunakan sebagai bahan baku industri makanan, bahan tekstil dan bahan pakan ternak.

Pangsa pasar nenas segar Indonesia merupakan rasio antara total volume ekspor nenas segar Indonesia ke dunia terhadap total volume ekspor nenas segar dunia yang dinyatakan dalam persentase. Dalam konteks perdagangan internasional, dengan berperan sebagai produsen sekaligus eksportir seharusnya menguntungkan Indonesia dalam penguasaan pangsa pasar. Namun, dikarenakan produksi dan ekspor Indonesia masih berperan relatif kecil terhadap produksi dan total ekspor dunia mengakibatkan pangsa pasar yang dimiliki oleh Indonesia juga cenderung kecil.

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia di pasar dunia relatif sangat kecil, yaitu hanya mencapai rata-rata 0,21 persen per tahun pada tahun 2000 hingga 2004. Selain itu, pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia juga cenderung mengalami penurunan dari 0,29 persen pada tahun 2000 menjadi 0,15 persen pada tahun 2004. Gambaran serupa juga tercatat pada negara-negara produsen utama nenas segar lainnya, terutama Thailand, Brazil, India, Mexico dan Kenya dimana juga mengalami kecenderungan penurunan pangsa pasar ekspor nenas segarnya. Sebaliknya untuk Costa Rica dan Philipina dimana keduanya merupakan dua eksportir utama dunia.

Tabel 1 Pangsa pasar Ekspor Nenas Segar Indonesia Dibandingkan Produsen dan Eksportir Utama Nenas Segar Dunia, Tahun 2000-2004

No	Negara	Pangsa pasar (%)				
		2000	2001	2002	2003	2004
<b>Produsen Utama Nenas Segar Dunia</b>						
1	Thailand	0.50	0.64	0.44	0.48	0.36
2	Philipina	13.00	14.03	11.80	12.66	12.97
3	China	0.13	0.12	0.17	0.50	0.37
4	Brazil	1.54	1.31	0.59	0.79	1.49
5	India	0.07	0.08	0.05	0.11	0.11
6	Costa Rica	30.93	35.15	31.47	36.33	44.06
7	Mexico	6.25	10.66	13.21	1.35	2.13
<b>8</b>	<b>Indonesia</b>	<b>0.29</b>	<b>0.18</b>	<b>0.26</b>	<b>0.15</b>	<b>0.15</b>
9	Kenya	0.03	0.03	0.01	0.03	0.03
<b>Eksportir Utama Nenas Segar Dunia</b>						
1	Costa Rica	30.93	35.15	31.47	36.33	44.06
2	Philipina	13.00	14.03	11.80	12.66	12.97
3	Belgia	6.18	7.94	6.95	8.56	12.32
4	USA	3.84	3.93	3.85	3.93	4.36
5	Belanda	2.02	2.37	2.04	3.12	4.35
6	Mexico	6.25	10.66	13.21	1.35	2.13
7	Brazil	1.54	1.31	0.59	0.79	1.49
8	Jerman	0.61	0.60	0.63	0.85	1.31
9	China	0.13	0.12	0.17	0.50	0.37
10	Thailand	0.50	0.64	0.44	0.48	0.36
<b>11</b>	<b>Indonesia</b>	<b>0.29</b>	<b>0.18</b>	<b>0.26</b>	<b>0.15</b>	<b>0.15</b>

Sumber : FAO dan UN Comtrade, 2006

Pada Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa negara-negara yang bukan produsen utama nenas segar dunia seperti Belgia, USA, Belanda dan Jerman mampu berperan menjadi eksportir utama nenas segar dunia. Pangsa pasar Belgia, USA, Belanda dan Jerman cenderung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Bahkan pangsa pasar yang dimiliki keempat eksportir tersebut relatif lebih besar apabila dibandingkan dengan beberapa negara produsen utama nenas segar dunia, termasuk Indonesia. Hal ini dapat mengindikasikan produksi nenas segar yang cukup tinggi tidak secara langsung mengindikasikan penguasaan pangsa pasar ekspor nenas segar di dunia yang tinggi pula.

Secara keseluruhan, pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia masih rendah dibandingkan negara eksportir lainnya (Tabel 1). Faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi kondisi tersebut tidak hanya dari faktor eksternal, melainkan juga berasal dari faktor internal, seperti kebutuhan domestik yang tinggi, kualitas nenas segar yang masih rendah, standar ekspor akan mutu yang semakin tinggi dari

konsumen dunia dan peraturan serta prosedur ekspor yang semakin ketat.

Secara umum dapat dikatakan bahwa tren pangsa pasar Indonesia dari tahun 2000 hingga 2004 terus mengalami penurunan. Gambaran yang sama juga terlihat dari pangsa pasar di negara-negara tujuan utama ekspor Indonesia seperti Malaysia, Denmark, USA, Canada dan Singapura. Penurunan, sekaligus penguasaan pangsa pasar ekspor nenas segar yang relatif kecil menyebabkan daya saing ekspor nenas segar Indonesia relatif kecil. Daya saing ekspor nenas segar Indonesia terbesar di negara Malaysia sebesar 72,3 persen pada tahun 2004 (Tabel 2).

Tabel 2. Perkembangan Pangsa Pasar Ekspor Nenas Segar Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor

Negara	2000	2001	2002	2003	2004
Malaysia	31.952	0.495	82.352	81.998	72.373
Denmark	2.307	1.370	2.841	0.738	0.240
USA	0.460	0.337	0.498	0.117	0.022
Singapura	0.133	0.091	0.162	0.063	0.064
Jerman	0.982	0.040	0.014	0.003	0.003
Saudi Arabia	0.119	0.025	0.769	0.331	*
Perancis	*	0.137	0.383	0.604	0.001
Canada	0.051	0.036	0.042	0.026	0.025

Sumber : UN Comtrade, 2006

Keterangan : \* data tidak diperoleh

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Ekspor Nenas Segar Indonesia

Daya saing ekspor nenas segar Indonesia diestimasi dengan menggunakan data panel yang terdiri atas data *cross section* dan data *time series*. Data *cross section* meliputi data delapan negara yang menjadi tujuan utama ekspor nenas segar Indonesia yaitu negara USA, Singapura, Jerman, Malaysia, Denmark, Kanada, Saudi Arabia dan Perancis. Negara-negara lain seperti Jepang, Australia, Korea, Hongkong, Uni Emirat Arab dan Belanda tidak dimasukkan menjadi salah satu komponen *cross section* karena negara tersebut tidak secara berturut-turut melakukan impor nenas segar dari Indonesia dan tidak adanya kelengkapan data dari setiap negara sehingga perkembangan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia di negara-negara tersebut tidak dapat dianalisis. Dilain pihak, data waktu sembilan tahun yaitu antara tahun 1996 hingga 2004 digunakan sebagai komponen *time series* karena berkaitan dengan kelengkapan data.

### a. Pemilihan Model Terbaik

Berdasarkan hasil dugaan dengan menggunakan metode *pooled OLS*, diperoleh bahwa variabel-variabel yang berpengaruh nyata terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia pada selang kepercayaan 99 persen adalah volume ekspor nenas segar Indonesia (Q), GDP per kapita negara pengimpor (GDP) dan produksi nenas segar dalam negeri (PROD), sedangkan variabel nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara pengimpor (NT) berpengaruh nyata pada selang kepercayaan 95 persen. Variabel yang tidak berpengaruh terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia adalah harga ekspor nenas Indonesia (PX) dan volume ekspor nenas olahan Indonesia (OLH).

Berbeda dengan metode *pooled OLS*, pada metode *fixed effect* yaitu dengan memasukkan variabel *dummy* negara pengimpor pada model, variabel nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara pengimpor tidak signifikan (berpengaruh nyata) terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia. Hal ini disebabkan karena terjadinya perubahan pada nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara pengimpor tidak berpengaruh terhadap penawaran ekspor nenas segar Indonesia ke negara pengimpor lainnya. Dilain pihak, meskipun variabel GDP per kapita tetap berpengaruh pada daya saing ekspor nenas segar Indonesia, namun pengaruhnya pada selang kepercayaan 90 persen. Hal tersebut berbeda dengan metode *pooled OLS* dimana variabel GDP per kapita negara pengimpor (GDP) berpengaruh nyata pada selang kepercayaan 95 persen.

Dengan menggunakan kedua metode yaitu *pooled OLS* dan *fixed effect*, variabel-variabel yang memberikan hasil yang sama dan berpengaruh nyata terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia yaitu volume ekspor nenas segar Indonesia (Q) dan produksi nenas segar dalam negeri (PROD). Kedua variabel tersebut juga memiliki tanda yang sama dengan menggunakan kedua metode tersebut. Hal tersebut menunjukkan konsistensi dari model yang dibentuk.

Secara umum, pemilihan metode yang terbaik dengan menggunakan data panel diantara kedua metode yaitu *pooled OLS* dan *fixed effect* dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-squared* yang tertinggi dari kedua metode tersebut. Berdasarkan perhitungan, metode yang memberikan nilai *R-squared* tertinggi yaitu metode *fixed effect* dengan nilai *R-squared* sebesar 0.771392. Pemilihan metode terbaik ini juga didukung dengan melakukan pengujian *F-test*, yaitu dengan membandingkan antara metode *pooled OLS* dan *fixed effect* yang bertujuan

untuk melihat apakah penambahan variabel *dummy* pada model memiliki dampak yang signifikan terhadap model penduga tersebut. Hipotesis nol ( $H_0$ ) pada *F-test* ini adalah menerima bahwa metode *pooled OLS* lebih tepat dibandingkan dengan metode *fixed effect*. Berdasarkan perhitungan diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis nol ditolak. Hal ini berarti metode *fixed effect* lebih tepat (lebih baik) daripada metode *pooled OLS*.

### b. Interpretasi Model Terbaik

Hasil dugaan model daya saing ekspor nenas segar Indonesia dengan menggunakan metode *fixed effect* menunjukkan bahwa tanda variabel bebas yang dianalisis sebagian besar sama hipotesis awal dalam penelitian ini, kecuali variabel GDP per kapita (GDP). Hal ini diduga disebabkan oleh kondisi tertentu yang akan dijelaskan kemudian. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa variabel-variabel yang berpengaruh nyata terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia adalah volume ekspor nenas segar Indonesia (Q), GDP per kapita negara pengimpor (GDP) dan produksi nenas segar dalam negeri (PROD). Dilain pihak, variabel nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara pengimpor (NT), harga ekspor nenas Indonesia (PX) dan volume ekspor nenas olahan Indonesia (OLH) tidak berpengaruh terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia.

Berdasarkan hasil pendugaan model daya saing ekspor nenas segar Indonesia diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 70,8 persen. Hal ini berarti bahwa 70,8 persen variasi pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia di beberapa negara tujuan ekspor nenas segar dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model. Persamaan regresi *fixed effect* menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12.19942, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  pada taraf nyata 1 persen, sehingga secara bersama-sama variabel-variabel bebas dalam model berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia pada selang kepercayaan 99 persen (Tabel 3).

### Volume Ekspor Nenas Segar Indonesia

Variabel volume ekspor nenas segar berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia pada taraf nyata 1 persen. Variabel ini memiliki tanda positif yaitu pangsa pasar nenas segar Indonesia akan meningkat seiring peningkatan volume ekspor nenas segar Indonesia. Meskipun demikian, pada tahun 2004, persentase ekspor terhadap produksi nenas segar Indonesia relatif kecil, sebesar 2.431,2 ton (0,3 persen dari total produksi nenas segar Indonesia sebesar 709.918 ton). Secara

Tabel 3 Hasil Pendugaan Persamaan Daya Saing Ekspor Nenas Segar dengan Menggunakan Metode *Fixed Effect*

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Volume Ekspor Nenas Segar (Q)	7.02E-06	1.05E-06	6.673574	0.0000
Harga Ekspor Nenas Segar (PX)	-0.319017	1.429196	-0.223214	0.8243
Nilai Tukar (NT)	-0.000264	0.000724	-0.364547	0.7171
GDP per Kapita (GDP)	-0.001039	0.000567	-1.831333	0.0734
Volume Ekspor Nenas Olahan (OLH)	2.05E-08	2.27E-07	0.090217	0.9285
Produksi Nenas Segar (PROD)	3.80E-08	1.27E-08	3.000282	0.0043
R-squared	0.771392			
Adjusted R-squared	0.708160			
F-statistic	12.19942			

keseluruhan, hal ini diduga karena pasar hortikultura di Indonesia setelah pasca krisis mulai membaik, sehingga berdampak terkoreksinya volume ekspor, termasuk ekspor nenas segar.

#### **Harga Ekspor Nenas Segar**

Variabel harga ekspor nenas segar Indonesia tidak berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Hal ini diduga bahwa di pasar nenas segar internasional, para calon importir dapat memperoleh informasi mengenai harga dan kualitas nenas segar dari negara eksportir sehingga akan mudah memutuskan untuk tidak membeli nenas segar dari suatu negara apabila terjadi kenaikan harga nenas segar. Di lain pihak, produsen seperti Indonesia dengan kualitas nenas segar yang masih kalah dari produsen utama lainnya cenderung hanya menjadi *price taker*. Hal ini berarti, baik peningkatan maupun penurunan harga nenas segar Indonesia tidak berpengaruh terhadap jumlah nenas segar yang ditawarkan. Dengan demikian, pada akhirnya perubahan harga tersebut tidak dapat mempengaruhi besarnya pangsa pasar nenas segar di suatu negara pengimpor.

#### **Nilai Tukar**

Variabel nilai tukar rupiah terhadap nilai mata uang negara pengimpor tidak berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Hal ini diduga adanya variabel *dummy* pembeda antar negara pada metode *fixed effect* ini. Secara teoritis, depresiasi nilai tukar rupiah menyebabkan harga komoditas ekspor Indonesia di pasar internasional menjadi semakin murah, sehingga penawaran komo-

ditas tersebut meningkat. Peningkatan penawaran suatu komoditas pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan pangsa pasar komoditas tersebut. Namun, untuk ekspor nenas segar Indonesia, depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika tidak selalu meningkatkan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Hal ini diduga karena pada kondisi aktual ketika terjadi depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika, beberapa negara produsen dan eksportir nenas segar seperti Nigeria, Philipina, Belgia dan Belanda juga mengalami depresiasi nilai tukar terhadap dollar Amerika meskipun tidak terlalu drastis seperti yang terjadi di Indonesia.

#### **Pendapatan Per Kapita Negara Pengimpor**

Variabel GDP per kapita negara pengimpor nenas segar Indonesia berpengaruh nyata terhadap daya saing ekspor nenas segar Indonesia pada taraf nyata 10 persen. Variabel ini memiliki tanda negatif yang menunjukkan bahwa peningkatan GDP per kapita negara pengimpor akan menyebabkan penurunan pangsa pasar nenas segar Indonesia. Peningkatan GDP per kapita di negara pengimpor, yang mengindikasikan perkembangan perekonomian negara pengimpor yang semakin membaik, tidak menyebabkan permintaan terhadap nenas segar meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa nenas segar merupakan barang inferior bagi negara pengimpor (apabila dibuat pembeda antar negara). Faktor-faktor seperti selera dan meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk substitusi dari nenas segar di tiap negara pengimpor nenas segar Indonesia diduga mempengaruhi kondisi tersebut.

#### **Volume Ekspor Nenas Olahan**

Variabel volume ekspor nenas olahan tidak berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Hubungan yang tidak nyata ini menunjukkan bahwa peningkatan volume ekspor nenas olahan tidak mempengaruhi pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia.

#### **Produksi**

Variabel produksi nenas segar berpengaruh nyata terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia. Variabel ini memiliki tanda positif yang berarti bahwa pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia akan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah produksi dalam negeri. Meskipun demikian, peningkatan produksi nenas segar Indonesia masih kurang responsif terhadap pangsa pasar ekspor disebabkan sebagian besar nenas segar Indonesia di konsumsi dalam negeri. Selama periode tahun 2000-2004, pertumbuhan produksi nenas segar Indonesia rata-

rata mencapai 17,8 persen per tahun, sedangkan pertumbuhan proporsi nenas segar untuk ekspor hanya mencapai 0,5 persen. Proporsi untuk ekspor yang masih kecil sehingga pangsa pasar nenas segar Indonesia juga rendah tersebut diduga karena kualitas nenas segar Indonesia yang masih kalah dengan eksportir lainnya. Hal ini dikarenakan komoditas hortikultura, termasuk nenas, pada umumnya belum dibudidayakan secara intensif di Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan pangsa pasar ekspor nenas segar yang dimiliki Indonesia daya saing ekspor nenas segar Indonesia relatif masih kecil dibandingkan produsen dan ekeportir nenas segar lainnya. Tren pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia juga menunjukkan kecenderungan menurun.
2. Berdasarkan estimasi dengan metode *fixed effect* faktor-faktor yang berpengaruh secara statistik terhadap pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia adalah volume ekspor nenas segar Indonesia dengan tanda koefisien positif, GDP per kapita negara pengimpor dengan tanda koefisien negatif dan produksi nenas segar dalam negeri dengan tanda koefisien positif. Ini berarti bahwa peningkatan volume ekspor nenas segar Indonesia dan produksi nenas dalam negeri akan meningkatkan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia, sedangkan peningkatan GDP per kapita negara pengimpor akan menurunkan pangsa pasar ekspor nenas segar Indonesia.

### Saran

Dalam rangka peningkatan daya saing (pangsa pasar), kegiatan produksi nenas perlu ditingkatkan untuk orientasi ekspor dengan memperhatikan hal-hal seperti kualitas, inovasi, keamanan pangan, penerapan dan pengembangan teknologi budidaya dan pasca panen. Hal ini harus didukung oleh berbagai pihak seperti instansi pemerintah, lembaga penelitian, perguruan tinggi, dan pihak swasta dengan memadukan kemampuan masing-masing sesuai kapasitasnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika. 2006. *Statistik Ekspor Indonesia*. BPS. Jakarta.
- Departemen Pertanian. 2005. *Statistik Pertanian Indonesia 2004*. Deptan Jakarta.
- [FAO] Food and Agriculture Organization of The United Nation. 2006. <http://faostat.fao.org/faostat/>
- Hsiao, C. 1986. *Analysis of Panel Data*. <http://assets.cambridge.org>
- Pindyck, R. S dan D. L. Rubienfield. 1998. *Econometrics Model and Economic Forecast*. Fourth Edition. Mc Graw Hill. Singapura.
- [UN Comtrade] United Nations Commodity Trade Statistic Database. 2006. <http://unstats.un.org/unsd/comtrade/>