

DAYA SAING EKSPOR PISANG INDONESIA DI NEGARA TUJUAN EKSPOR PERIODE 2000-2019

Rara Aurelia¹, Dewi Kurniati², dan Josua Parulian Hutajulu³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura
Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia
e-mail: ²dewi.kurniati@faperta.untan.ac.id

(Diterima 29 Juli 2021/Revisi 4 Oktober 2021/Disetujui 16 Februari 2022)

ABSTRACT

Indonesian banana is one of the leading commodities of the tropical fruit group that has been traded for a long time. One of the most important components of the economy is exporting. Indonesian banana production contributes in the world and taking the third position, but is not balanced with Indonesia's contribution to banana exports in the world. This study analyzed competitiveness with the comparative and competitive advantage approach of Indonesian banana using secondary data in the period 2000-2019. The research method used descriptive-quantitative with Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD), and Porter's Diamond. The results of the analysis RCA showed that Indonesian banana only have strong competitiveness in the Malaysian market. Indonesian banana competitiveness position in the Malaysian market is in the position of rising star and falling star in the Singapore, Japan and Saudi Arabian markets. The results of the last analysis used Porter's Diamond found weaknesses in the factor conditions related to human resources, capital, science and technology, demand conditions as well as strategy, structure, and competition. Therefore, it is necessary to make efforts to increase the productivity and quality of banana produced, market research in competing countries, consumer preferences in world markets, and provide counseling as well as socialization and product diversification.

Keywords: *competitiveness, export, Indonesia banana, porter's diamond, RCA*

ABSTRAK

Pisang Indonesia adalah salah satu komoditas unggulan kelompok buah-buahan tropis yang telah diperdagangkan sejak dulu. Salah satu komponen penting dalam perekonomian ialah melakukan ekspor. Produksi pisang Indonesia berkontribusi di dunia dan menempati posisi ketiga besar, akan tetapi tidak diimbangi dengan kontribusi Indonesia akan ekspor pisang di dunia. Penelitian ini menganalisis daya saing melalui pendekatan keunggulan komparatif maupun kompetitif pisang Indonesia dengan menggunakan data sekunder pada periode tahun 2000-2019. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kuantitatif dengan *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Export Product Dynamic (EPD)*, dan *Porter's Diamond*. Hasil analisis RCA menunjukkan pisang Indonesia hanya berdaya saing kuat komparatif di pasar Malaysia. Posisi daya saing pisang Indonesia di pasar Malaysia berada pada posisi *rising star* dan *falling star* di pasar Singapura, Jepang dan Arab Saudi. Hasil analisis terakhir menggunakan *Porter's Diamond* terdapat kelemahan di kondisi faktor terkait sumber daya manusia, modal, IPTEK, kondisi permintaan serta strategi, struktur, dan persaingan. Oleh karena itu, perlu dilakukannya upaya peningkatan produktivitas maupun kualitas pisang yang dihasilkan, riset pasar negara pesaing, preferensi konsumen di pasar dunia, dan penyuluhan maupun sosialisasi serta diversifikasi produk.

Kata kunci: daya saing, ekspor, pisang Indonesia, porter's diamond, RCA

PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, sektor pertanian Indonesia mempunyai peran penting terha-

dap pertumbuhan perekonomian nasional misalnya dalam penyediaan kebutuhan pangan masyarakat, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, memperoleh devisa

negara, mengendalikan inflasi, penyedia faktor industri dan menciptakan lapangan kerja (Widianingsih, *et al.* 2015; Fortunika *et.al.* 2017). Dalam sektor ini terdiri dari lima subsektor, yaitu tanaman hortikultura, pangan, perkebunan, peternakan, serta jasa pertanian dan perburuan. Kontribusi sektor pertanian dalam PDB Indonesia terletak di ketiga terbesar sesudah sektor industri dan perdagangan (Raswatie, 2014; Kemenko Perekonomian, 2020).

Perkembangan nilai kontribusi PDB Indonesia di sektor pertanian pada tahun 2014 hingga 2020 cenderung mengalami kestabilan dari tahun ke tahun pada kisaran angka 13 persen. Selain itu kontribusi tanaman hortikultura cenderung sempat menunjukkan penurunan kemudian peningkatan kembali. Penurunan kontribusi terjadi pada tahun 2017 menjadi 1,45 persen dari kontribusi pada tahun sebelumnya yakni sebesar 1,51 persen. Kemudian peningkatan yang terjadi pada tahun 2020 sebesar 1,62 persen (Kementan, 2021). Bagi Indonesia, subsektor hortikultura merupakan salah satu pilar penting dalam perdagangan internasional karena memiliki banyak komoditas hortikultura unggulan dan khas yang berpotensi dalam kegiatan ekspor (Republika.co.id, 2020).

Berdasarkan data Kementerian Pertanian (2019) menyatakan bahwa sejauh ini pertumbuhan produksi hortikultura Indonesia pada periode 2014 hingga 2018 cenderung mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018, produksi seluruh tanaman hortikultura Indonesia mengalami peningkatan kecuali tanaman florikultura yang turun dari 7,36 persen menjadi 6,13 persen. Selama periode 2014 hingga 2018 laju pertumbuhan produksi buah-buahan mengalami fluktuasi. Hal tersebut disebabkan karena adanya ketidakstabilan persediaan buah-buahan di pasar (Pratiwi, 2019).

Begitu banyak tanaman buah-buahan yang berpotensi untuk meningkatkan kegiatan ekspor ialah manggis, pisang, tamarin, mangga, salak, nanas, dan lainnya (BPS, 2020; UN Comtrade, 2020). Hal tersebut menjadikan subsektor hortikultura menjanjikan sebagai salah satu komoditas yang diekspor. Salah

satu bagian dari subsektor hortikultura yaitu tanaman buah-buahan.

Produksi buah-buahan Indonesia yang menempati posisi pertama ialah pisang sehingga menjadikan pisang sebagai tanaman unggulan di Indonesia (Hidayati dan Suhartini, 2018; BPS, 2019; Kementan, 2019b). Kondisi tersebut juga menjadikan Indonesia telah memberikan kontribusi terbesar terhadap produksi buah nasional. Tahun 2018, Indonesia sudah menjadi bagian dari produsen pisang terbesar di dunia dan menempati posisi tiga besar yang diisi oleh negara India, Cina dan Indonesia (FAO, 2018). Sayangnya, produksi pisang Indonesia tiap tahunnya masih tergolong fluktuatif dan sulit diperkirakan dengan baik, sehingga dapat mempengaruhi penentuan potensi besar kecilnya kekuatan berkompetisi dalam menguasai pangsa pasar ekspor di pasar dunia dengan eksportir buah lainnya serta memenuhi permintaan dari negara yang mengimpor. Potensi ekspornya akan semakin tinggi apabila produksi dan produktivitas buah yang diperoleh juga semakin tinggi (Pradipta dan Firdaus, 2014; Alexander dan Nadapdap, 2019).

Tahun 2018 untuk harga eceran pisang adalah Rp4.400/kg, sedangkan harga ekspor pisang Indonesia adalah Rp6.734/kg (Kementan, 2019a). Selisih tingkat harga terjadi dikarenakan terdapat perbedaan kualitas antara pisang yang diekspor dengan yang berada di pasar domestik. Di pasar ekspor sendiri membutuhkan biaya lebih besar untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan standar internasional. Selisih harga ini menjadikan penetrasi bagi penghasil buah pisang untuk melakukan aktivitas ekspor karena memperoleh keuntungan lebih besar daripada dijual di pasar domestik. Indonesia mempunyai kemampuan untuk melakukan perdagangan komoditas di pasar internasional, terlihat dari kualitas yang baik maupun kuantitas yang melebihi permintaan domestik.

Pada tahun 2019, Indonesia telah berkontribusi dalam ekspor buah-buahan memperoleh nilai 95,98 juta US\$ dengan volume ekspor sebesar 110 ribu ton. Secara keseluruhan

total ekspor tersebut, terdapat kontribusi ekspor produk pisang sebesar 11,62 persen dengan nilai ekspor sebesar 11,15 juta US\$ serta volume ekspor sebesar 22 ribu ton untuk ekspor buah-buahan nasional (BPS, 2020; Liputan 6, 2020). Saat ini, kebanyakan negara-negara di Asia yang menjadi negara tujuan Indonesia dalam melakukan ekspor pisang diantaranya Malaysia, China, Jepang, Uni Emirat Arab, Kuwait, Arab Saudi, Singapura (BPS, 2020; UN Comtrade, 2020). Negara pengimpor tersebut mengimpor pisang untuk kebutuhan konsumsi dan industri, seperti negara Malaysia untuk memenuhi kebutuhan industri olahan yaitu sebagai bahan dasar utama dalam proses olahan keripik pisang dan negara China untuk pengaturan konsumsi makanan (diet) sebagai bahan smoothies (Pak Tani, 2019).

Di tahun yang sama, kontribusi dalam ekspor terbesar diberikan oleh China sebesar 47,5 persen, kemudian diikuti oleh Malaysia 16,7 persen, Jepang 14,2 persen, Uni Emirat Arab 6,7 persen, Oman 4,5 persen, Korea 3,9 persen, Qatar 3,5 persen, dan Singapura 2,6 persen (Trade Map, 2019; BPS 2020). Meskipun telah banyak negara yang berkontribusi, persentase pisang Indonesia untuk ekspor di dunia hanya memperoleh 10 persen (Hidayati dan Suhartini, 2018; Wijayanti, 2018). Oleh karena itu, terlihat dari fenomena ini memperlihatkan bahwa pisang Indonesia digemari oleh pasar dunia dan masih memiliki potensi ekspor yang layak, sehingga perlu dikembangkan untuk meningkatkan kesempatan bersaing serta posisi pasar pisang Indonesia di pasar tujuan maupun di dunia apabila Indonesia terus melakukan pengembangan dan pembaharuan dalam memenuhi permintaan pasar internasional begitu juga dengan komoditas lainnya.

Salah satu upaya untuk meningkatkan ekspor negara ialah meningkatkan daya saing dari suatu produk atau komoditas yang di ekspor. Secara umum, definisi daya saing merupakan kekuatan suatu produk untuk dapat masuk dan bertahan di pasar tersebut, termasuk di pasar dunia. Serta memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan ne-

gara pesaingnya (Lubis, 2013). Sehingga, penting untuk melakukan peningkatan daya saing mengingat bahwa Indonesia salah satu negara pengekspor pisang dunia dan pesaing utama Indonesia dalam pasar pisang dunia adalah Filipina, Thailand dan Ekuador (Trade Map, 2019; UN Comtrade, 2020).

Beberapa peneliti di Indonesia telah melakukan penelitian terkait daya saing komoditas ekspor, tetapi untuk komoditi pisang secara khusus masih sedikit yang meneliti (Pradipta dan Firdaus, 2014; Hidayati dan Suhartini, 2018; Pratiwi, 2019; Mahendra, *et al.* 2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada periode tahun dan negara yang dibahas. Periode waktu yang dianalisis dalam penelitian ini mulai tahun 2000 hingga 2019. Perbedaan selanjutnya antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada analisis penelitian yang diterapkan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Export Product Dynamic* (EPD) untuk mengetahui posisi pisang Indonesia di pasar tujuan ekspor. Kemudian analisis daya saing secara komparatif menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dengan menggunakan formula dari Balassa. Sementara untuk melihat keunggulan kompetitif serta untuk melihat secara jelas satu per satu faktor yang mempengaruhi daya saing pisang Indonesia menggunakan *Porter's Diamond*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian ini yang bertujuan (1) menganalisis daya saing komparatif komoditas pisang Indonesia di tiap negara tujuan ekspor; (2) menganalisis posisi pasar komoditas pisang Indonesia di tiap negara tujuan ekspor; dan (3) menganalisis daya saing kompetitif komoditas pisang Indonesia.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan negara Indonesia sebagai negara produsen maupun eksportir pisang yang sedang berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Jenis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder berbentuk data runtun waktu (*time series*) selama periode tahun 2000-2019 dengan empat negara mitra ekspor komoditas pisang Indonesia, yaitu Singapura, Jepang, Arab Saudi dan Malaysia. Negara tersebut terpilih berdasarkan ketersediaan data secara kontinu. Data yang digunakan menunjukkan nilai ekspor pisang Indonesia, ekspor pisang dunia, impor pisang dunia, dan impor pisang pasar tujuan. Data-data tersebut diperoleh dari situs website *Food Agriculture Organisation (FAO)*, *United Nations International Trade Statistics Database (UNCOMTRADE)*, *Trade Map*, dan informasi lainnya yang dipublikasikan. Serta data sekunder berupa studi literatur terkait atribut-atribut yang dibutuhkan dalam analisis *Porter's Diamond*.

Metode penelitian deskriptif-kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan komoditas pisang yang berkode *Harmonizing System (HS) 4 digit* yaitu HS00803 (*Bananas, including plantains, fresh.or.dried*).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, yaitu untuk melakukan analisis daya saing melalui pendekatan keunggulan komparatif pisang Indonesia di tiap negara tujuan. Analisis berikutnya *Export Product Dynamic (EPD)*, yaitu digunakan untuk mengukur dinamika posisi pasar pisang Indonesia di tiap negara tujuan. Terakhir, analisis *Porter's Diamond*, yaitu melakukan analisis komponen dalam peningkatan keunggulan kompetitif daya saing pisang Indonesia.

REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE (RCA)

RCA dihitung dengan membandingkan antara nilai ekspor komoditas pisang Indonesia ke negara terkait terhadap nilai ekspor total Indonesia ke negara terkait dengan nilai ekspor komoditas pisang dunia ke negara terkait serta nilai ekspor total dunia ke negara terkait, berikut ini secara sistematis perumusannya RCA (Balassa, 1965; Tambunan, 2001):

$$RCA = \frac{X_{ikt}/X_k}{W_{ikt}/W_k} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

RCA : Tingkat daya saing pisang Indonesia ke pasar tujuan ekspor i

X_{ikt} : Nilai ekspor komoditas pisang Indonesia ke pasar tujuan i (USD)

X_k : Nilai ekspor total Indonesia ke pasar tujuan i (USD)

W_{ikt} : Nilai ekspor komoditas pisang dunia ke pasar tujuan i (USD)

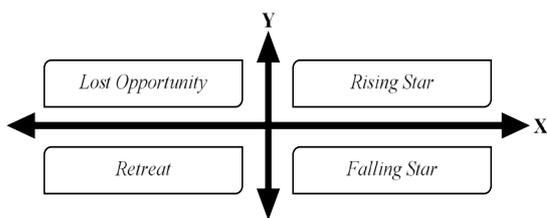
W_k : Nilai ekspor total dunia ke pasar tujuan i (USD)

Dalam analisis tersebut, setelahnya akan menghasilkan kriteria, yaitu: (1) jika nilai RCA (> 1) artinya komoditas negara bersangkutan berdaya saing kuat atau memiliki keunggulan komparatif dan (2) jika nilai RCA (< 1) artinya komoditas negara bersangkutan tidak memiliki keunggulan komparatif yang baik di pasar luar negeri atau berdaya saing lemah (Balassa, 1965; Tambunan, 2001).

Keunggulan analisis RCA adalah mengurangi dampak pengaruh campur tangan pemerintah, sehingga keunggulan komparatif suatu produk dari waktu ke waktu dapat terlihat secara jelas. Sementara kelemahannya ialah pertama, asumsi bahwa suatu negara dianggap mengeksport semua komoditas. Kedua, indeks RCA tidak dapat menjelaskan apakah pola perdagangan yang sedang berlangsung sudah optimal atau belum. Terakhir, tidak dapat memprediksi pola keunggulan di masa depan (Basri dan Munandar, 2010).

EXPORT PRODUCT DYNAMIC (EPD)

Matriks EPD terdiri dari pertumbuhan pangsa pasar ekspor sebagai sumbu X dan pertumbuhan pangsa pasar produk sebagai sumbu Y ialah hasil perhitungan analisis EPD. EPD akan mengetahui satu dari empat kategori posisi pasar, yaitu *falling star*, *retreat*, *rising star* dan *lost opportunity*. Kemudian posisi pasar tersebut digambarkan dalam matriks kuadran seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Matrik Posisi Daya Saing dengan Metode EPD

Sumber: Estherhuizen, (2006); BAPPENAS (2009)

Rumus umum EPD sebagai berikut (Estherhuizen, 2006):

Sumbu X: pertumbuhan pangsa pasar ekspor=

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right) \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \dots\dots\dots(2)$$

Sumbu Y: pertumbuhan pangsa pasar produk=

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right) \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

- X_i : nilai ekspor pisang Indonesia ke pasar tujuan (USD)
- W_i : nilai ekspor pisang dunia ke pasar tujuan (USD)
- X_t : nilai total ekspor Indonesia ke pasar tujuan (USD))
- W_t : nilai total ekspor dari dunia ke pasar tujuan (USD)
- t : Tahun ke-t ($t = 2000, 2001, 2002, \dots, 2019$)
- $t-1$: Tahun sebelumnya
- T : jumlah tahun yang dianalisis

PORTER'S DIAMOND

Dalam analisis ini terdapat dua komponen, yaitu komponen utama dan pendukung. Secara bersama komponen tersebut membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan kompetitif. *Porter's Diamond* menjelaskan terdapat empat komponen utama yang berkaitan keunggulan kompetitif yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung serta strategi, struktur, dan persaingan antar industri. Selain itu terdapat

komponen pendukung yang berkaitan secara tidak langsung dengan keunggulan kompetitif pisang yaitu peran pemerintah dan peran peluang (Porter, 1990).

HASIL DAN PEMBAHASAN

DAYA SAING KOMPARATIF PISANG INDONESIA DI TIAP NEGARA TUJUAN

Nilai RCA yang diperoleh menentukan terukurnya daya saing atau keunggulan komparatif. Berdasarkan hasil analisis RCA yang telah dilakukan dalam periode 2000-2019, dapat diketahui bahwa komoditas pisang Indonesia memperoleh daya saing kuat atau mempunyai keunggulan komparatif pada pasar Malaysia dengan nilai rata-rata RCA yang didapatkan lebih dari satu (> 1) dan berdaya saing lemah di pasar Singapura, Jepang dan Arab Saudi dengan nilai rata-rata RCA yang didapatkan kurang dari satu (< 1).

Tabel 1. Hasil Estimasi Daya Saing Komparatif (RCA) Pasar Tujuan Pisang (HS 0803) Indonesia Tahun 2000-2019

Tahun	Singapore	Jepang	Malaysia	Arab Saudi
2000	002	0.02	11.08	0.00
2001	0.05	0.00	1.96	0.00
2002	0.24	0.00	0.50	0.00
2003	0.06	0,00	9.05	0.00
2004	0.09	0.00	0.74	0.01
2005	0.06	0.00	1.77	0.01
2006	0.01	0.00	0.02	0.03
2007	0.05	0.00	2.13	0.02
2008	0.20	0.00	1.99	0.03
2009	0.02	0.00	0.01	0.11
2010	0.02	0.00	0.35	0.01
2011	0.02	0.00	0.36	0.13
2012	0.00	0.00	0.21	0.01
2013	0.02	0.00	0.24	0.34
2014	0.05	0.00	0.59	0.53
2015	0.01	0.07	2.14	0.72
2016	0.05	0.16	3.82	0.23
2017	0.33	0.06	3.84	0.12
2018	0.56	0.06	2.84	0.19
2019	0.27	0.08	2.98	0.00
Rata-rata	0.11	0.02	2.33	0.13

Sumber: Analisis Data Sekunder (diolah)

Tabel 1 menampilkan bahwa komoditas pisang mempunyai nilai daya saing yang bervariasi di tiap pasar maupun di tiap tahunnya. Pisang Indonesia dengan nilai rata-rata RCA terbesar didapatkan oleh pasar Malaysia sebesar 2,331, sementara nilai yang terendah didapatkan oleh pasar Jepang sebesar 0,022. Pasar Singapura, Jepang dan Arab Saudi memperoleh nilai rata-rata RCA < 1 tiap nilainya sebesar 0,107; 0,022; dan 0,125; sehingga ketiga pasar tersebut diartikan berdaya saing lemah atau dengan kata lain tidak memiliki keunggulan komparatif yang baik. Jika dilihat secara keseluruhan pisang Indonesia di pasar tujuan tidak berdaya saing komparatif karena dari empat pasar tersebut hanya satu pasar yang memperoleh nilai rata-rata RCA > 1.

Pada periode tahun 2000 dan 2003 terdapat nilai RCA terbesar dari pasar Malaysia yang mencapai nilai RCA di angka 11,085 dan 9,048. Hal ini mengidentifikasi pisang Indonesia memiliki daya saing atau keunggulan komparatif di pasar Malaysia. Nilai tersebut juga menjadi sekaligus nilai tertinggi untuk komoditas pisang Indonesia selama periode di antara tiap negara tujuan. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat periode tersebut Indonesia mampu untuk mengelola pasar Malaysia dengan baik terutama dalam menghadapi persaingan komoditas tersebut seperti negara Filipina, Ekuador dan Thailand. Kemudian di periode berikutnya pada tahun 2001 nilai RCA di pasar Malaysia menyusut tajam menjadi 1,957 yang jauh dari angka periode sebelumnya di tahun 2000 yaitu 11,085. Begitu juga terjadi di tahun 2004 terjadi penurunan tajam dengan nilai 0,738 yang jauh dari angka periode sebelumnya di tahun 2003 yaitu 9,048.

Analisis seperti ini juga pernah dilakukan oleh Pradipta & Firdaus (2014) dalam menganalisis daya saing ekspor buah-buahan Indonesia termasuk buah pisang dengan sembilan negara tujuan ekspor, yaitu Iran, Malaysia, Hongkong, Korea, Jepang, Uni Emirat Arab, Singapura, Arab Saudi, dan Amerika Serikat pada periode 2003 hingga 2012. Hasil penelitian Pradipta & Firdaus (2014) menyatakan bahwa Malaysia merupakan negara yang ber-

potensi besar akan ekspor pisang Indonesia terlihat dari nilai rata-rata RCA yang diperoleh sebesar 1,41 yang artinya, Indonesia memiliki daya saing secara komparatif atau berdaya saing kuat pada negara Malaysia. Sisanya pada negara tujuan yang sama yaitu Singapura, Jepang dan Arab Saudi pisang Indonesia berdaya saing lemah.

Selain itu dalam penelitian Pratiwi (2019) juga memperoleh hasil bahwa pisang Indonesia berdaya saing kuat di negara Malaysia dan Kuwait. Meskipun terdapat dua negara tujuan yang berdaya saing kuat akan tetapi secara keseluruhan pisang Indonesia di pasar dunia tidak berdaya saing secara komparatif. Keadaan ini disebabkan oleh nilai RCA yang didapatkan < 1. Menurut Nurhayati *et al*, (2019) bila nilai RCA yang didapatkan < 1 menandakan bahwa negara Indonesia tidak berspesialisasi atas komoditas tersebut di negara tujuan dengan kata lain berdaya saing lemah dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya di negara tujuan.

POSISI PASAR KOMODITAS PISANG INDONESIA DI PASAR TUJUAN

Posisi pasar komoditas pisang Indonesia di pasar tujuan dengan menggunakan EPD dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan hasil perhitungan EPD yang terlihat pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa komoditas pisang Indonesia memiliki posisi pasar yaitu *falling star* dan *rising star*. Pisang Indonesia hanya memperoleh posisi pasar *rising star* pada satu pasar tujuan yaitu pasar Malaysia, terlihat dari nilai rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor di sumbu horizontal (X) dan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar produk di sumbu vertikal (Y) keduanya bernilai positif, masing-masing sebesar 1056,29 persen dan 3,59 persen. Hal ini bermakna bahwa pertumbuhan pangsa ekspor negara tersebut bersifat kompetitif dan pertumbuhan pangsa pasar pisangnya bersifat dinamis. Hal tersebut juga memperlihatkan bahwa komoditas pisang menempati pasar yang ideal, yaitu terjadinya peningkatan pertumbuhan pangsa ekspor berbanding lurus dengan peningkatan pangsa

Tabel 2. Hasil Estimasi Posisi Pasar (EPD) Pisang (HS 0803) Indonesia di Pasar Tujuan Tahun 2000-2019

Negara Importir	Nilai EPD		Posisi Pasar
	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%) (Sumbu X)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%) (Sumbu Y)	
Singapura	135,04	-1,29	<i>Falling star</i>
Jepang	58523,69	-2,56	<i>Falling star</i>
Malaysia	1056,29	3,59	<i>Rising star</i>
Arab Saudi	502,86	-2,01	<i>Falling star</i>

Sumber : Analisis Data Sekunder (diolah)

pasar komoditas pisang (Sukirno dan Romdhon, 2020).

Sementara posisi pasar *falling star* didapatkan oleh pasar Singapura, Jepang dan Arab Saudi, yang pertumbuhan pangsa pasar produknya bernilai negatif alias mengalami penurunan. Di ketiga pasar itu ekspor pisang Indonesia mengalami pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang baik karena bernilai positif. Hal ini dapat ditafsirkan bahwa nilai ekspor total Indonesia ke pasar cenderung menurun dibandingkan dengan nilai ekspor total dunia ke pasar setiap tahunnya (Nurhayati *et al.* 2019).

Perhitungan analisis EPD terhadap pisang Indonesia juga pernah dilakukan oleh Pradipta dan Firdaus (2014). Penelitian Pradipta dan

Firdaus (2014) menggunakan tahun analisis 2003 hingga 2012 dengan empat pasar tujuan yang sama yaitu Singapura, Malaysia, Jepang, dan Arab Saudi. Pada penelitian tersebut pisang Indonesia mendapati posisi *rising star* pada pasar Singapura, Malaysia, Jepang, dan Arab Saudi.

Pada tabel 2 telah menunjukkan hasil analisis perhitungan EPD pisang Indonesia di tiap negara tujuan ekspor tahun 2000 hingga 2019. Hasil perhitungan tersebut kemudian dikonversikan ke dalam kuadran posisi pasar EPD, sehingga dapat diketahui lebih jelas dimana posisi pasar pisang Indonesia di negara tujuan ekspor selama periode 2000 hingga 2019, seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Posisi Pasar Pisang Indonesia di Pasar Tujuan Tahun 2000-2019

Sumber: Analisis Data Sekunder (diolah)

Berdasarkan Gambar 2. menunjukkan posisi pasar dalam kuadran atau matriks EPD, terlihat satu negara yang menduduki posisi pasar *rising star* yaitu Malaysia. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pisang Indonesia dapat memanfaatkan dan memiliki peluang pasar dengan baik buat meningkatkan permintaan terhadap pisang Indonesia ke pasar negara Malaysia serta mempertahankan posisi tersebut. Menurut Nayantakaningtyas *et al.* (2017) kondisi *rising star* merupakan kondisi ideal yang artinya Indonesia memperoleh pangsa pasar yang dinamis untuk komoditas yang tumbuh atau meningkat pesat.

Negara Singapura, Jepang dan Arab Saudi menduduki posisi pasar *falling star* yang menunjukkan terjadinya peningkatan pangsa pasar ekspor namun permintaan ekspor untuk komoditas pisang menurun. Hal tersebut disimpulkan bahwa pada posisi ini Indonesia kurang cukup maksimal untuk memenuhi permintaan pisang pada ketiga negara pengimpor. Serta pisang Indonesia akan kalah bersaing dengan pisang dari negara pengimpor lainnya. Menurut Immanuel *et al.* (2019) kondisi *falling star* merupakan posisi pasar yang menunjukkan peristiwa peningkatan nilai pangsa pasar suatu produk, meskipun tidak terjadi pada komoditas di pasar yang dinamis.

DAYA SAING KOMPETITIF PISANG INDONESIA

Setelah melakukan analisis untuk melihat daya saing dengan pendekatan komparatif dan posisi pasar ekspor pisang Indonesia, berikutnya dilakukan analisis daya saing kompetitif Indonesia dengan metode *Porter's Diamond* untuk melihat kondisi peluang ekspor.

Kondisi Faktor

a. Sumber Daya Alam

Pada tahun 2019, luas lahan pisang Indonesia seluas 105,801 hektar (BPS, 2020). Berdasarkan data pada Direktorat Jenderal Hortikultura (2019) dilihat dari produksi pisang,

sentra produksi pisang di Indonesia pada tahun 2019 ada di 5 provinsi, yaitu Jawa Timur (2.116.974 ton), Jawa Barat (1.220.174 ton), Lampung (1.209.545 ton), Jawa Tengah (621.536 ton), dan Banten (257.342 ton).

Menurut Suhartanto *et al.* (2012) tanaman pisang bisa tumbuh serta berbuah dengan baik pada *altitude* dibawah 800 m - 1.000 m dpl yang memungkinkan masih bisa tumbuh. Suhu yang optimal untuk membudidayakan pisang berkisar antara 26°C hingga 28°C. Ukuran keasaman tanah yang sesuai dengan pertumbuhan pohon pisang yaitu berpH 4,5-8,5. Jenis tanah yang cocok dalam pembudidayaan pohon pisang yaitu tanah yang berciri solum dalam, berdrainase baik namun bukan tanah tergenang, serta kandungan humus tinggi seperti tanah aluvial atau tanah vulkanik. Serta, iklim tropis basah, panas dan lembab bisa membantu pertumbuhan pisang. Namun di daerah yang subtropis pisang masih dapat tumbuh (Distan Prov Jogja, 2002).

b. Sumber Daya Manusia

Berdasarkan data Kementerian Pertanian (2020) menyatakan bahwa subsektor hortikultura menempati posisi penyerapan tenaga kerja terkecil dibandingkan subsektor lainnya di lingkup pertanian. Subsektor hortikultura menyerap tenaga kerja sebanyak 3.884.284 orang atau sebesar 11 persen dari total tenaga kerja yang bekerja pada lingkup pertanian. Tenaga kerja yang bekerja pada subsektor hortikultura berdasarkan tingkat pendidikan yang paling mendominasi adalah tingkatan pendidikan dasar (termasuk tidak sekolah, tidak lulus SD, SD dan SLTP) sebesar 82 persen atau sebanyak 3.196.551 orang, sementara untuk tingkatan tertinggi yaitu pendidikan tinggi (termasuk diploma dan sarjana) hanya sebanyak 2 persen atau 89.381 orang.

Menurut Hindersah dan Suminar (2019), keterampilan maupun pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usahatani sendiri masih kurang. Terdapat sejumlah hal yang mengakibatkan hal tersebut, seperti: 1) Tentang budidaya pisang yang baik belum pernah disampaikan oleh pihak yang berwenang yaitu Dinas Pertanian setempat meskipun

telah diterbitkan dokumen mengenai metode budidaya tanaman pisang yang baik oleh pemerintah, 2) Budidaya pisang masih dianggap kurang penting oleh pelaku usahatani untuk dijadikan sumber pendapatan dibandingkan kegiatan ekonomi lainnya dan 3) Pelaku usahatani membiarkan pisang tetap berbuah meski tidak dipelihara.

c. Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Varietas unggul berkontribusi dalam meningkatkan produktivitas. Melalui Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika (Balitbu Tropika), Badan Litbang Pertanian (Balibangtan) berupaya menghasilkan inovasi varietas unggul dan teknologi melalui Conventional breeding. Conventional breeding tersebut menghasilkan varietas pisang INA 03 yang resistan terhadap penyakit layu fusarium, penyakit utama yang menyerang tanaman pisang segar (Swadayaonline.com, 2021). Kemudian terdapat varietas yang diekspor antara lain pisang ambon (sentra di Jawa), cavendish (sentra di Lampung), pisang mas (sentra di Jawa Timur), dan pisang kirana (sentra di Lumajang) (Pustadin Kementerian Pertanian, 2018).

Pada umumnya, budidaya pisang Indonesia hanya berskala rumah tangga (tanaman perkarangan) atau dengan perkebunan yang sangat kecil yang kurang cukup intensif (Saputro dan Mustika, 2015; Mahendra *et al.* 2020). Serta penggunaan teknologi budidaya pisang masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa teknik budidaya pisang tidaklah terlalu sulit. Pelaku usahatani juga belum menerapkan metode terstandar yang diterbitkan oleh pihak instansi yang berwenang dikarenakan tidak dapat penyuluhan mengenai budidaya pisang yang baik dari instansi setempat. Adanya hal tersebut pelaku usahatani hanya sekedar menanam pisang serta menjadikannya sebagai tanaman sela (tanaman lain di sela-sela tanaman pokok) tanpa memperhatikan cukup tidaknya nutrisi yang diberikan maupun pemeliharaannya sehingga menyebabkan produksi pisang belum optimal. Akan tetapi beberapa pelaku usahatani masih

menanam pisang sebagai tanaman utamanya (Hindersah dan Suminar, 2019).

d. Sumber Daya Modal

Dukungan untuk memperbaiki serta meningkatkan kualitas maupun jaminan mutu pisang Indonesia diperlukannya beberapa lembaga-lembaga keuangan untuk ikut serta. Adanya lembaga keuangan ini diharapkan bisa memperkuat permodalan UKM serta peningkatan produktivitas yang dihasilkan dapat bersaing di lingkup ekspor. Berikut ini beberapa lembaga keuangan yang memberi akses modal:

- a. Bank BRI Unit Tabek Patah Cabang Batusangkar Sumatera Barat memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam mendukung pembiayaan pelaku usaha UMKM dengan usaha layak dan menguntungkan, seperti usaha keripik dan sale pisang (Arisandi *et al.* 2017).
- b. Terdapat 7 Bank Umum dan 26 Bank Pembangunan Daerah (BPD) sebagai pelaksana Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah untuk usaha budidaya pisang yang mendukung peningkatan kesejahteraan petani (Direktorat Pembiayaan Pertanian, 2013).

Setelah penjelasan di atas mengenai sumber daya modal yang membantu pengembangan pisang, maka dapat disimpulkan bahwa kelembagaan permodalan pendukung usahatani pisang masih belum banyak dirasakan oleh pelaku usahatani. Salah satu kendala belum optimal budidaya pisang yang dilakukan ialah keterbatasan modal oleh pelaku usahatani (Suyanti *et al.* 2014; Hindersah dan Suminar, 2019).

Kondisi Permintaan

a. Kondisi Permintaan Domestik

Berdasarkan data Kementerian Pertanian (2020) menunjukkan bahwa konsumsi domestik komoditas pisang Indonesia menurun semenjak tahun 2019 sebesar 88 persen menjadi 6.925 kg/kapita/tahun dibandingkan tahun 2018 yang mencapai 59.912 kg/kapita/tahun. Kemudian terjadi penurunan kembali pada

Tabel 3. Konsumsi Domestik Buah-Buahan Indonesia Tahun 2016-2020

Tahun	Konsumsi (kg/kapita/tahun)					
	Pisang	Jeruk	Rambutan	Pepaya	Duku	Semangka
2016	5.892	3.598	4.380	2.868	1.251	2.242
2017	9.907	3.494	0.782	5.319	0.313	1.929
2018	59.912	3.337	5.423	2.764	5.475	1.460
2019	6.925	4.433	3.661	3.043	4.067	1.737
2020	6.598	3.301	3.684	3.058	4.232	1.896

Sumber : Kementan, 2020

tahun 2020 sebesar 5 persen atau sebanyak 327 kg/kapita/tahun. Meskipun konsumsi per kapita pisang mengalami penurunan pada tahun tertentu tetapi pisang menjadi buah yang tetap paling banyak dikonsumsi daripada buah lainnya. Berikut ini merupakan data mengenai konsumsi domestik beberapa buah-buahan di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan melalui data pada Tabel 3.

b. Kondisi Permintaan Ekspor

Berdasarkan data *Trade Map* (2019) dan *UN Comtrade* (2020) mengenai kondisi permintaan ekspor pisang dikuasai oleh pasar di bagian Asia dan Timur Tengah terdiri dari negara Arab Saudi, Brunei Darusallam, China, India, Jepang, Kuwait, Malaysia, Oman, Qatar, Republik Korea, Singapura, Timor Leste dan Uni Emirat Arab. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jangkauan pasar ekspor pisang Indonesia belum luas. Pada tahun 2016, sempat terjadi fenomena yang sama sehingga Kementan berupaya melakukan inovasi untuk meningkatkan ekspor pisang Indonesia melalui penerobosan pasar ke negara-negara di Timur Tengah maupun Asia serta tidak menutup peluang ke pasar Eropa Timur, Uni Eropa, dan Rusia (Kementan, 2016).

Tabel 4. Indikator Perdagangan Pisang Indonesia Tahun 2019

Indikator perdagangan	HS 0803
Volume ekspor pisang indonesia (kg)	22,766,331
Volume impor pisang ke indonesia (kg)	4,242
Volume ekspor pisang dunia (kg)	22,438,265,296
Neraca perdagangan (USD)	\$ 11,323,912
Share dalam ekspor dunia (%)	10

Sumber: Analisis Data Sekunder (diolah)

Terlihat pada Tabel 4, menunjukkan bahwa neraca perdagangan pisang di Indonesia tahun 2019 memiliki neraca perdagangan yang bernilai positif. Hal tersebut juga membuktikan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan dalam negeri masih dapat terselamatkan melalui *supply* dalam negeri yang tercermin dari volume ekspor lebih besar daripada volume impor. Peran Indonesia sebagai produsen di pasar internasional tercermin dari nilai *share* dalam ekspor dunia, nilai yang didapatkan bernilai kecil sebesar 10 persen untuk buah pisang. Hal tersebut menegaskan bahwa peran Indonesia dalam pemenuhan kebutuhan pisang di pasar internasional masih kecil.

Industri Terkait dan Pendukung

Perkembang mengenai industri terkait maupun pendukung sudah tergolong baik. Hal ini ditandai dengan berlimpahnya produk turunan dari pisang Indonesia. Produk turunan tersebut merupakan produk yang mengubah pisang dari bentuk segar menjadi produk pangan yang berkualitas, tahan dalam jangka waktu panjang, meningkatkan nilai tambah (nilai jual) serta menciptakan sebuah inovasi dalam mengkonsumsi pisang supaya pelaku konsumen tidak mudah bosan. Adanya produksi dalam bentuk olahan dapat meningkatkan nilai tambah pisang, dan menjadi kesempatan pelaku usaha untuk mampu bersaing pada kelas industri dalam negeri (Qurniati *et al.* 2020). Produk turunan pisang antara lain dodol pisang, selai pisang, keripik pisang dan lain sebagainya (Hartoyo *et al.* 2019).

Berlandaskan hasil riset yang sudah dilaksanakan oleh Aprilyanto (2015) terdapat beberapa UKM keripik buah pisang yang diamati, antara lain UKM keripik buah pisang Burnosari dan Mekasari. UKM keripik buah pisang Burnosari berlokasi di Lumajang telah melakukan ekspor ke pasar internasional, yaitu negara Korea Selatan Singapura, dan Uni Emirat Arab. Kemudian UKM keripik buah pisang Mekasari berlokasi di Sidoarjo dan Trenggalek juga turut melakukan ekspor ke negara Filipina, Malaysia, Singapura, Taiwan, dan negara lain yang berada di timur tengah. Adanya kegiatan ekspor tersebut dapat memperpendek aliran pemasaran sehingga dapat meningkatkan surplus produsen maupun konsumen.

Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019b), jumlah perusahaan hortikultura tahun 2019 sebanyak 117 perusahaan, turun sebesar 15,22 persen (21 perusahaan) dibandingkan tahun 2018. Sebagian besar perusahaan berada di Pulau Jawa. Jumlah perusahaan di Pulau Bali, Jawa dan Nusa Tenggara terus mengalami penurunan sejak tahun 2015 walaupun perusahaan di Pulau Jawa pada tahun 2018 sedikit meningkat. Sedangkan jumlah perusahaan di Pulau Kalimantan, Sulawesi, Sumatera, Papua, dan Maluku terus mengalami penurunan sejak tahun 2015. Jumlah usaha hortikultura lainnya pada tahun 2019 adalah 317 usaha.

Persentase perusahaan hortikultura di tahun 2019 yang mengusahakan tanaman buah-buahan sebesar 28,21 persen. Sementara persentase usaha hortikultura lainnya yang mengusahakan tanaman buah sebesar 51,74 persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kepemilikan usaha buah-buahan tahun 2019 di Indonesia lebih didominasi oleh kategori usaha hortikultura lainnya.

Peran Pemerintah

Pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan dan lembaga yang telah membantu pengembangan pisang di Indonesia, diantaranya:

1. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 175 Tahun 2011 tentang pengenaan Bea masuk antidumping (BMAD) terkait impor pisang jenis Cavendish berasal dari Filipina. Adanya pengenaan Bea masuk antidumping (BMAD) dapat mampu mengurangi impor dumping pisang tersebut, sehingga di tahun 2013 Indonesia tidak lagi melakukan impor pisang jenis Cavendish berasal dari Filipina.
2. Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2012 tentang Rekomendasi Impor Produk Horti-kultura (RIPH) dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2012 tentang Ketentuan Impor Produk Hortikultura. Adanya peraturan ini telah berdampak pada penurunan volume maupun nilai impor pisang dari tahun 2012 dengan volume impor sebesar 1.922.125 kg dengan nilai impor senilai 1.142.694 USD menjadi 336.799 kg dengan nilai impor senilai USD 265.669 di tahun 2013.
3. Adanya bantuan arahan untuk pelaku usahatani dalam mengembangkan produknya oleh Lembaga Badan Karantina Pertanian. Terbentuknya Lembaga Badan Karantina Pertanian bertujuan supaya produk yang diproduksi atau dihasilkan sesuai dengan standar pasar internasional.

Peran Kesempatan

Di sisi lain, dari sisi peluang masih terlihat adanya peluang yang terbuka sangat lebar untuk pengembangan pisang Indonesia. Adanya bagian dari *Free Trade Agreement New-Age* yaitu Indonesia-Japan *Economic Partnership Agreement* (IJEPA) (Nurjanah, 2018). IJEPA ialah suatu kemitraan ekonomi antara Indonesia dan Jepang untuk menjalin kesepakatan dan bagian FTA babak baru yang terdapat 13 isu yang komprehensif serta bersifat

World Trade Organization Plus serta peningkatan kapasitas (bagian dari *partnership agreement*). IJEPA sendiri dapat Indonesia manfaatkan untuk meningkatkan ekspor pisang Indonesia ke Jepang. Selain itu, adanya diversifikasi turunan pisang yang melihat situasi inovasi yang selalu berkembang. Indonesia juga sebagai salah satu produsen dan pemasok pisang yang sudah terkenal dan tembus ekspor dengan brand Pisang Cavendish Sunpride yang berlokasi terletak di Lampung, Sumatra Selatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Hasil daya saing pisang Indonesia melalui pendekatan keunggulan komparatif dengan menggunakan analisis RCA, menunjukkan bahwa pisang Indonesia berdaya saing kuat atau memiliki keunggulan komparatif hanya di satu pasar yaitu pasar Malaysia. Hasil analisis dengan analisis EPD diketahui bahwa posisi pasar komoditas pisang Indonesia di pasar tujuan ekspor menempati posisi *rising star* dan *falling star*. Sementara, hasil analisis *Porter's Diamond* dalam menyusun keunggulan kompetitif pisang Indonesia mendapatkan bahwa kondisi faktor terkait sumber daya alam, serta industri terkait dan pendukung, permintaan domestik serta peran pemerintah memiliki keunggulan kompetitif bagi Indonesia untuk meningkatkan potensi ekspor pisang dengan kode HS 0803 (*bananas, including plantains, fresh or dried*).

SARAN

Implikasi kebijakan yang dapat diterapkan dalam rangka peningkatan daya saing pisang Indonesia adalah meningkatkan produktivitas salah satu upayanya dapat dilakukan ialah menerapkan inovasi teknologi dalam teknik budidaya sehingga mutu pisang yang dihasilkan sesuai dengan permintaan dalam negeri maupun di luar negeri. Kemudian upaya melakukan riset pasar negara pesaing dan preferensi konsumen di pasar

luar negeri serta melakukan diversifikasi produk selain sebagai bahan segar menjadi dalam bentuk olahan sehingga diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan menambah nilai tambah ekspor pisang Indonesia. Terakhir, perlu dilakukannya penyuluhan dan sosialisasi pengetahuan mengenai budidaya pisang yang baik atau ekspor sehingga mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang pasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar Global Tahun 2002-2017. *Journal of Social and Agricultural Economics (JSEP)*, 12(2): 1-16. DOI: <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.11271>
- Aprilyanto, D. S. 2015. Exploring the Internationalization Process Model of An Indonesian Product Case Study: Fruit Chips SMES [tesis]. Bogor: Sekolah Program Bisnis, Institut Pertanian Bogor.
- Arisandi, H., Caska, & Haryana, G. (2017). Analisis Kredit Usaha Rakyat (KUR) at Bank BRI Unit Tabek Patah Cabang Batusangkar. *Jurnal Online Mahasiswa FKIP*, 4(1): 1-8.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. Statistik Perusahaan Hortikultura dan Usaha Hortikultura Lainnya. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Hortikultura 2019. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2): 99-123. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- [BAPPENAS] Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2009. Perdagangan dan Investasi di Indonesia: Sebuah Catatan tentang Daya Saing dan

- Tantangan ke Depan. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. Jakarta.
- Basri, F., & Munandar, H. 2010. Dasar-dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan dan Aplikasi Metode Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Direktorat Pembiayaan Pertanian. 2013. Pedoman Teknis Kredit Usaha Rakyat (KUR) Sektor Pertanian. Direktorat Pembiayaan Pertanian. Jakarta.
- [Distan] Dinas Pertanian Provinsi Jogja. 2002. Tentang Budidaya Pertanian Pisang (Musa spp). Dinas Pertanian Provinsi Jogja. Yogyakarta.
- Estherhuizen. 2006. Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. South Africa: University of Pretoria.
- [FAO] Food Agricultural Organization. 2018. World Banana Production Data. <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>. [13 February 2021].
- Fortunika, S. O., Istiyanti, E., & Sriyadi, S. (2017). Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian Kabupaten Banjarnegara. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2): 119-127. DOI: <https://doi.org/10.18196/agr.3252>
- Hartoyo, Koswara, S., Sulassih, & Megawati, L. R. (2019). Peningkatan Nilai Tambah Usaha Olahan Keripik Pisang di Desa Tenajar, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3): 251-257. DOI: <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.3.251-257>
- 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. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.02.04.210.21776/ub.jepa.2018.002.04.2>
- Hindersah, R., & Suminar, E. (2019). Kendala dan Metode Budidaya Pisang di Beberapa Kebun Petani Jawa Barat. *Agrologia*, 8(2): 55-62. DOI: <https://doi.org/10.30598/a.v8i2.1010>
- Immanuel, Suharno, & Rifin, A. (2019). The Progressive Export Tax and Indonesia's Palm Oil Product Export Competitiveness. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 13(2): 211-232. DOI: <https://doi.org/10.30908/bilp.v13i2.417>
- [Kemenko Perekonomian] Kementerian Koordinator Perekonomian. (2020). Pisang Jadi Andalan Pemerintah Tingkatkan Ekspor dan Majukan Pertanian Daerah (Siaran Pers). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/130/pisang-jadi-andalan-pemerintah-tingkatkan-ekspor-dan-majukan-pertanian-daerah>. [11 February 2021].
- [Kementan] Kementerian Pertanian. (2016). Outlook Komoditas Pisang. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. 2019a. Statistik Pertanian 2018. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. 2019b. Statistik Pertanian 2019. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. 2020. Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2020. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. 2021. Kontribusi PDB Sektor Pertanian Atas Harga Konstan Tahun Dasar 2010 (dalam persen) di Indonesia Tahun 2014-2020. Kementerian Pertanian. Jakarta. <http://aplikasi2.pertanian.go.id/pdb/rekappdbkontri.php>. [19 February 2021].
- Liputan 6. 2020. Raup Devisa, Pemerintah Genjot Ekspor Pisang Cavendish. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4395939/raup-devisa-pemerintah-genjot-ekspor-pisang-cavendish>. [15 April 2021].

- Lubis, A. (2013). Daya Saing, Kinerja Perdagangan, dan Dampak Liberalisasi Produk Kehutanan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 7(1): 37-54. DOI: <https://doi.org/10.30908/bilp.v7i1.99>
- Mahendra, F. I., Wisnujati, N. S., & Siswati, E. (2020). Analisis Ekspor Pisang Raja di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 20(1): 27-40. DOI: <https://doi.org/10.30742/jisa.v20i1.973>
- 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. DOI: <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. DOI: <https://doi.org/10.21002/jepi.v19i2.847>
- Nurjanah, S. (2018). Dampak Ekspor Pisang Indonesia ke Jepang dalam Rangka Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP*, 5(1): 1-12. DOI: <https://doi.org/10.22146/bb.37933>
- Pak Tani. 2019. Melihat Potensi Ekspor Pisang Indonesia di Pasar Internasional. <https://paktanidigital.com/artikel/potensi-ekspor-pisang-indonesia-pasar-internasional>. [4 March 2021].
- Porter, M. 1990. *The Competitive Advantage of Nations: with A New Introduction*. New York: The Free Press.
- Pradipta, A., & Firdaus, M. (2014). Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 11(2): 129-143. DOI: <https://doi.org/10.17358/jma.11.2.129-143>
- Pratiwi, H. A. B. 2019. Analisis Daya Saing Buah-Buahan Tropis Indonesia [skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- [Pustadin Kementan] Pusat Data dan Informasi Kementerian Pertanian. 2018. *Perbandingan Ekspor Komoditas Pisang Tahun 2016-2017*. Jakarta.
- Qurniati, R., Duryat, Prasetia, H., & Hartati, F. (2020). Olahan Pisang Sebagai Penunjang Ekonomi Masyarakat di Sekitar Gunung Rajabasa Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J-ABDIPAMAS)*, 4(2): 117-124. DOI: <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v4i2.1217>
- Raswatie, F. (2014). Hubungan Ekspor - Produk Domestik Bruto (PDB) di Sektor Pertanian Indonesia. *Journal of Agriculture, Resource and Environmental Economics*, 1(1): 28-42. DOI: <https://doi.org/10.29244/jaree.v1i1.11288>
- Republika.co.id. 2020. Ekspor Hortikultura Bisa Melejit Hingga Rp 23 Triliun. <https://www.republika.co.id/berita/q4yej6349/ekspor-hortikultura-bisa-melejit-hingga-rp-23-triliun/> [31 January 2021].
- Saputro, K. D., & Mustika, M. D. S. (2015). Volume Ekspor Komoditas Pisang Indonesia Periode 1989-2013 dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4(8): 951-978.
- Suhartanto, R., Sobir, & Harti, H. 2012. *Teknologi Sehat Budidaya Pisang: Dari Benih sampai Pasca Panen*. Bogor: Pusat Kajian Hortikultura Tropika LPMM-IPB.
- Sukirno, S., & Romdhon, M. M. (2020). Analisis Daya Saing Komparatif CPO Indonesia di Negara Tujuan Utama. *Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 1(1): 1-8. DOI: <https://doi.org/10.48093/jimanggis>
- Suyanti, E., Santoso, H., & Adawiyah, R. (2014). Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Petani Pisang Ambon (Musa paradisiaca) di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 2(3): 253-261. DOI: <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v4i2.1217>

<https://doi.org/10.23960/jiia.v2i3.253-261>

Swadayaonline.com. 2021. Pengembangan Pisang Sebagai Komoditas Unggulan Ekspor Indonesia. <https://www.swadayaonline.com/artikel/8717/Pengembangan-Pisang-Sebagai-Komoditas-Unggulan-Ekspor-Indonesia/>. [21 May 2021].

Tambunan, T. 2001. *Industrialisasi di Negara Sedang Berkembang Kasus Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

[Trade Map]. Trade Statistics for International Business Development. 2019. Export and Import Data. <https://www.trademap.org>. [15 March 2021]

[UN Comtrade] United Nations Comodity Trade Statistics Database. 2020. Export and Import Data. <https://comtrade.un.org/data>. [16 March 2021].

Widianingsih, W., Suryantini, A., & Irham, I. (2015). Kontribusi Sektor Pertanian Pada Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Barat. *Agro Ekonomi*, 26(2): 206–218. DOI: <https://doi.org/10.22146/agroekonomi.17272>

Wijayanti, S. R. 2018. *Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Ekspor Pisang Indonesia* [skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.