

POSISI DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI EKSPOR BUAH-BUAHAN INDONESIA

Amalia Pradipta^{*)1} dan Muhammad Firdaus^{*)}

^{*)}Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper, Wing 4 Level 5, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

ABSTRACT

The success of competitiveness of Indonesian fruits export in the destination countries is determined by comparative and competitive advantage and other factors. Revealed Comparative Advantage (RCA) and Export Product Dynamic (EPD) are used in this research to analyze the position of competitiveness of Indonesian fruits export. This research also uses panel gravity model to analyze the factors which affect the export volume of Indonesia fruits (mango, mangosteen, rambutan, banana, and melon). The results from EPD and RCA method show that fruits which have the highest comparative and competitive advantage in destination countries and the world are mangoesteen, mango, and guava. Indonesian fruit which lost its opportunity to compete in the destination countries is strawberry. The results of this research shows that the factors which influence the export of Indonesian fruits to the destination countries are export price, population, economic distance, real GDP and GDP per capita, real exchange rate, Indonesian consumer price index, and dummy variable of crisis which happened in Europe.

Keywords: competitiveness, EPD, gravity model, RCA

ABSTRAK

Keberhasilan daya saing ekspor buah Indonesia di negara tujuan ditentukan oleh keunggulan komparatif dan kompetitif serta faktor lainnya. Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Export Product Dynamic (EPD) digunakan untuk menganalisis posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia. Pada penelitian ini digunakan analisis data panel gravity model untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi aliran volume ekspor buah-buahan Indonesia (mangga, manggis, rambutan, pisang, dan melon). Pada metode Export Product Dynamic (EPD) dan Revealed Comparative Advantage (RCA) menunjukkan bahwa buah yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif tertinggi di negara tujuan dan dunia adalah buah manggis, mangga, dan jambu. Ekspor buah Indonesia yang kehilangan kesempatan dalam bersaing di negara tujuan adalah stroberi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi aliran ekspor buah Indonesia ke negara tujuan meliputi harga ekspor, populasi, jarak ekonomi, GDP riil dan per kapita, nilai tukar riil, indeks harga konsumen Indonesia, dan variabel dummy krisis yang terjadi di Eropa.

Kata kunci : Daya saing, EPD, gravity model, RCA

¹ Alamat Korespondensi:

Email: amalia_pradipta@yahoo.com

PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, Indonesia tentu memiliki banyak potensi pada sektor pertanian yang berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta bagi peningkatan devisa dalam kegiatan ekspor di pasar internasional. Selama tahun 2008–2012, kontribusi sektor pertanian terhadap PDB merupakan terbesar kedua setelah sektor industri pengolahan dengan rata-rata kontribusi sebesar 14,84 % (Kementan, 2012).

Salah satu subsektor pertanian adalah hortikultura yang terdiri dari tanaman hias, tanaman obat, sayuran, dan buah-buahan. Komoditas buah-buahan memiliki kontribusi terbesar bagi PDB hortikultura selama lima tahun terakhir dengan rata-rata kontribusi sebesar 54,7%, sedangkan kontribusi terkecil ditempati oleh tanaman obat dengan rata-rata kontribusi sebesar 4,26%. Posisi kedua dan ketiga ditempati oleh sayuran dan tanaman hias yang masing-masing memiliki rata-rata kontribusi sebesar 34,33% dan 6,75%.

Banyaknya buah unggulan Indonesia dan besarnya potensi ekspor diharapkan dapat meningkatkan posisi Indonesia yang saat ini menempati peringkat 41 terbesar di dunia sebagai eksportir buah (Kompas, 2013). Tingkat produksi, produktivitas, dan luas panen buah Indonesia kerap kali menentukan potensi seberapa besar kemampuan bersaing dengan eksportir buah lain dalam menguasai pangsa pasar ekspor buah di negara tujuan maupun dunia. Semakin tingginya produksi dan produktivitas buah maka potensi eksportnya akan semakin tinggi. Selama tahun 2008–2012 produksi buah-buahan Indonesia cenderung mengalami peningkatan, sedangkan penurunan secara signifikan hanya terjadi pada tahun 2010, yaitu sebesar 15.490.373 ton.

Selama 2003–2012 permintaan buah-buahan Indonesia ke dunia cenderung meningkat, namun pada tahun 2004 ekspor buah-buahan berdasarkan volumenya mengalami penurunan secara signifikan sebesar 14.804.577 kg dikarenakan pada saat itu pertumbuhan volume ekspor mengalami penurunan sebesar 41,88%, sedangkan harga ekspor buah-buahan Indonesia pada tahun tersebut mencapai penurunan sebesar 37,37%. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan pertumbuhan volume ekspor yang berfluktuasi dapat memengaruhi kondisi ekspor buah Indonesia di pasar internasional.

Terdapat sepuluh buah-buahan yang memiliki volume ekspor tertinggi selama tahun 2008–2012, yaitu manggis, pisang, mangga, nanas, rambutan, lemon, stroberi, semangka, melon, dan papaya (BPS dan UN Comtrade, 2013). Tingginya volume ekspor ini menandakan bahwa permintaan ekspor ke dunia sepuluh buah ini tinggi. Namun, tingginya ekspor buah-buahan ini perlu mendapat perhatian yang tinggi dikarenakan masih adanya beberapa buah yang memiliki neraca perdagangan yang defisit diantaranya yaitu buah melon, semangka, dan jeruk. Buah yang mengalami surplus perdagangan tertinggi adalah manggis dengan rata-rata ekspor sebesar 9.660.949 ton (BPS, Kemendag, dan UN Comtrade, 2013).

Kondisi ini menunjukkan bahwa buah Indonesia sebenarnya memiliki kemampuan bersaing di pasar global, namun masih diperlukannya strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia. Oleh karena itu, diperlukannya analisis mengenai pangsa pasar mana yang menjadi potensi ekspor buah Indonesia, perkembangan posisi daya saing, dan faktor apa saja

yang dapat memengaruhi peningkatan atau penurunan aliran ekspor buah Indonesia, sehingga diharapkan Indonesia mampu mempertahankan atau meningkatkan daya saingnya di dunia maupun negara tujuan.

Peningkatan daya saing ekspor buah-buahan Indonesia perlu dilakukan karena menurut Harsiah (1993), negara importir buah menghendaki buah-buahan yang memiliki mutu yang baik meskipun harganya mahal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlu dilakukannya analisis mengenai posisi daya saing ekspor buah Indonesia dan menganalisis mengenai faktor apa saja yang dapat memengaruhi volume ekspor buah-buahan unggulan Indonesia di perdagangan internasional sehingga nantinya dapat ditentukan strategi kebijakan dalam meningkatkan posisi daya saing dan ekspor buah Indonesia di perdagangan internasional.

Penelitian ini memiliki perbedaan apabila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, yaitu komoditas buah-buahan dan periode analisis yang digunakan berbeda-beda. Komoditas buah pada analisis posisi daya saing berdasarkan estimasi *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD) meliputi kelompok mangga, manggis, dan jambu, kelompok melon dan semangka, nanas, stroberi, dan pisang pada tahun 2003–2012. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat lima model buah yang akan dianalisis menggunakan *gravity* model dengan periode waktu yang berbeda. Buah-buahan yang digunakan pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia meliputi mangga, manggis, rambutan, pisang, dan melon. Periode yang digunakan pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia beragam yaitu tahun 2008–012 (manggis, mangga, dan rambutan), 2005–2012 (pisang), dan 2003–2012 (melon). Selain itu, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan variabel yang beragam dan berbeda pada setiap model. Negara pesaing sebagai pembanding pada penelitian ini ditentukan berdasarkan kekuatan daya saing secara komparatif dan kompetitif, dan kekontinuan nilai serta volume ekspor pesaing. Negara tujuan pada penelitian ini meliputi Jepang, Jerman, Belgia, Amerika Serikat (AS), Itali, Switzerland, Belanda, Saudi Arabia, Perancis, Oman, Malaysia, Singapura, United Arab Emirate (UAE), Kuwait, India, Vietnam, Cina, Qatar, Brunei, Bahrain, Hongkong, Iran, Denmark, Thailand, dan Korea.

Pada penelitian ini hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah *Gross Domestic Product* (GDP) riil Indonesia, GDP riil negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan, dan populasi atau jumlah penduduk negara tujuan memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor Indonesia ke negara tujuan. Harga ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan, jarak ekonomi Indonesia dengan negara tujuan, nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika, dan Indeks Harga Konsumen (IHK) Indonesia diduga berpengaruh negatif terhadap ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan. *Dummy* krisis Eropa pada tahun 2010 memiliki pengaruh terhadap ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan dibandingkan pada saat sebelum terjadi krisis Eropa.

Penjabaran yang telah disampaikan terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan mengenai daya saing dan ekspor buah-buahan Indonesia di perdagangan internasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu mengenai bagaimana posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia di negara tujuan utama ekspor dan dunia, apa saja yang menjadi faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia, dan bagaimana strategi yang dapat mendukung keberhasilan dan meningkatkan daya saing buah-buahan Indonesia di pasar internasional.

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah menganalisis mengenai daya saing ekspor buah-buahan Indonesia serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi volume ekspor buah-buahan Indonesia, sehingga dapat dirumuskan strategi kebijakan apa yang dapat

mendukung keberhasilan daya saing dan peningkatan ekspor buah-buahan Indonesia.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data sekunder (Tabel 1). Pada penelitian ini, untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif digunakan metode analisis kuantitatif RCA dan EPD selama 2003–2012, sedangkan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan digunakan metode kuantitatif Gravity Model. Variabel dependen model mangga, manggis, rambutan, pisang, dan melon menggunakan volume ekspor. Perbedaan periode analisis dikarenakan adanya perbedaan kekontinuan volume dan nilai ekspor buah-buahan Indonesia pada setiap negara.

Variabel bebas yang akan digunakan pada penelitian adalah harga ekspor (LnHPT), populasi negara tujuan (LnPOP), jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan (LnJE), nilai tukar riil Indonesia terhadap dollar (LnERID), GDP riil Indonesia (LnGDPRI), GDP riil negara tujuan (LnGDPRT), interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan (LnGDPRIT), GDP per kapita negara tujuan (LnGDPKT), indeks harga konsumen Indonesia (LnIHKI), dan variabel dummy krisis yang terjadi pada Eropa (DKRISIS). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu dan penulis ingin menganalisis faktor ekonomi dan non ekonomi apa saja yang dapat memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan.

Tabel 1. Jenis dan sumber data

Jenis data	Sumber
Nilai dan volume ekspor buah 10 digit	Badan Pusat Statistika, Trade Map, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, Direktorat Jenderal Hortikultura
Nilai dan volume ekspor HS 6 digit	UN Comtrade (wits.worldbank.org)
Nilai tukar	Bank Indonesia, Unctadstat.unctad.org, IMF
GDP	worldbank.org
Indeks Harga Konsumen	worldbank.org
Populasi	worldbank.org
Jarak ekonomi	www.cepii.org
Posisi eksportir buah	faostat.fao.org

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan metode kuantitatif yang dapat menunjukkan daya saing suatu produk negara berdasarkan keunggulan komparatif di pasar internasional dan negara tujuan. Pada metode RCA merupakan perbandingan pangsa pasar ekspor sektor tertentu suatu negara dengan pangsa pasar sektor tertentu negara atau produsen lainnya serta menunjukkan daya saing industri suatu negara. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode RCA untuk menganalisis posisi daya saing buah-buahan Indonesia. Secara matematis nilai RCA dapat dirumuskan:

$$RCA = (X_i/X_j)/(W_i/W_j)$$

Nilai ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan disimbolkan X_i , nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan (X_j), nilai ekspor buah-buahan Dunia ke negara tujuan (W_i), dan nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (W_j).

Hasil estimasi menggunakan metode analisis RCA menjelaskan apabila nilai RCA lebih besar dari satu maka dapat diartikan negara Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam persaingan ekspor komoditi buah-buahan di pasar internasional maupun negara tujuan.

Export Product Dynamics (EPD)

Export Product Dynamic (EPD) merupakan metode analisis yang digunakan untuk menganalisis dan mengidentifikasi produk atau komoditi yang mempunyai daya kompetitif tertinggi serta pertumbuhan produk atau barang yang cepat pada arus perdagangan ekspor dalam suatu negara. Posisi pasar tersebut dapat diketahui karena metode ini menggunakan *share export total* (X) dan *share export commodity* (Y). Dengan menggunakan metode analisis EPD, dapat diketahui apakah komoditi suatu negara ke negara tujuan kontinu (dinamis) atau tidak.

Esterhuizen (2012) menjelaskan bahwa posisi pangsa pasar *lost opportunity* merupakan kondisi pasar atau daya saing yang paling tidak diharapkan oleh suatu negara dikarenakan pada posisi ini terjadi penurunan pangsa pasar pada produk dalam negeri, sedangkan pangsa pasar ekspor di negara tujuan mengalami peningkatan. Kondisi ini mengakibatkan suatu negara kehilangan kesempatan pangsa atau jangkauan ekspor

untuk produk dan barang yang dihasilkan ke negara tujuan maupun pasar internasional. Sebaliknya, apabila ekspor buah-buahan Indonesia berada di *rising star* maka ekspor buah-buahan Indonesia berada di posisi pasar tertinggi dikarenakan pada posisi ini ekspor buah-buahan Indonesia mengalami peningkatan dan pangsa pasar (permintaan) ekspor buah-buahan di pasar internasional sedang mengalami peningkatan.

Posisi pasar lainnya yang tidak diharapkan oleh suatu negara adalah *falling star* dikarenakan pada posisi ini terjadi peningkatan pangsa pasar meskipun tidak terjadi pada produk atau barang yang kontinu (dinamis) di pasar global. *Retreat* merupakan kondisi dimana produk atau barang suatu negara sudah tidak diinginkan lagi oleh pangsa pasar.

Gravity Model

Gravity model adalah model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor ekonomi dan non ekonomi yang dapat memengaruhi perdagangan antara dua negara berdasarkan hukum gravitasi teori Sir Isaac Newton. Model ini dapat menganalisis apakah perdagangan antar kedua negara berhubungan lurus dengan pendapatan masing-masing negara tersebut, dan berhubungan terbalik dengan hambatan perdagangan antar kedua negara yang secara matematis dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$F_{ij} = (G \times M_i \times M_j) / (D_{ij})$$

F_{ij} adalah interaksi antardua negara (aliran perdagangan bilateral), M_i merupakan ukuran ekonomi untuk negara eksportir, M_j adalah ukuran ekonomi untuk negara importir, D_{ij} adalah jarak ekonomi kedua negara, dan G adalah Konstanta.

Analisis gravity model digunakan pada penelitian Dilanchiev(2012) dan Li *et al.* (2008) untuk menganalisis hubungan faktor ekonomi dan non ekonomi terhadap perdagangan kedua negara tersebut. Dilanchiev (2012) menjelaskan dalam penelitian "*Empirical Analysis of Georgian Trade Pattern: Gravity Model*" bahwa perdagangan yang terjadi antara Georgia dengan lain dipengaruhi oleh GDP per kapita negara lain, FDI, nilai tukar, jarak geografis antara Georgia dengan negara lain, populasi Georgia, populasi negara lain, dan menggunakan dummy anggota EU, sedangkan GDP per kapita Georgia memengaruhi signifikan terhadap perdagangan Georgia, sedangkan Li *et al.* (2008)

menjelaskan dalam penelitiannya “*Component Trade and China’s Global Economic Integration*” bahwa pertumbuhan ekonomi, peningkatan pangsa pasar, FDI, pembangunan infrastruktur termasuk transportasi dan telekomunikasi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan perdagangan bilateral Cina.

Estimasi model

Estimasi model ditransformasikan kedalam bentuk ln (logaritma natural) agar model memenuhi uji asumsi klasik dan menghindari model dari bias. Selain itu, menurut Juanda (2009) transformasi model dalam bentuk logaritma natural dapat mengatasi permasalahan heteroskedastisitas. Transformasi model ke dalam bentuk logaritma natural juga dapat menghindari model dari permasalahan normalitas, sehingga estimasi model yang ditransformasi adalah sebagai berikut :

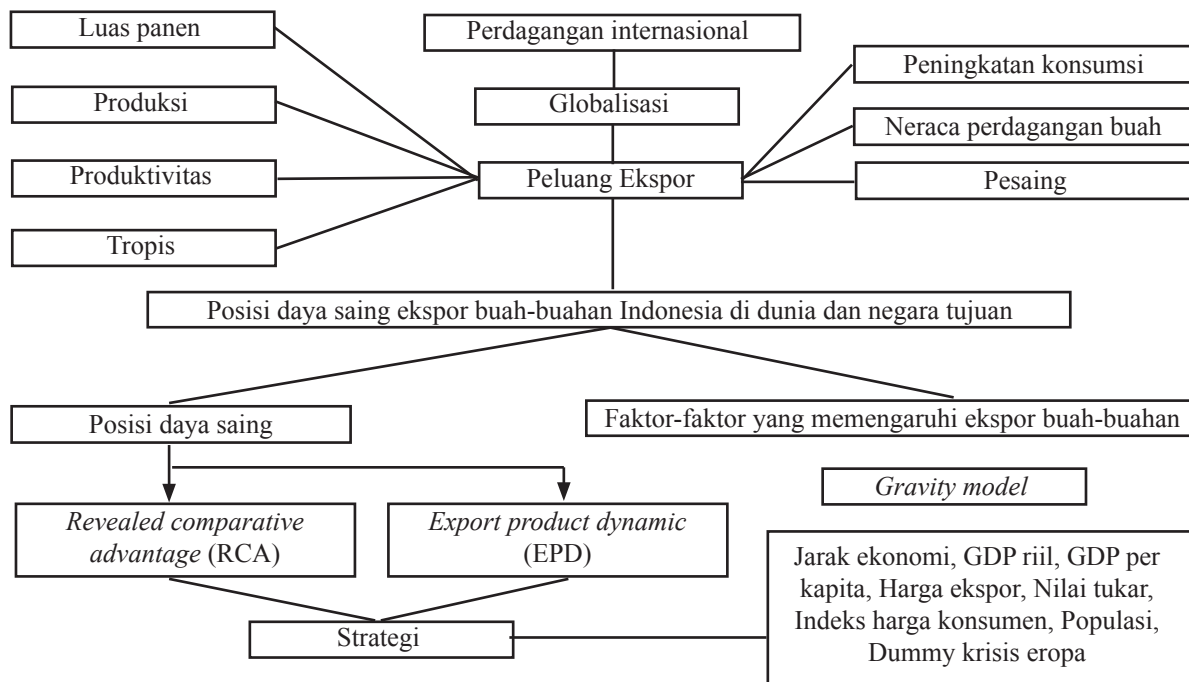
$$\begin{aligned} \ln VE_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln HE_{it} + \beta_2 \ln GDPRT_{it} + \beta_3 \ln GDPRI_{it} \\ & + \beta_4 \ln GDPRI_{it} + \beta_5 \ln GDPKT_{it} + \\ & \beta_6 \ln GDPKT_{it} + \beta_7 \ln IHKI_{it} + \beta_8 \ln ERID_{it} + \\ & \beta_9 \ln POP_{it} + \beta_{10} \ln JE_{it} + \beta_{11} \ln DKRISIS_{it} + e_{it} \end{aligned}$$

Dimana VE_{it} untuk volume ekspor buah Indonesia ke negara tujuan (Kg), HPT_{it} untuk harga ekspor buah

Indonesia ke negara tujuan (US\$/Kg), $GDPRT_{it}$ untuk GDP riil negara tujuan (US\$), $GDPRI_{it}$ untuk GDP riil negara Indonesia (US\$), $GDPRI_{it}$ untuk interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan (US\$), JE_{it} jarak ekonomi Indonesia dengan negara tujuan (Km), POP_{it} untuk populasi negara tujuan (Jiwa), $ERID_{it}$ untuk nilai tukar mata uang Indonesia terhadap dollar Amerika (Rp/USD), $DKRISIS1$ untuk Dummy krisis Eropa tahun 2010 (nilai “0” jika tidak adanya krisis Eropa dan nilai “1” jika adanya krisis Eropa), e_{it} untuk random error, β_0 untuk konstanta (*intercept*), β_n untuk parameter yang diduga ($n = 1, 2, \dots$), T untuk *time series*, I untuk *cross section*. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada Gambar 1.

HASIL

Data sekunder buah-buahan yang dijadikan sebagai bahan penelitian mengenai posisi daya saing menggunakan kelompok buah berdasarkan UN Comtrade HS 1996 dengan enam digit yang meliputi HS 080450 (mangga, manggis, dan jambu), HS 080300 (pisang), HS 080430 (nanas), HS 080719 (melon dan semangka), dan HS 081010 (stroberi).



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian

Posisi daya saing rambutan tidak dimasukkan ke dalam analisis menggunakan RCA dan EPD dikarenakan keterbatasan data nilai ekspor rambutan dari dunia ke negara tujuan. Periode yang digunakan untuk menganalisis posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia adalah tahun 2003–2012. Periode ini digunakan untuk menggambarkan kondisi 10 terakhir posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia. Selain itu, periode analisis tahun 2003–2012 dipilih oleh penulis karena penulis ingin menganalisis bagaimana posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia pada saat adanya fluktuasi nilai dan volume ekspor selama 10 tahun terakhir.

Buah-buahan yang akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi volume ekspor buah-buahan Indonesia menggunakan kelompok buah berdasarkan kode HS 10 digit berdasarkan Badan Pusat Statistika (2012) yang meliputi HS 0804502000 (mangga), HS 0804503000 (manggis), 0807190000 (melon), dan rambutan (HS 0810903000), sedangkan untuk pisang digunakan kode HS enam digit, yaitu HS 080300 (pisang). Periode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia dibedakan berdasarkan kekontinuan nilai dan volume ekspor buah Indonesia ke negara tujuan.

Periode analisis faktor-faktor yang memengaruhi volume ekspor manggis, mangga, dan rambutan berada pada tahun 2008–2012 dikarenakan pada sebagian besar volume ekspor ke negara tujuan kontinu pada tahun 2008–2012. Selain itu, pada tahun analisis 2008–2012 hampir mencakup secara keseluruhan negara tujuan pada analisis posisi daya saing.

Ekspor pisang dan melon masing-masing periode analisisnya berada pada tahun 2005–2012 dan 2003–2012. Periode analisis pisang yang berada pada tahun 2005 sampai 2012 dikarenakan negara tujuan ekspor pisang yang dapat dianalisis masih terbatas (hanya tujuh negara yang dapat dianalisis menggunakan *gravity* model) memiliki volume ekspor yang kontinu berada dari tahun 2005–2012.

Periode analisis melon pada tahun 2003 sampai 2012 digunakan karena negara-negara tujuan ekspor melon Indonesia memiliki volume ekspor yang kontinu berada pada periode tersebut. Selain itu, dikarenakan negara tujuan ekspor melon Indonesia yang dapat dianalisis menggunakan *gravity* model hanya meliputi Hongkong, Jepang, Malaysia, dan Singapura maka

untuk memenuhi syarat jumlah observasi maka digunakan periode analisis tahun 2003–2012.

Secara keseluruhan, negara tujuan ekspor buah-buahan Indonesia ditentukan berdasarkan kekontinuan dan ketersediaan data nilai serta volume ekspor ke negara importir yang meliputi Jepang, Jerman, Belgia, Amerika Serikat (AS), Itali, Switzerland, Belanda, Saudi Arabia, Perancis, Oman, Malaysia, Singapura, United Arab Emirate (UAE), Kuwait, India, Vietnam, Cina, Qatar, Brunei, Bahrain, Hongkong, Iran, Denmark, Thailand, dan Korea.

Negara pesaing yang akan dibandingkan dengan posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia ditentukan berdasarkan nilai, volume, dan besarnya daya saing secara komparatif dan kompetitif berdasarkan hasil estimasi RCA dan EPD pada tahun 2003–2012. Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif ekspor buah-buahan Indonesia di dunia dan negara tujuan. Penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia di negara tujuan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini meliputi metode RCA, EPD, dan *gravity* model.

Posisi Daya Saing Ekspor Buah-Buahan Indonesia ke Dunia Berdasarkan RCA Tahun 2003-2012

Selama tahun 2003–2012, ekspor mangga, manggis, dan jambu ke dunia memiliki rata-rata nilai RCA terbesar (1,008), sedangkan pisang memiliki daya saing terendah dengan rata-rata RCA sebesar 0,14. Hasil estimasi RCA dan EPD ekspor buah-buahan Indonesia ke dunia ditunjukkan pada Tabel 2.

Kuatnya daya saing mangga, manggis, dan jambu didukung dengan nilai dan volume ekspor yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan nilai dan volume ekspor tertinggi pada buah mangga, manggis, dan jambu tercapai pada tahun 2012, yaitu sebesar 60,49% dan 52,76%. Posisi daya saing yang kuat pada ekspor mangga, manggis, dan jambu perlu dipertahankan agar Indonesia tidak kehilangan pasar di dunia dikarenakan banyak eksportir pesaing yang berpeluang menguasai pasar ekspor mangga, manggis, dan jambu di pasar internasional seperti Pakistan yang memiliki rata-rata RCA sebesar (19,048), India (13,446), Filipina (12,771), Brazil (8,956), dan Mexico

(7,069). Daya saing ekspor stroberi, nanas, melon dan semangka serta pisang Indonesia ke dunia tergolong masih lemah (Tabel 2). Daya saing yang lemah pada ekspor stroberi disebabkan oleh penurunan nilai ekspor yang cukup signifikan pada tahun 2004 menjadi 95.050 dollar dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai nilai ekspor sebesar 4.961.308 dollar.

Nilai ekspor nanas ke dunia mengalami kecenderungan penurunan selama tahun 2003–2012. Penurunan signifikan terjadi pada tahun 2004 dengan laju pertumbuhan sebesar -77,15. Rendahnya daya saing melon dan semangka ini mengakibatkan neraca perdagangan melon dan semangka mengalami defisit berdasarkan volume ekspornya sebesar 31,807 kg.

Rata-rata pertumbuhan yang rendah (0,92%) menyebabkan daya saing ekspor pisang Indonesia ke dunia masih tergolong lemah dengan rata-rata nilai RCA sebesar 0,014. Secara keseluruhan posisi daya saing ekspor buah-buahan Indonesia ke dunia selama tahun 2003–2012 menunjukkan posisi pangsa pasar berada di daerah *rising star*. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor buah-buahan Indonesia ke dunia mampu bersaing dalam memenuhi permintaan pasar dunia, sehingga buah-buahan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi di pasar global. Hasil estimasi RCA dan EPD ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia ke negara tujuan tahun 2003–2012 dapat dilihat pada Tabel 3.

Indonesia memiliki peluang ekspor mangga, manggis, dan jambu terbesar berada di negara Hongkong dengan rata-rata nilai RCA sebesar 27,674. Secara keseluruhan, ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia memiliki daya saing kuat di Bahrain, Brunei, Qatar, Cina, Kuwait, United Arab Emirate (UAE), Singapura, dan Malaysia. Ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia yang memiliki daya saing terendah berada di pangsa pasar Jepang dengan rata-rata nilai RCA

sebesar 0,005. Secara keseluruhan, daya saing mangga, manggis, dan jambu Indonesia yang memiliki daya saing rendah berada pada negara tujuan Jepang, Jerman, AS, Itali, Switzerland, Belanda, Saudi Arabia, Perancis, Vietnam, India, dan Oman.

Hasil estimasi EPD, ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia ke negara-negara tujuan berada pada posisi pasar yang sudah cukup baik (*rising star*). Posisi pasar yang perlu mendapat perhatian lebih adalah pangsa pasar negara Jerman, India, dan Saudi Arabia yang berada di *lost opportunity* dikarenakan rata-rata pertumbuhan ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia mengalami penurunan sebesar 21,25%, 40,31%, dan 0,83% sehingga tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang mengalami peningkatan dimasing-masing negara sebesar 1,97%, 5,14%, dan 1,93%. Penurunan pertumbuhan pangsa pasar ekspor di Jerman, Saudi Arabia, dan India mengakibatkan Indonesia kehilangan kemampuan bersaingnya di negara tujuan ini.

Ekspor pisang Indonesia selama tahun 2003–2012 memiliki kecenderungan daya saing yang rendah secara komparatif pada sebagian besar negara tujuan. Potensi terbesar ekspor pisang Indonesia berada di Malaysia dan Iran, sedangkan peluang terkecil berada di AS dan Jepang dengan rata-rata nilai RCA hanya mencapai 0,0002 dan 0,0007. Posisi daya saing ekspor pisang Indonesia ke negara tujuan selama 2003–2012 dapat dilihat pada Tabel 4.

Rendahnya daya saing Indonesia secara komparatif di AS dikarenakan nilai ekspor ke negara ini mengalami penurunan seiring dengan semakin meningkatnya harga ekspor pisang Indonesia di AS. Harga ekspor pisang Indonesia yang lebih mahal dan mengalami peningkatan pada setiap tahunnya menyebabkan konsumen di pasar AS memilih untuk mengkonsumsi pisang dari negara pesaing yang memiliki harga lebih murah.

Tabel 2. Hasil estimasi RCA dan EPD ekspor buah Indonesia ke dunia tahun 2003-2012

Komoditas	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	Posisi EPD
Mangga, manggis, jambu	1,008	2,02	3,47	<i>Rising star</i>
Strowberi	0,067	14,74	3,47	<i>Rising star</i>
Nanas	0,049	540,81	3,47	<i>Rising star</i>
Melon dan semangka	0,019	176,83	3,47	<i>Rising star</i>
Pisang	0,014	186,71	3,47	<i>Rising star</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Tabel 3. Hasil estimasi RCA dan EPD ekspor buah mangga, manggis, dan jambu Indonesia ke negara tujuan tahun 2003–2012

Importir	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	Posisi EPD
Jepang	0,005	6.234,93	1,75	<i>Rising star</i>
Jerman	0,010	-21,25	1,97	<i>Lost opportunity</i>
Belgia	0,010	-45,91	-2,32	<i>Retreat</i>
Amerika Serikat	0,018	251,18	2,12	<i>Rising star</i>
Itali	0,061	83,65	6,83	<i>Rising star</i>
Switzerland	0,073	2.359,25	-9,31	<i>Falling star</i>
Belanda	0,084	33,97	4,53	<i>Rising star</i>
Saudi Arabia	0,492	-0,83	1,93	<i>Lost opportunity</i>
Perancis	0,593	46,30	0,85	<i>Rising star</i>
Oman	0,664	453,68	15,83	<i>Rising star</i>
India	0,763	-40,31	5,14	<i>Lost opportunity</i>
Vietnam	0,971	-33,88	-0,91	<i>Retreat</i>
Malaysia	1,215	64,18	8,26	<i>Rising star</i>
Singapura	1,244	19,28	2,66	<i>Rising star</i>
United Arab Emirate	1,702	17,42	-6,12	<i>Falling star</i>
Kuwait	2,718	95,78	0,06	<i>Rising star</i>
Cina	3,566	116,31	4,92	<i>Rising star</i>
Qatar	3,949	174,57	3,33	<i>Rising star</i>
Brunei	4,783	112,17	4,96	<i>Rising star</i>
Bahrain	6,275	3,18	14,63	<i>Rising star</i>
Hongkong	27,674	20,19	-1,45	<i>Falling star</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Tabel 4. Posisi daya saing ekspor pisang Indonesia ke negara tujuan tahun 2003–2012

Importir	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	Posisi EPD
Iran	1,0341	-22,46	5,29	<i>Lost opportunity</i>
Malaysia	1,4124	2.103,01	8,26	<i>Rising star</i>
Hongkong	0,2820	4.923,45	-1,45	<i>Falling star</i>
Korea	0,0021	1.348,00	3,48	<i>Rising star</i>
Jepang	0,0007	1.174,18	1,75	<i>Rising star</i>
UAE	0,1074	1.936,21	-6,12	<i>Falling star</i>
Singapura	0,0395	64,88	2,66	<i>Rising star</i>
SAU	0,1510	768,72	1,93	<i>Rising star</i>
AS	0,0002	-10,76	2,12	<i>Lost opportunity</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Ekspor pisang Indonesia memiliki kecenderungan keunggulan kompetitif yang terlihat dari posisi pangsa pasar sebagian besar negara tujuan berada di rising star. Ekspor pisang kehilangan kesempatan untuk bersaing di negara tujuan Iran, Belanda, dan Amerika Serikat dikarenakan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor Indonesia mengalami penurunan sebesar 13,84% di Iran, 38,51% di Belanda, dan 10,47% di Amerika Serikat. Penurunan pada pangsa pasar ekspor mengakibatkan ekspor pisang Indonesia tidak mampu

memenuhi peningkatan permintaan pisang di tiga importir tersebut.

Ekspor stroberi Indonesia memiliki peluang terbesar secara komparatif pada negara importir Brunei dengan rata-rata nilai RCA tertinggi, yaitu 15,396. Ekspor stroberi Indonesia juga memiliki daya saing yang kuat pada importir Perancis dan Thailand yang masing-masing memiliki rata-rata nilai RCA di atas satu. Potensi ekspor stroberi terendah berada di pasar

Singapura dan Malaysia yang memiliki rata-rata nilai RCA sebesar 0,094 dan 0,163. Rendahnya daya saing secara keunggulan komparatif ekspor ke Singapura disebabkan oleh penurunan nilai dan volume ekspor stroberi Indonesia yang terjadi pada setiap tahunnya. Posisi daya saing ekspor stroberi Indonesia ke negara tujuan selama 2003–2012 ditunjukkan pada Tabel 5.

Hasil estimasi EPD menunjukkan bahwa ekspor stroberi Indonesia cenderung berada pada posisi *rising star* dan *lost opportunity*. Ekspor stroberi yang berada pada posisi pasar *rising star* adalah Singapura dan Brunei, sedangkan posisi *lost opportunity* adalah Malaysia, Perancis, dan Thailand. Pada posisi pasar *lost opportunity* ini, Indonesia tidak mampu merebut pangsa pasar ekspor negara-negara tujuan tersebut walaupun permintaan pangsa pasar produk (stroberi) di ketiga negara ini mengalami peningkatan.

Ekspor melon dan semangka Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar Malaysia dan Brunei dengan rata-rata nilai RCA 1,083 dan 4,671. Potensi ekspor Indonesia terbesar berada di Brunei, dibandingkan dengan pesaingnya Indonesia berhasil lebih unggul dari Singapura yang hanya memiliki rata-rata nilai RCA sebesar 0,996. Namun, ekspor melon dan semangka Indonesia masih belum mampu mengalahkan daya saing Australia yang memiliki rata-rata nilai RCA sebesar 52,844 jauh di atas Indonesia. Salah satu yang diperkirakan menyebabkan ekspor melon dan semangka Indonesia belum mampu mengalahkan

pesaing Australia adalah harga ekspor. Posisi daya saing ekspor melon dan semangka Indonesia ke negara tujuan selama tahun 2003–2012 ditunjukkan pada Tabel 6.

Harga ekspor melon dan semangka Indonesia ke Brunei yang lebih mahal menyebabkan total permintaan ekspor melon dan semangka Australia ke Brunei tahun 2003–2012 mencapai 892.828 kg, sedangkan jumlah permintaan total melon dan semangka Indonesia sebanyak 211.338 kg. Ekspor melon dan semangka Indonesia memiliki daya saing terlemah di pasar Jepang dengan rata-rata nilai RCA 0,025. Ekspor melon dan semangka di pangsa pasar Hongkong menempati posisi *retreat*, artinya importir Hongkong memilih untuk mengimpor melon dan semangka ke negara lain daripada Indonesia kurang berpotensi di pasar Hongkong karena secara komparatif dan kompetitif memiliki daya saing yang lemah.

Ekspor nanas Indonesia selama tahun 2003–2012 memiliki kecenderungan daya saing yang rendah secara komparatif karena memiliki rata-rata nilai RCA di bawah satu pada sebagian besar negara tujuan. Potensi terbesar ekspor nanas Indonesia berada di pasar Malaysia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 5,648, sedangkan potensi terendah berada di negara tujuan Korea. Posisi daya saing ekspor nanas Indonesia ke negara tujuan selama tahun 2003–2012 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 5. Posisi daya saing ekspor stroberi Indonesia ke negara tujuan tahun 2003-2012

Importir	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	Posisi EPD
Singapura	0,094	59,51	2,66	<i>Rising star</i>
Malaysia	0,163	- 37,13	8,26	<i>Lost opportunity</i>
Brunei	1,396	145,84	4,96	<i>Rising star</i>
Perancis	1,740	- 40,10	0,84	<i>Lost opportunity</i>
Thailand	1,059	- 31,84	5,28	<i>Lost opportunity</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Tabel 6. Posisi daya saing ekspor melon dan semangka Indonesia ke negara tujuan selama tahun 2003-2012

Importir	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar Produk (%)	Posisi EPD
Hongkong	0,161	-10,92	-1,45	<i>Retreat</i>
Jepang	0,025	1.228,15	1,75	<i>Rising star</i>
Malaysia	1,083	428,95	8,26	<i>Rising star</i>
Singapura	0,281	104,24	2,66	<i>Rising star</i>
Brunei	4,671	118,49	4,96	<i>Rising star</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Tabel 7. Posisi daya saing ekspor nanas Indonesia ke negara tujuan selama tahun 2003-2012

Importir	Rata-rata nilai RCA	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	Posisi EPD
Jepang	0,050	20.010,67	1,75	<i>Rising star</i>
Korea	0,010	1.259.84	3,48	<i>Rising star</i>
Malaysia	5,648	-36,10	8,26	<i>Lost opportunity</i>
Singapura	0,028	382,97	2,66	<i>Rising star</i>
Amerika Serikat	0,038	123,09	2,12	<i>Rising star</i>

Sumber : UN Comtrade, 2013

Ekspor nanas Indonesia ke Singapura menempati posisi kedua terbawah secara komparatif. Daya saing yang lemah pada pasar Singapura mengindikasikan bahwa ekspor nanas Indonesia belum mampu bersaing secara komparatif di negara ini. Secara komparatif, ekspor nanas Indonesia ke Malaysia memiliki kesempatan bersaing yang tinggi dengan eksportir lainnya. Namun, potensi yang dimiliki Indonesia akan sulit untuk mengalahkan daya saing ekspor nanas pesaing seperti Sri Lanka dan Filipina yang memiliki rata-rata nilai RCA sangat tinggi (112,687 dan 36,305).

Hasil posisi EPD, ekspor nanas Indonesia sebagian besar berada di posisi *rising star*. Posisi ini menunjukkan bahwa ekspor nanas Indonesia memiliki daya saing secara kompetitif yang cukup baik di negara tujuan. Posisi pangsa pasar yang paling ideal (*rising star*) berada di Jepang, Korea, Singapura, dan Amerika Serikat. Indonesia kehilangan kesempatan untuk bersaing secara kompetitif di pangsa pasar Malaysia dikarenakan posisi pangsa pasar ekspor nanas Indonesia ke negara ini berada di *lost opportunity*.

Indonesia kehilangan kesempatan bersaing di Malaysia karena mengalami penurunan pangsa pasar ekspor sebesar -36,1%. Penurunan ini mengakibatkan ekspor nanas Indonesia tidak mampu memenuhi permintaan nanas di Malaysia yang meningkat sebesar 8,26%. Sri Lanka dan Thailand sebagai pesaing ekspor nanas ke Malaysia memiliki kesempatan bersaing yang lebih baik dibandingkan dengan Indonesia karena memiliki posisi pangsa berada di *rising star* dengan pertumbuhan pangsa ekspor mencapai 1.284,47% dan 39,13%.

Harga ekspor merupakan salah satu yang diperkirakan sebagai penyebab daya saing Indonesia masih rendah dibandingkan dengan Thailand. Peningkatan harga ekspor nanas Indonesia secara signifikan terjadi pada tahun 2012 yang mencapai 1 US\$/kg, sedangkan harga ekspor Thailand jauh lebih murah (0,408 US\$/kg). Hal ini mengakibatkan permintaan nanas Thailand lebih

tinggi dibandingkan dengan Indonesia. Permintaan ekspor Thailand pada tahun 2012 mencapai 128.225 kg, sedangkan Indonesia hanya mencapai 5000 kg. Tingginya volume ekspor nanas Thailand mengakibatkan penerimaan (nilai) ekspor negara ini mencapai 52,318 ribu dollar, sedangkan ekspor nanas Indonesia hanya mampu mencapai 0,005 ribu dollar.

Faktor- Faktor yang Memengaruhi Volume Ekspor Buah Indonesia di Negara Tujuan

Secara keseluruhan, faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan adalah interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan, GDP riil Indonesia, GDP riil negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, populasi negara tujuan, harga ekspor buah Indonesia, jarak ekonomi, indeks harga konsumen Indonesia, nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika dan krisis Eropa yang dapat ditunjukkan pada Tabel 8.

1. Jarak ekonomi

Jarak ekonomi pada model memiliki pengaruh negatif terhadap volume ekspor manggis, mangga, rambutan, melon, dan pisang Indonesia ke negara tujuan. Jarak ekonomi dalam perdagangan ekspor dan impor menggambarkan biaya transportasi yang merupakan penghambat dalam kegiatan perdagangan tersebut, sehingga apabila jarak ekonomi semakin jauh akan menyebabkan peningkatan biaya transportasi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga barang dan jasa yang diperdagangkan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilanchiev (2012).

Adanya pengaruh jarak ekonomi terhadap volume ekspor manggis Indonesia ditunjukkan dengan rendahnya jumlah permintaan ekspor manggis Indonesia di Switzerland. Switzerland merupakan negara tujuan ekspor manggis Indonesia yang memiliki jarak ekonomi terjauh pada tahun 2012 sehingga menyebabkan jumlah permintaan di negara ini memiliki volume ekspor yang

terkecil hanya mencapai empat kg dibandingkan dengan negara tujuan lainnya pada tahun tersebut. Negara-negara tujuan dengan jarak ekonomi yang lebih dekat dengan Indonesia memiliki kecenderungan volume ekspor lebih tinggi. Salah satunya adalah Hongkong dengan jumlah permintaan ekspor manggis tertinggi pada tahun 2012, yaitu sebesar 9,700,139 kg. Hal ini menunjukkan bahwa jarak ekonomi memiliki pengaruh negatif terhadap volume ekspor Indonesia. Menurut Ayuwangi *et al.* (2013), peningkatan biaya transportasi akan menyebabkan penurunan terhadap volume ekspor atau impor. Pengaruh negatif jarak ekonomi terhadap ekspor juga dijelaskan oleh Li *et al.* (2008).

2. GDP riil dan per kapita

GDP riil negara tujuan memiliki pengaruh positif terhadap volume ekspor manggis dan mangga Indonesia. Semakin besarnya GDP riil negara tujuan akan menyebabkan daya beli negara tersebut meningkat,

sehingga konsumsi akan barang dan jasa semakin tinggi. Selain itu, Wulandari *et.al* (2009) menjelaskan bahwa GDP riil negara tujuan yang semakin besar mengindikasikan bahwa negara tersebut memiliki kemampuan menyerap produk yang diperdagangkan lebih tinggi artinya kemampuan melakukan impor negara tersebut akan meningkat.

GDP riil Indonesia memiliki pengaruh yang positif terhadap volume ekspor manggis, mangga, dan melon Indonesia ke negara tujuan. Wulandari dan Budiasih (2009) menjelaskan bahwa semakin besar GDP riil negara eksportir akan meningkatkan output yang dihasilkan, sehingga akan meningkatkan kemampuan ekspor yang disebabkan adanya peningkatan kemampuan dalam memproduksi. Kondisi ini menyebabkan adanya peningkatan jumlah permintaan mangga yang cukup tinggi disebagian besar negara tujuan seperti Brunei, Bahrain, Cina, Hongkong, Jepang, Malaysia, Perancis, dan United Arab Emirate.

Tabel 8. Hasil estimasi faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia

Variabel independen	Variabel dependenn: LnVE				
	Manggis	Mangga	Rambutan	Pisang	Melon
C	[-193,3515] 0,0000*	[-262,0793] 0,0014*	[-297,2979] 0,0008*	[-500,2617] 0,0120*	[-606,0335] 0,0002*
LnGDPRIT			[10,2118] 0,0003*		
LnGDPKT				[13,554] 0,0041*	
LnGDPRI	[8,2019] 0,0004*	[8,5257] 0,0076*			[8,3210] 0,0017*
LnGDPRT	[3,3509] 0,0000*	[4,6565] 0,0041*			
LnERID			[-4,0942] 0,0201*		
LnPOP				[26,7776] 0,0209*	[29,918] 0,0011*
LnJE	[-1,6643] 0,0111*	[-1,7386] 0,076**	[-9,8091] 0,0010*	[-12,3554] 0,0113*	[-11,7193] 0,0011*
LnHPT	[-0,7623] 0,0000*	[-0,5808] 0,0001*		[-1,6288] 0,0000*	
LnIHKI	[-7,652] 0,0000*		[-5,5072] 0,0003*		
DKRISIS	[-1,0893] 0,0008*	[-0,5808] 0,0003**	[-1,2948] 0,0007*		

Keterangan : signifikan terhadap taraf nyata 5% (*), signifikan terhadap taraf nyata 10% (**)

Sumber : BPS, 2013

GDP per kapita negara tujuan memiliki pengaruh positif terhadap volume ekspor pisang Indonesia ke negara tujuan. Kenaikan GDP per kapita negara tujuan menunjukkan tingkat kemakmuran suatu negara yang lebih baik dikarenakan pendapatan penduduk negara tersebut mengalami peningkatan sehingga akan meningkatkan konsumsi secara keseluruhan. Semakin tingginya pendapatan per kapita penduduk negara importir akan meningkatkan daya beli mereka yang akan meningkatkan kemampuan penduduk negara tujuan untuk melakukan impor. Kondisi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singargerda *et al.* (2013) dan Armoni (2011).

Menurut Wulandari dan Budiasih (2009), interaksi GDP di antara negara eksportir dan importir menunjukkan kemampuan pasar dalam menyerap komoditas yang diperdagangkan di kedua negara. Interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan memiliki pengaruh positif pada taraf nyata 5% terhadap ekspor rambutan ke negara importir. Apabila Indonesia sebagai eksportir dan negara tujuan pada saat yang bersamaan mengalami peningkatan GDP riil maka akan meningkatkan kesempatan Indonesia untuk meningkatkan produk eksportnya ke negara tujuan dikarenakan negara-negara tersebut memiliki peningkatan terhadap kemampuan menyerap produk.

3. Nilai tukar

Nilai tukar riil mata uang Indonesia terhadap dollar memiliki hubungan yang negatif terhadap volume ekspor rambutan Indonesia. Mankiw (2006) menjelaskan bahwa apabila nilai tukar riil suatu negara tinggi (apresiasi) maka akan menyebabkan barang-barang luar negeri relatif lebih murah dan barang-barang dalam negeri relatif lebih mahal, sedangkan apabila negara tersebut mengalami penurunan nilai tukar riil maka barang-barang dalam negeri akan cenderung lebih murah dibandingkan dengan barang-barang luar negeri.

Hubungan negatif antara nilai tukar mata uang eksportir terhadap importir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ashraf *et al.* (2011) dan Amalia *et al.* (2007). Kenaikan nilai tukar mata uang negara tujuan akan menyebabkan harga barang di negara tujuan akan menjadi mahal, sehingga menyebabkan negara tujuan akan cenderung membeli barang di luar negeri yang lebih murah. Penelitian mengenai nilai tukar yang

memiliki pengaruh yang negatif terhadap perdagangan sejalan dengan Amalia *et al.* (2007).

4. Populasi

Populasi negara tujuan memberikan pengaruh positif terhadap volume ekspor pisang dan melon Indonesia ke negara tujuan, sehingga apabila jumlah penduduk luar negeri semakin bertambah akan memberikan keuntungan bagi Indonesia. Meningkatnya populasi negara tujuan akan mengakibatkan peningkatan kebutuhan termasuk kebutuhan mengkonsumsi buah-buahan.

Apabila produksi dalam negeri negara importir tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumsi yang meningkat itu maka negara importir akan cenderung meningkatkan impornya untuk memenuhi kebutuhan penduduknya. Pengaruh yang positif antara populasi negara tujuan dan ekspor sejalan dengan penelitian Zarzoso *et al.* (2002).

5. Harga ekspor

Harga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi jumlah permintaan yang diminta oleh konsumen, semakin tingginya harga yang ditetapkan maka akan mengakibatkan penurunan terhadap jumlah permintaan (Lipsey 1997). Harga ekspor memengaruhi secara nyata dan negatif terhadap volume ekspor manggis, mangga, dan pisang Indonesia ke negara tujuan.

Apabila harga ekspor manggis, mangga, dan pisang Indonesia mengalami peningkatan akan mengakibatkan jumlah permintaan manggis, mangga, pisang Indonesia ke negara tujuan berkurang. Peningkatan harga ekspor membuat importir cenderung mencari eksportir lain yang mengekspor manggis, mangga, dan pisang ke negaranya lebih murah. Kondisi ini akan menyebabkan volume ekspor manggis, mangga, dan pisang Indonesia mengalami penurunan. Hasil penelitian yang menunjukkan harga ekspor memiliki hubungan yang negatif terhadap ekspor barang atau produk sejalan dengan penelitian Widayanti *et al.* (2009).

6. Indeks harga konsumen Indonesia

Indeks harga konsumen memiliki pengaruh yang negatif terhadap volume ekspor manggis dan rambutan

Indonesia ke negara tujuan. Peningkatan indeks harga konsumen Indonesia mengakibatkan penurunan volume ekspor manggis dan rambutan Indonesia. Indeks harga menurut Mankiw (2006) adalah harga pada sekelompok barang dan jasa relatif terhadap harga sekelompok barang dan jasa yang sama pada tahun dasar yang dibeli oleh konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga sebesar 10% pada setiap komoditas akan menyebabkan kenaikan harga rata-rata secara keseluruhan (Lipsey, 1997), sehingga apabila terjadi kenaikan terhadap komoditas internasional yang mengakibatkan kenaikan harga terhadap bahan makanan akan menyebabkan peningkatan harga buah-buahan termasuk manggis yang ada akhirnya akan menurunkan daya beli negara tujuan. Penurunan daya beli ini akan mengakibatkan penurunan terhadap jumlah permintaan ekspor manggis Indonesia ke negara tujuan.

7. *Dummy* krisis eropa

Variabel *dummy* krisis Eropa mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara volume ekspor manggis, mangga, dan rambutan Indonesia ke negara-negara tujuan sebelum dan sesudah masa krisis Eropa. Krisis Eropa yang terjadi pada negara kawasan Eropa menyebabkan nilai tukar mata uang Eropa mengalami depresiasi sehingga harga barang-barang impor akan cenderung lebih mahal dibandingkan harga domestik. Hal ini akan mengakibatkan negara kawasan Eropa mengurangi konsumsi terhadap produk impor termasuk impor buah-buahan yang berasal dari Indonesia.

Sebanyak 30% negara tujuan ekspor manggis Indonesia merupakan negara kawasan Eropa sehingga ketika terjadi krisis Eropa pada tahun 2010 menyebabkan jumlah permintaan ekspor manggis Indonesia menurun di negara tujuan seperti Belanda, Jerman, Italia, Perancis, Switzerland, dan Belgia. Dampak krisis Eropa terhadap perdagangan mangga Indonesia ditunjukkan dengan adanya penurunan ekspor mangga yang cukup tinggi di negara Belanda. Volume ekspor mangga Indonesia ke negara ini pada tahun 2010 mengalami penurunan sebesar 96,49% menjadi 2 kg dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 57 kg. Penelitian Effendi (2014) menjelaskan bahwa adanya krisis Eropa menyebabkan penurunan terhadap ekspor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ekspor mangga, manggis, dan jambu Indonesia memiliki daya saing kuat secara komparatif di dunia, sedangkan daya saing ekspor pisang, stroberi, nanas, dan melon serta semangka ke dunia memiliki daya saing yang lemah di dunia. Posisi pangsa pasar ekspor buah-buahan Indonesia di dunia yang meliputi mangga, manggis, jambu, nanas, stroberi, pisang, melon, dan semangka berada di posisi pasar yang paling ideal (*rising star*). Ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan memiliki daya saing secara komparatif dan kompetitif yang beragam.

Ekspor mangga, manggis, dan jambu memiliki daya saing kuat di Asia dan Timur Tengah, sedangkan di kawasan Eropa memiliki daya saing lemah. Ekspor pisang ke sebagian besar negara tujuan memiliki daya saing yang lemah, sedangkan di negara Iran dan Malaysia ekspor buah ini memiliki daya saing yang kuat. Ekspor stroberi Indonesia ke negara tujuan memiliki daya saing yang kuat di Brunei, Perancis, dan Thailand. Ekspor melon dan semangka Indonesia memiliki daya saing yang kuat di Malaysia dan Brunei, sedangkan ke negara tujuan Hongkong, Jepang, dan Singapura ekspor buah ini memiliki daya saing yang lemah. Ekspor nanas Indonesia ke sebagian besar negara tujuan memiliki daya saing yang masih lemah.

Faktor-faktor yang memengaruhi ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan secara keseluruhan meliputi jarak ekonomi, GDP riil Indonesia, GDP riil negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, interaksi GDP riil Indonesia dan negara tujuan, indeks harga konsumen Indonesia, nilai tukar mata uang Indonesia terhadap dollar Amerika, harga ekspor buah-buahan Indonesia ke negara tujuan, populasi negara tujuan, dan krisis Eropa.

Saran

Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing kompetitif ekspor buah-buahan Indonesia dapat dilakukan dengan berbagai inovasi teknologi budidaya tanaman agar dapat meningkatkan produksi hortikultura sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumsi dalam dan luar negeri. Selain itu, peningkatan ekspor buah-buahan Indonesia dapat dilakukan melalui diversifikasi pasar dan diversifikasi produk. Diversifikasi pasar

dilakukan untuk kepentingan mencari negara-negara tujuan lain yang memiliki peluang ekspor agar dapat memiliki kesempatan menguasai pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan kompetitif ekspor buah-buahan Indonesia. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan memperluas ekspor buah-buahan Indonesia tidak terbatas pada produk segar melainkan dalam bentuk olahan sehingga diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah ekspor buah-buahan Indonesia yang masih memiliki daya saing lemah.

Peningkatan sarana transportasi dalam negeri perlu dilakukan agar mempermudah dan mempersingkat waktu pengiriman sehingga biaya transportasi akan lebih murah dan kualitas ekspor buah-buahan tetap terjaga. Indonesia sebaiknya meningkatkan ekspor buah-buahan dengan negara-negara yang memiliki pendapatan per kapita dan riil tinggi dikarenakan semakin tingginya pendapatan suatu negara akan cenderung meningkatkan kemampuan impor negara tersebut sehingga memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk meningkatkan ekspor hortikultura.

Meningkatkan citra buah-buahan Indonesia di dunia dan negara-negara tujuan dapat dilakukan melalui promosi buah-buahan lokal melalui media massa atau festival buah baik tingkat nasional maupun internasional sehingga buah-buahan lokal dapat diminati oleh konsumen dalam dan luar secara global.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia S, Fahmi I. 2007. Faktor-faktor yang memengaruhi impor susu Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* 4(2): 91–92.

Ayuwangi A, Widyastutik. 2013. Pengaruh variabel ekonomi dan non ekonomi terhadap impor Indonesia dari ASEAN+6 melalui moda transportasi laut. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 7(2):1–17.

[BPS] Badan Pusat Statistika. *Berbagai tahun terbitan. Statistika Perdagangan Luar Negeri Ekspor Jilid I*. Jakarta: BPS.

[BPS] Badan Pusat Statistika. *Berbagai tahun terbitan. Statistika Harga*. Jakarta: BPS.

[BPS] Badan Pusat Statistika. *Berbagai tahun terbitan. Statistika Indonesia*. Jakarta: BPS.

Dilanchiev A. 2012. Empirical analysis of georgian trade pattern: gravity model. *Journal of Social Sciences* 1(1):75–78. doi : 2233–3878.

[Ditjend Hortikultura] Direktorat Jenderal Hortikultura. *Berbagai tahun terbitan. Statistika Pertanian Hortikultura*. Jakarta: Ditjend Hortikultura.

Edwards L, Volker. 2001. *The Structure and Competitiveness of South African Trade*. Cape Town: University of Cape Town

Esterhuizen. 2006. *Measuring and Analysing Comnpetitiveness in The Agribusiness Sector: Methodological And Analytical Framework*. Pretoria: University of Pretoria.

[FAO] Food Agricultural Organization. *Berbagai tahun terbitan. Top Exports*. [http : // www. faostat.org](http://www.faostat.org). [30 Januari 2014]

Harsiah S. 1993. *Agroindustri Buah-buahan Tropis*. Jakarta: Pusat Pengembangan Agribisnis.

Juanda B. 2009. *Ekonometrika Permodelan dan Pendugaan*. Bogor :IPB Press.

[Kemendag] Kementerian Perdagangan. 2013. *Ekspor Impor Hortikultura*. Jakarta: Kemendag.

[Kementan] Kementerian Pertanian. 2014. *Sejarah Hortikultura*. [http://hortikultura.pertanian. go. id/index.php?option=com_content&view=articl e&id=449&Itemid=335](http://hortikultura.pertanian.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=449&Itemid=335). [28 Januari 2014].

Kompas. 2013. *Buah-buahan Indonesia bakal banjiri dunia*. [http://bisniskeuangan. Kompas. Com/ read/2013/12/07/2121133/Buah-buahan. Indonesia. Bakal. Banjiri. Dunia](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/12/07/2121133/Buah-buahan.Indonesia.Bakal.Banjiri.Dunia). [29 Desember 2013].

Li K, Song L, Zhao X. 2008. Component Trade and China's Global Economic Integration. *World Institute for Development Economics Research* 101(2) :1–25. doi : 978-92-9230-157-6.

Lipsey R, Courant P, Purvis D, Steiner P. 1997. *Pengantar Makroekonomi*. Maulana A, penerjemah. Jakarta: Binarupa Aksara.

Mankiw G. 2006. *Makroekonomi*. Liza F, Nurmawan I, penerjemah. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Tarman, Kartikawati D, Widodo H, Fakhrudin U, Muna N, Bambang. 2011. *Kajian Kebijakan Pengembangan Diversifikasi Pasar dan Produk Ekspor*. Jakarta: Laporan Akhir Kementerian Perdagangan.

[Trade Map] International Trade Center. 2013. *Export*. [http : // www. trademapo.org](http://www.trademapo.org). [30 Januari 2013].

[UN COMTRADE] United Nations Comodity Trade Statistics Database. *Berbagai tahun terbitan*. [http: // www.wits.worldbank.org](http://www.wits.worldbank.org). [29 Desember 2013].

Widayanti S, Kiptiyah S, Semaon M. 2009. Analisis Ekspor Kopi Indonesia. *WACANA* 12(1):192–203. doi : 1411-0199.

Wulandari R, Budiasih. 2009. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Total Perdagangan Bilateral Indonesia Berdasarkan Model Gravitasi Tahun 2000-2005. *Jurnal Statistika* 5(2):131-146.

Zarzoso I, Lehman F. 2002. Augmented Gravity Model : An Empirical Application to Mercosur-European Union Trade Flows. *Journal of Applied Economics* 6(2): 291-316.