

Tangible Value Biodiversitas Herbal dan Meningkatkan Daya Saing Produk Herbal Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

Tangible Value of Herbal Biodiversity and Competitiveness Analysis of Indonesian Herbal Products in Dealing ASEAN Economic Community 2015

Eka Intan Kumala Putri^{1*}, Amzul Rifin², Novindra¹, Heny Kuswanti Daryanto², Hastuti¹, Asti Istiqomah¹

ABSTRAK

Herbal adalah komoditas ramah lingkungan yang memiliki slogan '*back to nature*'. Herbal merupakan komoditas andalan Indonesia karena bahan baku herbal berasal dari keanekaragaman hayati yang melimpah di Indonesia. Namun, herbal Indonesia saat ini menghadapi sejumlah tantangan untuk dapat bersaing dengan herbal yang berasal dari negara-negara asing. Adanya FTA dapat dilihat dari terbukanya pasar untuk masuknya produk herbal yang diimpor dari Cina, India, Malaysia, dan lain-lain. Secara ekonomi, neraca perdagangan Indonesia mengalami defisit dengan angka ekspor produk herbal yang terus menurun. Artinya, adanya perjanjian perdagangan bebas terpengaruh oleh rendahnya daya saing produk herbal terhadap produk impor yang beredar di Indonesia. Pada tahun 2015, Indonesia telah menyetujui perjanjian perdagangan bebas antarnegara ASEAN (Masyarakat Ekonomi ASEAN/MEA). Apakah MEA mampu mengangkat produk herbal Indonesia di pasar domestik?.

Kata kunci: daya saing, herbal, MEA, pasar domestik, produk ekspor

ABSTRACT

Herbs are environmentally friendly commodities that slogan '*back to nature*'. Herbal is a reliable commodity Indonesia because herbal raw material comes from Indonesia's abundant biodiversity. However, the current Indonesian herbal faced a number of challenges to be able to compete with the herbs that come from foreign countries. The existence of the Free Trade Agreement can be seen by the opening of the market to the entry of Indonesian herbal products imported from Cina, India, Malaysia, and others. Economically, Indonesia's trade balance deficit with export figures of herbal products continues to decline. That is, the existence of free trade agreements is adversely affected by the low competitiveness of herbal products against imported products that circulate in Indonesia. In the midst of adversity free trade, in 2015 has agreed a free trade agreement between the ASEAN countries (EAC). Will EAC able to lift Indonesian herbal products from the domestic market?.

Keywords: competitiveness, EAC, export product, herbal, the domestic market

PENDAHULUAN

Herbal merupakan komoditas andalan Indonesia karena bahan baku herbal tersebut berasal dari biodiversitas Indonesia yang berlimpah. Namun demikian, saat ini herbal Indonesia dihadapkan pada sejumlah tantangan untuk dapat bersaing dengan herbal yang berasal dari Negara asing, terlebih lagi setelah dilaksanakannya berbagai perjanjian perdagangan dunia, yang berdampak dengan semakin membanjirnya berbagai produk herbal dari negara Cina, India, Korea, dan sebagainya ke pasar Indonesia. Di kawasan Asia dengan persentase sebesar 39% dari 20 billion \$ pasar komoditas dan produk herbal dunia pada tahun 2000 Cina mendominasi sedangkan Indonesia hanya sekitar

0,22% saja (Putri 2005), sehingga sejak tahun 2004 hingga November 2009 Indonesia mengalami defisit neraca perdagangan dengan Cina (defisit terbesar 7,2 milyar \$ pada tahun 2008). Cina setelah implementasi CAFTA 2010, tidak hanya menguasai bahan baku dari sisi hulu, tetapi sudah hingga ke hilir (Widyastutik *et al.* 2009). Selama tahun 2010, kinerja ekspor-impor antara RI dan Cina menunjukkan nilai sebesar 20.424 juta \$, berarti bahwa impor RI naik 48,86% dibandingkan tahun 2009. Sebaliknya, rasio ekspor produk RI ke Cina terhadap total ekspor RI ke negara-negara dunia selama tahun 2010 adalah 10% dengan nilai ekspor yang meningkat 36,47% dibandingkan tahun 2009. Hal ini menunjukkan sebagian besar komoditi herbal Indonesia yang diperdagangkan dengan Cina, **tidak memiliki daya saing** sehingga tidak mampu berpenetrasi ke pasar Cina dan sebaliknya justru herbal Cina yang memiliki penetrasi yang baik ke pasar Indonesia, sehingga produk herbal Cina cenderung menguasai pasar Indonesia.

Implementasi perjanjian perdagangan bebas yang cukup signifikan tersebut di atas belum memperhitungkan perdagangan produk herbal dari negara

¹ Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

² Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

* Penulis Korespondensi: E-mail: epuri_2@yahoo.de

ASEAN. Neraca perdagangan Indonesia dengan Malaysia pada periode tahun 2000–2006 masih surplus bagi Indonesia sebesar 818,15 juta \$, karena nilai ekspor migas dan non migas Indonesia ke Malaysia masih meningkat pada periode tersebut, namun setelah itu mengalami penurunan. Perjanjian perdagangan bebas yang telah berlangsung beberapa tahun membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap biodiversitas dan produk herbal Indonesia (berdampak pada **semakin sulitnya produk herbal lokal untuk dipasarkan di dalam negeri maupun diekspor**). Bagaimana kondisi herbal Indonesia jelang implementasi MEA 2015?

Penelitian ini dilakukan untuk (1) mengidentifikasi *tangible value* dari biodiversitas herbal Indonesia; (2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi produksi herbal Indonesia; (3) menganalisis daya saing produk herbal domestik dalam menghadapi perdagangan MEA; dan (4) menganalisis daya saing produk herbal ekspor dari MEA yang beredar di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Metode *non probabilitas* digunakan dalam pengumpulan data primer, yaitu tepatnya *purposive sampling* dan *quota sampling*. Berdasarkan sentra produksi, ditetapkan Kabupaten Wonogiri dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai wilayah sampel, dengan 50 responden pengrajin jamu IRT dan IKOT. Sedangkan data sekunder diambil dari Comtrade (2013), BPS, Kementerian Pertanian, dan data publikasi lainnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *tangible value*, analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap produksi herbal Jamu Beras Kencur, PAM (Pearson *et al.* 2005), dan *AIDS model*. Hasil pengolahan data disajikan secara deskriptif-kualitatif dan kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tangible value Herbal Kabupaten Wonogiri Tahun 2012

Daerah yang memiliki produksi tertinggi untuk beberapa komoditas herbal dan sebagai pemasok industri produk herbal utama adalah Provinsi Jateng, dengan komoditas herbal andalannya Jahe, Lengkuas, Kunyit, dan Kencur. Kabupaten di Jateng yang memiliki biodiversitas herbal tertinggi adalah kawasan hutan Wonogiri. Besarnya *tangible value* (diperoleh dari besarnya produksi herbal tahun 2012 dikalikan dengan harga herbal tahun 2012) biodiversitas herbal di kawasan hutan Wonogiri tahun 2012 diperoleh nilai sebesar Rp137.287.575.000,00 dengan luas tanam dan luas panen, yaitu sebesar 7.559.327 dan 7.454.435 m². Total produksi herbal yang dihasilkan tahun 2012, sebesar 26.742.107 kg, sedangkan rata-rata produktivitasnya sebesar 3,79

kg/m². Rata-rata harga dari herbal yang ada di Kabupaten Wonogiri, yaitu Rp6.098,00 /kg. *Tangible value* herbal Kabupaten Wonogiri pada tahun 2012 disajikan pada Tabel 1.

Indonesia khususnya Kabupaten Wonogiri sesungguhnya telah memiliki *comparative advantage* dari sisi produksi dalam menghadapi MEA 2015, dilihat dari ketersediaan biodiversitas yang banyak dan potensi pengembangan yang besar ke depannya. Akan tetapi, dari segi *competitive advantage* belum bisa terlihat dari *tangible value* nya. Oleh karenanya perlu dilihat secara makro dan dianalisis lebih lanjut mengenai daya saing, khususnya keunggulan kompetitif komoditas herbal tersebut, terutama menghadapi MEA. Secara mikro juga dilihat faktor-faktor yang memengaruhi produksi produk herbal olahan dari usaha kecil.

Estimasi Fungsi Produksi Produk Herbal Domestik di DIY

Untuk estimasi fungsi produksi herbal di DIY dan analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi produk herbal maka yang dipilih adalah produk Jamu Beras Kencur, yang dihasilkan oleh ibu rumah tangga (IRT). Produk Jamu Beras Kencur ini merupakan tradisi masyarakat DIY, warisan nenek moyang yang telah berusia beribu-ribu tahun dan telah menjadi heritage nasional, dan saat ini produk Jamu Beras Kencur ini telah disediakan di hotel-hotel berbintang, yang menunjukkan tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat akan mampu bersaing di pasar MEA dengan membawa icon tradisi budaya asli Indonesia.

Untuk melihat faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap produksi Jamu Beras Kencur, maka dilakukan estimasi variable yang berpengaruh pada fungsi produksi Jamu Beras Kencur. Hasil estimasi fungsi produksi (Widyastutik *et al.* 2010) produk Jamu Beras Kencur di Yogyakarta disajikan pada Tabel 2.

Model fungsi produksi Jamu Beras Kencur di DIY adalah:

$$PJ = 11.54089 + 9.731038 BR + 11.50776 KC + 2.637804 GJ + 39.90183 DBT$$

Fungsi produksi Jamu Beras Kencur di DIY memiliki R-sq = 56%, artinya bahwa keragaman produksi Jamu Beras Kencur di DIY dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas di dalam model sebesar 56%, sedangkan sisanya 44% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam model. Fungsi produksi Jamu Beras Kencur setelah respesifikasi data diperoleh R-sq adjusted sebesar 48%, artinya keragaman produksi Jamu Beras Kencur di DIY dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas sebesar 48%, sedangkan sisanya 52% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model Jamu Beras Kencur tersebut.

Hasil estimasi fungsi produksi Jamu Beras Kencur diketahui bahwa P_{value} untuk uji statistik F, yaitu 0,000587 yang lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,15$. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan produksi Jamu

Tabel 1 Luas, produktivitas, produksi, harga, dan *Tangible value* herbal Wonogiri Tahun 2012

Jenis	Luas tanaman (m ²)	Luas panen (m ²)	Produktivitas (kg/m ²)	Produksi (Kg)	Harga (Rp/kg)	<i>Tangible value</i> (Rp)
Jahe	2.264.706	2.240.183	3,97	8.903.676	9.875	87.923.800.500
Lengkuas	892.574	881.002	3,71	3.268.679	3.025	9.887.753.975
Kencur	381.137	386.337	2,41	930.371	11.000	10.234.081.000
Kunyit	2.790.565	2.729.218	3,31	9.023.963	1.775	16.017.534.325
Lempuyang	221.833	220.095	5,28	1.162.277	1.900	2.208.326.300
Temulawak	303.425	301.313	5,04	1.519.044	3.350	5.088.797.400
Temu ireng	125.764	125.764	2,70	339.030	1.000	339.030.000
Temu kunci	198.795	198.795	4,35	864.967	1.600	1.383.947.200
Dringo	15.913	15.913	3,58	57.036	2.250	128.331.000
Kapulaga	15.428	15.428	3,27	50.464	39.000	1.968.096.000
Mengkudu	22.968	18.167	7,18	130.381	1.300	169.495.300
Mahkota dewa	7.559	3.560	6,00	21.375	8.000	171.000.000
Kejibeling	8.330	8.330	0,42	3.482	3.000	10.446.000
Sambiloto	123.280	123.280	1,97	242.650	4.000	970.600.000
Lidah buaya	50	50	6,24	312	3.000	936.000
Cabe jamu	187.000	187.000	1,20	224.400	3.500	85.400.000
Total	7.559.327	7.454.435		26.742.107		137.287.575.000

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Wonogiri (2012)

Tabel 2 Faktor yang memengaruhi produksi jamu beras kencur DIY

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
BR	9.731038	7.270323	1.338460	0,09690
KC	11.50776	9.537776	1.206545	0,11995
GJ	2.637804	2.579527	1.022592	0,15855
DBT	39.90183	45.17116	0,883347	0,19310
C	11.54089	48.09851	0,239943	0,40625
R-squared	0,560240	Mean dependent var		225.4857
Adjusted R-squared	0,483760	S.D. dependent var		149.7693
S.E. of regression	107.6090	Akaike info criterion		12.35532
Sum squared resid	266333,1	Schwarz criterion		12.59321
Log likelihood	-167.9745	Hannan-Quinn criter		12.42804
F-statistic	7.325309	Durbin-Watson stat		2.264554
Prob(F-statistic)	0,000587			

Keterangan: * Nyata pada taraf α 15%

Beras Kencur pada SK = 85%. Dari Uji-t diperoleh probabilitas variabel **Beras** dan **Kencur** lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,15$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Beras dan Kencur **berpengaruh nyata** terhadap produksi Jamu Beras Kencur di DIY. Untuk mengetahui validitas model maka suatu fungsi harus memenuhi kriteria ekonometrika, yang meliputi pengujian asumsi-asumsi dasar dengan melihat masalah multikolinearitas, melakukan uji kenormalan, dan heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi hubungan linear antara variabel independen, yang dalam fungsi produksi Jamu Beras Kencur dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing variabel independen. Nilai VIF semua variabel independen pada fungsi produksi Jamu Beras Kencur adalah 1,208282–3,323574 (VIF<10), artinya antara variabel independen satu dengan yang lainnya dalam fungsi produksi Jamu Beras Kencur tidak terdapat masalah multikolinearitas yang serius. Uji normalitas menggunakan metode Jarque-Bera. Jika nilai probabilitas lebih besar dari taraf nyata yang digunakan, maka residual

terdistribusi normal. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari taraf nyata yang digunakan, maka residual tidak terdistribusi normal. Nilai uji Jarque-Bera sebesar 0,861614 sedangkan probabilitasnya sebesar 0,649984 lebih besar dari $\alpha = 0,15$ artinya residual terdistribusi normal atau tidak terjadi masalah normalitas pada fungsi produksi tersebut. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji ARCH. Jika nilai probabilitas lebih besar dari taraf nyata, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas, atau sebaliknya. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, nilai probabilitas *Chi-Square* fungsi produksi Jamu Beras Kencur di DIY sebesar 0,1867 ($> \alpha = 0,15$) artinya tidak ada masalah heteroskedastisitas pada fungsi produksi Jamu Beras Kencur.

Sebagai bahan baku penting bagi usaha Jamu Beras Kencur di DIY, Beras menjadi sangat rentan karena bahan bakunya sangat tergantung pada impor. Impor beras Indonesia terutama berasal dari Thailand, Vietnam, Pakistan, India, Myanmar, dan lainnya. Adanya kesepakatan MEA menjadi tantangan bagi usaha Jamu Beras Kencur di DIY. Kesepakatan tersebut semakin membuat bebasnya perdagangan

antarnegara di ASEAN sehingga akan semakin banyak Beras impor dari negara-negara ASEAN yang masuk ke Indonesia dan dapat mengganggu stabilitas dan keberlanjutan produksi Jamu Beras Kencur di DIY jika harga Beras impor tersebut mahal. Dari analisis faktor-faktor yang memengaruhi fungsi produksi Jamu Beras Kencur di atas dapat diperlihatkan bagaimana sensitifnya ketersediaan bahan baku (beras dan kencur) dan produk herbal dalam memenuhi kebutuhan produksi Jamu Beras Kencur dan ini merupakan ancaman bagi produksi Jamu Beras Kencur jika MEA terlaksana.

Analisis Daya Saing Produk Herbal Domestik Indonesia

Analisis daya saing usaha herbal yang dilakukan merupakan analisis keunggulan kompetitif, dengan pertimbangan bahwa secara komparatif, Indonesia merupakan negara kedua terkaya di dunia dalam keanekaragaman hayati (*biodiversity*), yang merupakan potensial dipergunakan sebagai bahan baku untuk industri herbal khususnya Jamu. Selain itu, dalam mengkaji dampak kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Tahun 2015 terhadap daya saing industri herbal di Indonesia adalah relevan menggunakan analisis keunggulan kompetitif. Artinya, dapat dilihat bagaimana daya saing para pengusaha produk herbal di Indonesia dalam menghadapi pesaing dari luar negeri, terutama pengusaha dari Malaysia, sebagai pesaing utama dalam pengembangan herbal Indonesia mengingat banyak produk herbal dari Malaysia yang beredar di Indonesia, selain produk dari Negara Cina.

Analisis Keunggulan Kompetitif

Analisis keunggulan kompetitif ini dilakukan terhadap IKOT di wilayah sekitar DIY. Dari sejumlah 20 responden IKOT yang representative dengan usaha yang menghasilkan produk herbal Jamu, maka kemudian dikelompokkan atas 3 (tiga) kelompok

produk, yaitu produk padat, cair, dan serbuk. Selain itu, untuk melihat dampak perubahan dari pengaruh MEA jika tahun 2015 direalisasikan maka pembahasan dibedakan atas kondisi daya saing *existing* dan kondisi masa depan diduga akan terjadi penurunan penjualan 14% jika MEA direalisasikan.

Kondisi Daya Saing Herbal Produk Jamu Eksisting

Analisis daya saing berbagai Jamu produk herbal eksisting mengkondisikan sebelum penjualan herbal produk Jamu turun. Hasil matriks penerimaan, biaya input, dan keuntungan bagi 3 (tiga) kelompok produk herbal padat, cair, dan serbuk (Tabel 3).

Penerimaan dan keuntungan tertinggi diperoleh bagi usaha Jamu produk padat, karena Jamu produk cair dalam produksinya harus mengeluarkan *tradable cost* relative lebih tinggi (Tabel 4).

Analisis Keuntungan Privat dan Rasio Biaya Privat (RBP)

Nilai keuntungan privat yang diperoleh IKOT Herbal Jamu produk padat, cair, dan produk serbuk per tahun adalah Rp4.262.169.939,62, 739.654.166,67, dan 1.218.662.500,00. Keuntungan privat yang positif disebabkan karena hasil penerimaan perusahaan lebih besar daripada biaya. Keuntungan privat IKOT Herbal Jamu produk padat paling besar. IKOT Herbal Jamu produk cair merupakan IKOT dengan keuntungan paling kecil, karena harga jual produk cair paling rendah sedangkan biaya yang ditanggung besar. Nilai RBP IKOT Herbal Jamu produk padat, cair, dan serbuk, adalah 0,11, 0,18, dan 0,16 yang menunjukkan untuk meningkatkan nilai herbal produk Jamu produk padat, cair, dan serbuk (setelah dikurangi biaya input *tradable privat*) 100% diperlukan biaya faktor domestik berturut-turut 11, 18, dan 16%. Nilai RBP < 1 mencerminkan bahwa IKOT Herbal Jamu produk padat, cair dan serbuk adalah efisien secara privat dan memiliki keunggulan kompetitif.

Tabel 3 Matriks analisis kebijakan IKOT herbal Tahun 2012 (Rp/Tahun)

Penerimaan	Biaya input					Keuntungan
	Tradable	Faktor domestik			Penyusutan	
		TK	Modal	Lain-lain		
(a) Produk padat						
5.740.615.392	948.120.000	50.600.000	49.604.500	425.920.000	4.200.952,38	4.262.169.939,62
(b) Produk cair						
2.875.200.000	1.968.450.000	23.000.000	21.677.500	85.370.000	37.048.333,33	739.654.166,67
(c) Produk serbuk						
3.609.000.000	2.149.800.000	29.000.000	3.987.500	163.800.000	43.750.000	1.218.662.500

Sumber: Diolah dari Data Primer (2013)

Tabel 4 Indikator pengukuran keunggulan kompetitif dengan PAM

Indikator	Produk padat	Produk cair	Produk serbuk
Keuntungan privat - KP (Rp/tahun)	4.262.169.939,62	739.654.166,67	1.218.662.500,00
Rasio biaya privat – RBP	0,11	0,18	0,16

Sumber: Diolah dari Data Primer (2013)

Kondisi Daya Saing Herbal Produk Jamu Jika Penjualan Turun 14%

Analisis daya saing IKOT Herbal jika penjualan herbal produk Jamu turun 14% dengan pertimbangan kesepakatan MEA 2015 diduga akan menyebabkan peningkatan bahan baku produk herbal yang masuk dari negara tetangga (seperti: Malaysia) ke Indonesia, sedangkan IKOT Herbal produk Jamu Indonesia lebih suka menggunakan bahan baku produk herbal lokal karena kualitasnya lebih baik, *flavor* lebih wangi, dan *tasty* lebih enak, sehingga diduga akan menyebabkan produksi maupun penjualan herbal produk Jamu menurun (Tabel 5).

Dampak penurunan penjualan 14%, penerimaan dan keuntungan tertinggi tetap diperoleh untuk usaha Jamu produk padat, produk serbuk, dan terakhir produk cair. Hal ini disebabkan karena Jamu produk cair penerimaannya kecil sedangkan dalam produksinya harus mengeluarkan *tradable cost* relative lebih tinggi daripada Jamu produk padat (Tabel 6).

Analisis Keuntungan Privat dan Rasio Biaya Privat (RBP)

Nilai keuntungan privat yang diperoleh IKM Herbal Jamu produk padat, cair, dan produk serbuk jika penjualan turun 14% adalah masing-masing per tahun Rp3.458.483.784,00, 337.126.166,00, dan 713.402.500,00 yang menunjukkan bahwa rata-rata IKOT Herbal produk Jamu di DIY masih memperoleh

keuntungan privat yang cukup besar walaupun terjadi penurunan penjualan 14%. Nilai RBP IKOT Herbal Jamu produk padat, cair dan serbuk, adalah 0,13, 0,33, dan 0,25, maka untuk meningkatkan nilai produk herbal produk Jamu sebesar 100% diperlukan biaya faktor domestik 13, 33, dan 25%. Nilai RBP < 1 mencerminkan IKOT Herbal Jamu produk padat, cair dan serbuk masih efisien secara privat dan memiliki keunggulan kompetitif walaupun terjadi penurunan penjualan 14%.

Analisis Daya Saing Herbal Indonesia dari Sisi Ekspor

Data Comtrade (2013) menunjukkan bahwa dari ekspor Indonesia hanya Temulawak yang masuk kedalam 5 (lima) besar. Ekspor Temulawak Indonesia berfluktuasi dalam beberapa tahun terakhir. Nilai ekspor Temulawak tertinggi pada tahun 2010 dengan nilai 7,5 juta \$, yang dalam beberapa tahun peningkatan ekspor Temulawak ini sangat signifikan, seperti pada tahun 1999 ketika ekspor Temulawak meningkat 18 kali dalam satu periode waktu. Selanjutnya, analisis daya saing herbal Indonesia ini dibandingkan dengan India, karena pada data Comtrade (2013) ekspor Temulawak Negara-negara ASEAN sangatlah rendah atau bahkan tidak ada, sehingga tidak dapat dianalisis atau dibandingkan satu dengan lainnya (Gambar 1).

Jika dibandingkan dengan Negara-negara eksportir lainnya, ekspor Temulawak Indonesia hanya

Tabel 5 Matriks kebijakan IKOT herbal jika penjualan turun 14% (Rp/Tahun)

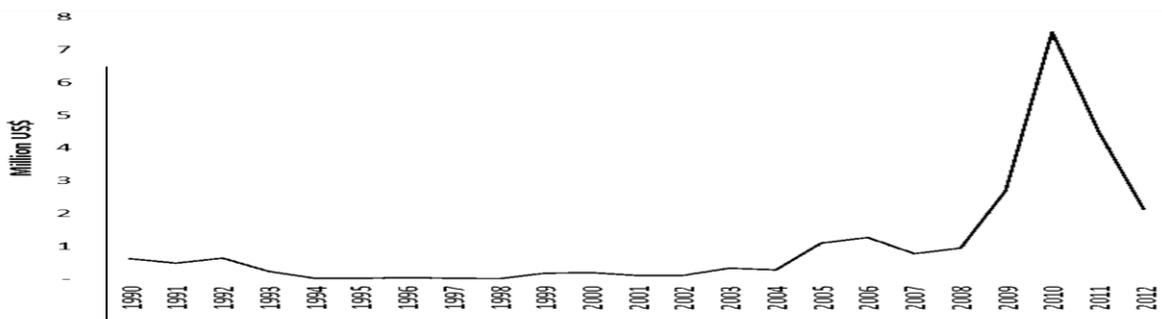
Penerimaan	Tradable	Biaya input				Keuntungan
		Faktor domestik				
		TK	Modal	Lain-lain	Penyusutan	
(a) Produk padat						
4.936.929.237,12	948.120.000	50.600.000	49.604.500	425.920.000	4.200.952,38	3.458.483.784,74
(b) Produk cair						
2.472.672.000	1.968.450.000	23.000.000	21.677.500	85.370.000	37.048.333,33	337.126.166,67
(c) Produk serbuk						
3.103.740.000	2.149.800.000	29.000.000	3.987.500	163.800.000	43.750.000,00	713.402.500,00

Sumber: Diolah dari Data Primer (2013)

Tabel 6 Indikator keunggulan kompetitif jika penjualan turun 14%

Indikator	Produk padat	Produk cair	Produk serbuk
Keuntungan privat - KP (Rp/tahun)	3.458,483.784,74	337.126.166,67	713.402.500
Rasio biaya privat – RBP	0,13	0,33	0,25

Sumber: Diolah dari Data Primer (2013)



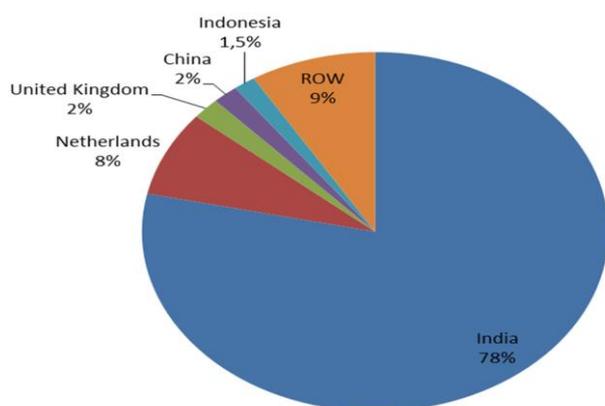
Gambar 1 Ekspor temulawak Indonesia tahun 1990–2012 (Sumber: UN Comtrade (2013)).

berkontribusi sebesar 1,5% pada tahun 2012. Jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan kontribusi ekspor dari Negara India yang mencapai 78% dari *market share* Temulawak. Namun, jika dibandingkan dengan tahun 1990 *market share* Temulawak Indonesia adalah relative konstan pada level 1,1%, tetap jauh di bawah *market share* ekspor Temulawak India dengan rata-rata 73%. *Market share* ekspor Temulawak Indonesia pada tahun 2012 jauh lebih tinggi daripada *market share* Temulawak Indonesia tahun 1990.

Ilustrasi *market share* ekspor komoditas Temulawak disajikan pada Gambar 2.

Dalam rangka analisis daya saing antarnegara pengekspor, maka dilakukan estimasi elastisitas dengan menggunakan model AIDS (Tabel 7).

Hasil elastisitas harga mengindikasikan bahwa hampir semua pengekspor Temulawak memiliki elastisitas harga sangat elastik, kecuali Inggris yang memiliki elastisitas harga inelastik, yang ditunjukkan dengan nilai -0,436 untuk *compensated* dan -0,443 untuk *uncompensated*. Sedangkan bagi Indonesia, elastisitas harga adalah -0,993 untuk *compensated* dan -1,011 untuk *uncompensated*, yang meng-



Gambar 2 *Market share* negara pengekspor temulawak pada Tahun 2012 (Sumber: UN Comtrade (2013)).

indikasikan bahwa Indonesia memiliki *unitary elasticity*.

Fokus bagi Indonesia dalam berkompetisi antarnegara ekspor lainnya, ekspor Temulawak Indonesia adalah bersaing dengan ekspor Temulawak dari India dan Belanda. Hal ini ditunjukkan dengan elastisitas harga silang yang berkoefisien positif. Sementara itu, dengan Inggris, Cina, dan ROW ekspor Temulawak Indonesia adalah berkomplemen. Untuk *expenditure elasticity*, Indonesia memiliki nilai tertinggi, artinya bahwa kenaikan permintaan impor dunia terhadap Temulawak akan memberikan manfaat tinggi bagi Indonesia jika dibandingkan dengan negara-negara pengekspor lainnya.

Dari hasil-hasil olahan data dengan *AIDS model* dapat diturunkan strategi-strategi ekspor. Strategi harga tidak efektif dalam meningkatkan ekspor Temulawak Indonesia ketika elastisitas harga adalah tetap antara satu dengan lainnya. Strategi efektif lainnya adalah memenuhi permintaan impor Temulawak dunia yang meningkat saat ini, dengan melakukan perluasan pasar herbal temulawak (rimpang dan simplisia) atau meningkatkan pasar produk herbal yang menggunakan bahan baku Temulawak. Perluasan pasar dapat dilakukan dengan memperkenalkan Temulawak ke pasar non tradisional atau meningkatkan pasar saat ini dapat dilakukan melalui perkenalan produk Temulawak ke pelanggan baru atau meningkatkan konsumsi per kapita pada negara-negara yang termasuk kedalam pengekspor Temulawak. Strategi ini dapat diperkenalkan dan dilakukan secara bersama-sama dengan Inggris dan Cina untuk mengkomplemenkan produk Temulawak mereka dengan Temulawak Indonesia.

Dari uraian di atas ditunjukkan bahwa MEA tahun 2015 bukanlah ancaman dan kendala bagi pengembangan dan pemasaran produk herbal Indonesia, terutama bagi pengembangan herbal Indonesia skala IRT dan IKOT, yang sesungguhnya masih bisa memanfaatkan *niche market* dengan mengembangkan beberapa produk yang belum

Tabel 7 Estimasi elastisitas Negara-negara pengekspor Temulawak

Elastisitas	Negara-Negara				
	India	Belanda	Inggris	Cina	Indonesia
Harga					
<i>Compensated</i>					
Harga India	-0,998	-0,714	0,080	-0,167	1,973
Harga Belanda	-0,029	-1,002	-0,095	0,653	0,197
Harga Inggris	0,001	-0,044	-0,436	0,003	-0,244
Harga Cina	-0,016	-2,023	0,015	1,220	-0,389
Harga Indonesia	0,030	0,074	-0,199	-0,063	-0,993
Harga ROW	0,282	1,768	0,635	1,166	-0,554
<i>Uncompensated</i>					
Harga India	-1,080	-1,822	-0,605	0,181	0,036
Harga Belanda	-0,062	-1,017	-0,122	-0,034	0,119
Harga Inggris	-0,014	-0,065	-0,443	0,019	-0,280
Harga Cina	-0,092	-0,216	-0,050	1,179	-0,572
Harga Indonesia	0,018	0,057	-0,209	-0,058	-1,011
Harga ROW	0,118	1,545	0,497	1,236	-0,944
Pengeluaran (<i>expenditure</i>)	1,112	1,517	0,938	-0,476	2,654

Sumber: Comtrade 2013.

diproduksi oleh IOT negara-negara MEA. Selain itu, Indonesia kaya akan biodiversity herbal karena bahan baku tersebut tumbuh dan tersebar di segala penjuru Indonesia, seperti temulawak, sambiloto, kencur, jahe dan sebagainya, sehingga tidak ada kekhawatiran produk IRT dan IKOT Indonesia akan tersisih dari produk herbal negara-negara MEA. *Comparative advantage* produk herbal Indonesia masih tinggi yang ditunjukkan dengan ketersediaan biodiversitas yang melimpah. Bahkan, MEA 2015 ini justru dijadikan momentum bagi perkembangan produk herbal Indonesia di kawasan ASEAN. Produk herbal Indonesia memiliki peluang strategis di pasar ASEAN-Cina karena *brand* yang melekat pada jamu, yaitu adanya '*brand historis*' turun-temurun, yang tidak dimiliki oleh budaya negara-negara ASEAN lainnya.

KESIMPULAN

Dari pembahasan penelitian dapat disimpulkan, bahwa: 1) Komoditas herbal yang tersebar di kawasan hutan Wonorejo, Jawa Tengah memiliki *comparative advantage* cukup tinggi dan ditunjukkan dengan *tangible value* dari beberapa komoditas herbal di Kabupaten Wonorejo Rp137.287.575.000,00 tahun 2012. Biodiversitas hutan Wonorejo ini memasok bahan baku ke beberapa industri produk herbal di DIY dan Solo; 2) Model fungsi produksi Jamu Beras Kencur cukup valid dan baik dengan variabel yang berpengaruh adalah Beras dan Kencur, yang sangat rentan dan merupakan ancaman bagi keberlanjutan produksi Jamu Beras Kencur jika MEA 2015 terealisasi; 3) Dari analisis PAM ditunjukkan bahwa produk herbal Indonesia sangat rentan karena jika MEA 2015 direalisasikan maka keuntungan privat produk herbal Indonesia akan menurun dan meningkatnya rasio biaya privat, artinya bahwa produk herbal Indonesia memiliki *competative advantage* rendah; 4) Analisis daya saing produk herbal dari sisi ekspor (model AIDS), ditunjukkan bahwa hanya Temulawak yang masuk kedalam 5 (lima) besar dalam perdagangan herbal dunia, artinya Temulawak Indonesia relatif aman dalam menghadapi MEA tahun 2015 karena adanya pesaing berat India dan Belanda, dan bukan Negara-negara ASEAN.

Dari hasil penelitian yang diperoleh terdapat beberapa saran, yaitu: 1) Agar komoditas dan produk herbal Indonesia mampu berdaya saing dan berpenetrasi ke pasar ekspor pada MEA 2015 maka peningkatan mutu (kualitas) harus menjadi prioritas dalam pengembangan produk herbal; 2) Produk herbal Indonesia harus tetap menjaga keaslian (orisinilitas) rasa dan racikan dalam pembuatan dan proses produksi herbalnya, agar produk herbal dapat

tetap lestari di pasar domestik maupun kedepannya dapat merambah ke pasar internasional tanpa kendala, khususnya ketika MEA 2015 terealisasi; 3) Peningkatan kualitas SDM perlu dilakukan dengan konsentrasi pada berbagai skala usaha dan berbagai produk herbal yang dijualnya, dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* herbal Indonesia. Para pengrajin Jamu Beras Kencur misalnya, jangan hanya mengandalkan pada pengetahuan dan budaya turun-temurun dalam membuat jamu dan produk herbal lainnya, tetapi perlu ada peningkatan kualitas SDM dengan berbagai pelatihan dengan berbagai keterampilan, sering ikut-serta dalam berbagai pameran/bazaar di tingkat daerah atau pusat, dan sebagainya; 4) Perlu ditingkatkan komitmen Pemerintah Indonesia dalam berbagai kebijakan untuk mengembangkan herbal Indonesia karena ternyata herbal Indonesia cukup memiliki *comparative advantage* dan herbal dapat tumbuh di seluruh pelosok wilayah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Pearson S, Gotsch C, Bahri S. 2005. Aplikasi *Policy Analysis Matrix* pada Pertanian Indonesia. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta (ID).
- Putri EIK. 2005. Riset Pasar Bagi Produk Biofarmaka. Kerja sama Pusat Studi Biofarmaka dan Ditjen B2HP Departemen Pertanian RI. ISBN 979-98350-4-6.
- Putri EIK, Widyastutik, Mulyati H. 2010. Formulasi Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Klaster Produk Herbal Dalam Rangka Menghadapi *Free Trade Agreement Asean-China CAFTA* (Studi Kasus UMKM Produk Herbal di DIY). Institut Pertanian Bogor. Bogor (ID). *Unpublished*.
- United Nations Commodity Trade Statistic Database. 2010. Comtrade. <http://comtrade.un.org/>
- United Nations Commodity Trade Statistic Database. 2013. Comtrade. <http://comtrade.un.org/>
- Widyastutik, Putri EIK, Mulyati H. 2009. Pengembangan Model Pembiayaan UMKM Klaster dalam Rangka Peningkatan Daya Saing untuk Menghadapi Krisis Finansial Global (Studi Kasus: UMKM di Kota Bogor). *Unpublished*.
- Widyastutik, Mulyati H, Putri EIK. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengembangan Klaster UMKM Alas Kaki di Kota Bogor yang Berdaya Saing. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 7(1): 16–25.