

# PENGEMBANGAN PASAR EKSPOR LADA INDONESIA

## *Development of Indonesian Pepper Export Markets*

**Ely Nurhayati, Sri Hartoyo, Sri Mulatsih**

Institut Pertanian Bogor, Jl. Raya Darmaga, Bogor, Jawa Barat 16680, Indonesia

Email: [haya.jundullah@gmail.com](mailto:haya.jundullah@gmail.com)

Naskah diterima: 05/07/2018; Naskah direvisi: 10/09/2018; Disetujui diterbitkan: 03/12/2018

Dipublikasikan online: 31/12/2018

### **Abstrak**

Salah satu komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia sebagai negara agraris adalah lada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pasar potensial untuk ekspor lada yang bisa dikembangkan, serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada. Penelitian ini menggunakan metode RCA, EPD, X-Model, dan *Gravity Model*. Hasil analisis dengan menggunakan model RCA, EPD, dan X-model menunjukkan bahwa 'pasar optimis' untuk dikembangkan adalah Belanda. Sedangkan 'pasar potensial' untuk dikembangkan adalah Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat. Sementara itu hasil analisis dengan menggunakan model Gravity menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi ekspor adalah domestik bruto per kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada untuk mengembangkan pasar ekspor. Faktor tersebut diantaranya menjaga stabilitas harga ekspor, memilih pasar dengan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang tinggi, populasi yang besar dan cenderung meningkat, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun.

**Kata Kunci:** Daya Saing, Ekspor, Lada

### **Abstract**

*Pepper is one of agricultural commodities that has significant export value for Indonesia. The study aims to analyze the potential market for pepper exports that can be developed, and the factors that influence pepper commodity exports. This research used RCA, EPD, X-Model, and Gravity Model methods. Using the RCA, EPD, and X-model the study indicated that 'the optimistic market' to be developed was the Netherlands. While 'the potential markets' to be developed were Malaysia, Vietnam, South Korea, Russia, France, Belgium, Germany and the United States. Using the Gravity model, it was confirmed factors affected export were gross domestic product per capita, population, export prices, economic distance and tariffs. This study recommends that the Government needs to consider the following factors including the stability of export prices, a market with high Gross Domestic Product (GDP) per capita and a large population which tends to increase, and a small economic distance and tariff that tends to decline.*

**Keywords:** Competitiveness, Export, Pepper

**JEL Classification:** B27, F10, P52, Q17

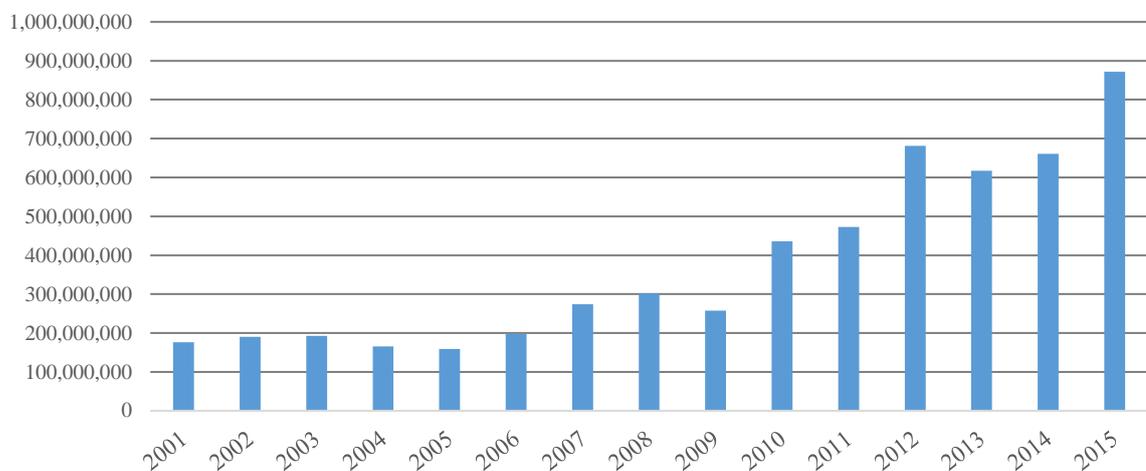
## **PENDAHULUAN**

Indonesia negara agraris yang unggul dalam produk pertanian. Salah

satu komoditas yang berpotensi meningkatkan ekspor Indonesia adalah rempah-rempah (Kementerian

Perdagangan RI, 2017). Nilai ekspor rempah Indonesia cenderung berfluktuasi, dan sempat mengalami penurunan di tahun 2004, 2005, 2009 dan 2013. Namun secara umum tren

ekspor rempah Indonesia cenderung meningkat dalam 15 tahun terakhir. Nilai ekspor rempah mencapai puncak tertingginya pada tahun 2015, yaitu senilai USD 872,24 ribu.



**Gambar 1. Nilai Ekspor Rempah Indonesia ke Pasar Dunia (USD)**

Sumber: UN-Comtrade (2018), diolah

Rempah Indonesia adalah salah satu komoditas yang paling banyak diekspor dengan kualitas terbaik di dunia. Diantara banyak komoditas rempah yang dihasilkan, komoditas lada merupakan salah satu komoditas rempah yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan ekspor.

Lada merupakan tanaman yang memiliki nama Latin *Piper Albi Linn*, dan masuk dalam kategori biji-bijian. Komoditas ini berbentuk bulat kecil, memiliki rasa yang pedas, pahit, dan hangat. Pada umumnya tanaman lada tumbuh optimal di wilayah yang

beriklim tropis pada ketinggian 0-1.000 meter di atas permukaan air laut. Di Indonesia, wilayah yang menjadi sentra produksi lada adalah Kepulauan Bangka Belitung, sebagai wilayah dengan produksi lada terbesar. Selanjutnya diikuti oleh Lampung, Sumatera Selatan, Kalimantan Timur dan Sulawesi Selatan. Akumulasi produksi lada di lima provinsi tersebut selama tahun 2010-2014 berkontribusi sebesar 83,70% dari total produksi lada Indonesia (Kementerian Pertanian RI, 2015).

Jenis komoditas lada Indonesia yang diekspor merupakan jenis lada putih, lada hitam dan lada lainnya (termasuk lada hijau), baik yang tidak dihancurkan maupun yang dihancurkan dalam bentuk bubuk. Namun demikian struktur ekspor lada Indonesia menunjukkan bahwa lada yang tidak dihancurkan lebih dominan dibandingkan ekspor lada bubuk. Di negara tujuan ekspor, lada terutama dikonsumsi oleh rumah tangga dan digunakan untuk konsumsi langsung pada makanan. Selain sebagai bahan konsumsi langsung, lada juga digunakan untuk konsumsi industri seperti minyak lada, oleorosin lada, industri kesehatan, farmasi dan obat herbal. Adapun lada olahan industri kesehatan dan farmasi banyak digunakan di Eropa dan Amerika, sedangkan olahan lada obat herbal banyak digunakan di negara-negara Asia.

Tahun 2016 Indonesia menjadi eksportir lada terbesar kelima di pasar dunia. Kontribusi ekspor lada Indonesia dalam perdagangan internasional adalah sebanyak 55,15 ribu ton atau setara dengan 5% dari total ekspor lada dunia. Kompetitor ekspor lada Indonesia di pasar dunia adalah India yang

berkontribusi sebanyak 327,83 ribu ton (29,56%), Vietnam 182,50 ribu ton (16,45%), China 181,26 ribu ton (16,34%), dan Spanyol yang mencapai 60,68 ribu ton (5,47%) ekspor dunia.

Lada memberikan kontribusi pada devisa negara, karena lada Indonesia lebih unggul bila dibandingkan dengan lada dari negara lainnya. Lada Indonesia merupakan rempah yang sangat khas dan tidak dapat digantikan oleh produk lainnya (Kementerian Pertanian RI, 2013). Di pasar internasional, Indonesia memiliki *brand* lada khas yang telah lama dikenal dunia, yaitu *Lampung black pepper* yang merupakan lada hitam yang dihasilkan di Lampung, dan *Munthok white pepper* yang merupakan lada putih yang dihasilkan di Kepulauan Bangka Belitung. Kedua jenis lada tersebut telah digunakan sebagai acuan standar perdagangan lada dunia (Departemen Pertanian RI, 2009).

Indonesia merupakan salah satu dari lima eksportir lada terbesar di pasar dunia (UN-Comtrade, 2018). Pada tahun 2016 Volume ekspor lada Indonesia ke pasar dunia mencapai 55,14 ribu kg atau setara dengan 5% dari total ekspor lada dunia. Besarnya kontribusi ekspor lada Indonesia di

pasar dunia tersebut menjadi potensi bagi pengembangan ekspor lada.

Selama tahun 2002 hingga 2016 Indonesia telah mengekspor lada secara kontinyu ke 19 negara. Dari 19 negara tersebut, 10 pasar utama yang paling mendominasi ekspor lada Indonesia adalah pasar Malaysia,

Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Australia, Prancis, Belgia, Belanda, Jerman dan Amerika Serikat. Selama 15 tahun tersebut volume ekspor komoditas lada Indonesia di pasar tujuan utama mengalami fluktuasi, namun demikian rata-rata pertumbuhannya cenderung positif.

**Tabel 1. Volume Ekspor Lada Indonesia ke Sepuluh Pasar Utama (dalam Ton)**

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	557	52	203	237	322	353	28	2.378	1.290	16.285
2003	125	1.536	113	1.281	303	449	69	3.107	1.943	17.738
2004	54	379	107	864	451	116	210	1.504	1.899	11.773
2005	89	330	234	1.094	687	102	279	1.945	1.577	13.211
2006	406	1.209	20	357	366	362	151	1.602	2.063	15.261
2007	617	2.207	437	455	274	256	255	2.786	2.495	17.049
2008	436	4.257	404	546	501	974	293	2.635	2.338	25.405
2009	614	5.093	480	1.090	547	493	203	1.778	2.093	24.805
2010	1.496	14.033	506	1.961	930	834	249	2.559	2.237	25.107
2011	962	4.761	287	205	407	603	135	1.426	1.321	15.298
2012	930	17.226	265	1.659	393	551	224	1.972	2.265	22.923
2013	701	12.012	122	561	218	980	458	2.673	2.145	14.649
2014	639	6.118	39	75	198	742	420	1.422	2.460	6.149
2015	757	22.698	61	176	142	895	409	1.895	2.866	10.114
2016	910	19.327	357	258	18	1.997	58	2.808	2.296	8.540
Total Volume	9.293	111.238	3.635	10,819	5.757	9.707	3.441	32.490	31.288	244.307
Rata-rata Pertumbuhan (%)	32,84	269,35	170,88	88,66	-3,08	44,79	31,49	9,63	7,84	2,01

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Dari seluruh pasar ekspor utama komoditas lada Indonesia, pasar yang paling mendominasi volume ekspor komoditas ini adalah pasar Amerika

Serikat. Total volume ekspor lada ke pasar Amerika Serikat selama tahun 2002 hingga tahun 2016 adalah 244,31 ribu ton. Sedangkan total volume ekspor

di pasar lainnya adalah Vietnam sebesar 111,24 ribu ton, Belanda sebanyak 32,49 ribu ton, Jerman sebanyak 31,29 ribu ton, Rusia sebanyak 10,82 ribu ton, Prancis sebanyak 9,71 ribu ton, Malaysia sebanyak 9,30 ribu ton, Australia sebanyak 5,76 ribu ton, Korea Selatan sebanyak 3,64 ribu ton, dan Belgia, sebanyak 3,44 ribu ton (Tabel 1).

Rata-rata pertumbuhan volume ekspor lada terbesar merupakan rata-rata pertumbuhan di pasar Vietnam sebesar 269,35% per tahun. Tingginya pertumbuhan ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam salah satunya disebabkan oleh harga lada Indonesia yang cenderung rendah di pasar Vietnam bila dibandingkan dengan harga di pasar lain.

Adapun pertumbuhan volume ekspor terendah adalah pertumbuhan volume ekspor di pasar Australia, sebesar -3,08% per tahun. Negatifnya pertumbuhan volume ekspor lada Indonesia ke pasar Australia disebabkan oleh volume ekspor yang cenderung terus menurun selama beberapa tahun belakangan. Penurunan volume ekspor tersebut karena dalam beberapa tahun belakangan Australia lebih banyak

meningkatkan impor ladanya dari negara lain, yaitu dari Singapura, India, Vietnam, Malaysia, Afrika Selatan, Spanyol dan China. Selain itu Australia juga memiliki eksportir baru, yaitu Belgia, Polandia, Swedia, Suriah, Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Nilai ekspor komoditas lada Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama, rata-rata pertumbuhannya positif. Rata-rata pertumbuhan ekspor lada terendah 10,53% terjadi di pasar Australia. Sedangkan rata-rata pertumbuhan ekspor lada tertinggi terjadi di Vietnam sebesar 378,22%.

Pasar Amerika Serikat mendominasi nilai ekspor lada Indonesia dengan total nilai ekspor USD 999,65 ribu selama 2002-2016 (Tabel 2). Sedangkan total nilai ekspor di pasar Vietnam adalah USD 665,08 ribu, di susul Jerman (USD 185,82 ribu), Belanda (USD 179,72 ribu), Prancis (USD 65.96 ribu), Malaysia (USD 61.10 ribu), Rusia (USD 37.21 ribu), Australia (USD 23.641 ribu) dan Belgia (USD 22.29 ribu). Total nilai terendah adalah ke pasar Korea Selatan USD 16.09 ribu.

**Tabel 2. Nilai Ekspor Lada Indonesia ke Sepuluh Pasar Utama (dalam Ribu USD)**

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	533	51	297	136	572	642	43	4.396	2.485	26.137
2003	167	2.024	237	1.689	513	623	95	4.849	4.072	27.238
2004	87	866	104	1.076	669	150	459	2.859	3.949	17.863
2005	115	390	197	1.320	1.114	169	582	3.918	3.069	18.213
2006	864	2.865	43	605	872	1.074	453	3.802	5.345	28.090
2007	2.327	6.979	1.140	1.362	1.021	1.237	948	11.450	10.468	54.510
2008	1.991	15.506	1.422	1.640	2.129	4.146	1.335	11.701	9.742	82.710
2009	2.192	13.667	1.404	2.787	1.688	2.075	710	6.978	8.204	63.385
2010	4.949	54.737	2.244	7.015	4.003	3.612	1.027	12.264	11.683	94.939
2011	6.674	31.931	2.099	1.129	2.573	4.346	841	10.741	10.745	84.329
2012	7.923	105.307	1.848	10.561	3.277	4.216	1.718	16.741	17.824	156.769
2013	6.372	80.241	984	3.585	1.786	7.718	4.050	22.862	17.969	105.799
2014	6.876	48.165	561	600	1.751	7.152	4.325	16.037	25.693	56.299
2015	9.873	179.912	806	1.584	1.553	10.100	5.051	23.814	32.562	104.756
2016	10.158	122.435	2.705	2.118	119	18.698	653	27.305	22.011	78.609
Total Nilai	61.101	665.076	16.091	37.207	23.640	65.958	22.290	179.717	185.820	999.646
Rata-rata Pertumbuhan (%)	67,60	378,22	195,42	159,77	10,53	68,88	58,09	25,39	23,16	18,19

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Berdasarkan data volume dan nilai ekspor lada Indonesia ke sepuluh pasar utama tersebut, terlihat adanya perbedaan fluktuasi dan pertumbuhan pada volume dan nilai ekspor. Adanya perbedaan ini disebabkan oleh perubahan harga ekspor lada dari tahun ke tahun di setiap negara. Perubahan harga ekspor lada setiap tahunnya menyebabkan laju pertumbuhan volume ekspor lebih lambat dibanding dengan laju pertumbuhan nilai ekspornya. Hal ini pulalah yang menjelaskan mengapa

rata-rata pertumbuhan volume ekspor lada Indonesia di pasar Australia bernilai negatif, namun rata-rata pertumbuhan nilai ekspor di pasar Malaysia bernilai positif.

Harga ekspor lada diperoleh dari nilai ekspor lada di negara tujuan dibagi dengan volume ekspornya (Kementerian Pertanian RI, 2015). Harga lada di setiap pasar pada setiap tahunnya cukup bervariasi. Secara rata-rata harga ekspor komoditas lada di setiap pasar bertumbuh.

**Tabel 3. Harga Ekspor Lada Indonesia**

Tahun	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	0,96	0,98	1,46	0,57	1,77	1,82	1,55	1,85	1,93	1,60
2003	1,34	1,32	2,09	1,32	1,70	1,39	1,36	1,56	2,10	1,54
2004	1,62	2,29	0,97	1,25	1,48	1,30	2,19	1,90	2,08	1,52
2005	1,29	1,18	0,84	1,21	1,62	1,65	2,09	2,01	1,95	1,38
2006	2,13	2,37	2,10	1,69	2,38	2,96	3,00	2,37	2,59	1,84
2007	3,77	3,16	2,61	2,99	3,73	4,83	3,71	4,11	4,20	3,20
2008	4,56	3,64	3,52	3,00	4,25	4,26	4,55	4,44	4,17	3,26
2009	3,57	2,68	2,92	2,56	3,08	4,21	3,50	3,92	3,92	2,56
2010	3,31	3,90	4,44	3,58	4,30	4,33	4,13	4,79	5,22	3,78
2011	6,93	6,71	7,31	5,50	6,32	7,20	6,22	7,53	8,14	5,51
2012	8,51	6,11	6,98	6,36	8,33	7,65	7,66	8,49	7,87	6,84
2013	9,09	6,68	8,05	6,39	8,18	7,87	8,85	8,55	8,38	7,22
2014	10,76	7,87	14,40	8,00	8,84	9,64	10,29	11,28	10,44	9,16
2015	13,04	7,93	13,21	8,99	10,93	11,29	12,34	12,57	11,36	10,36
2016	11,16	6,33	7,57	8,22	6,45	9,36	11,16	9,72	9,59	9,20
Harga Rata-rata	5,47	4,21	5,23	4,11	4,89	5,32	5,51	5,67	5,60	4,60
Rata-rata Pertumbuhan	24,20%	21,31%	23,05%	25,87%	13,53%	16,25%	17,47%	15,22%	14,30%	16,08%

Sumber: UN-Comtrade (2018)

Selama 2002-2016, rata-rata harga ekspor lada tertinggi sebesar 5,67 USD/kg di pasar Belanda, dan harga terendah sebesar USD 4,11/kg di pasar Rusia. Harga di berbagai pasar tujuan utama berada pada kisaran tersebut (Tabel 3).

Harga ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam hanya sedikit lebih tinggi dibanding harga di Rusia yaitu USD 4,21/kg karena Vietnam bukanlah negara pengonsumsi lada. Impor lada Vietnam dari Indonesia sebagian besar

di ekspor kembali ke negara lain. Menurut Kementerian Pertanian RI (2015), Vietnam merupakan salah satu negara produsen sekaligus eksportir lada terbesar di pasar dunia. Hal inilah yang menyebabkan harga ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam cenderung lebih murah.

Kinerja ekspor lada Indonesia selama ini ditopang oleh produksi dan luas lahannya. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, produksi dan luas lahan lada Indonesia berfluktuasi.

**Tabel 4. Produksi dan Luas Lahan Lada Indonesia**

Tahun	Produksi (ton)	Luas Lahan (ha)
2010	83.662	179.318
2011	87.089	177.490
2012	87.841	177.787
2013	91.037	171.920
2014	87.448	152.751

Sumber : Kementerian Pertanian RI (2017)

Produksi lada Indonesia terbesar selama periode 2010-2014 adalah sebesar 91.037 ton pada tahun 2013. Luas lahan lada terluas pada periode tersebut adalah seluas 179.318 m<sup>2</sup> pada tahun 2010. Perkembangan produksi lada di tengah menyusutnya luas lahan lada Indonesia tentu menjadi penopang sekaligus modal bagi pengembangan ekspor lada Indonesia (Tabel 4).

Melihat kinerja ekspor lada Indonesia di pasar internasional, kinerja perdagangan lada dunia, serta produksi lada dalam negeri, maka dirasa perlu untuk mengkaji tentang pengembangan ekspor lada Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing komoditas lada sehingga ditemukan pasar ekspor yang optimis dan potensial untuk dikembangkan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor

komoditas lada Indonesia di pasar internasional.

## **METODE**

Penelitian ini berkontribusi dengan melengkapi hasil penelitian yang sudah ada. Kebaruannya ada pada kebaruan data terkini, serta ragam pasar yang diteliti yang merupakan sepuluh pasar terbesar Indonesia.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data panel yang terdiri dari data *time series* dan data *cross section*. Data *time series* terangkum dalam bentuk tahunan, yaitu data tahun 2002-2016. Sedangkan data *cross section* merupakan data sepuluh pasar ekspor utama lada.

Data yang digunakan adalah data nilai ekspor, volume ekspor, Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita, populasi, tarif dan jarak. Data tersebut diperoleh dari *United Nations of Comodity Trade Database* (UN-Comtrade), *World Development Indicators* (WDI) *World Bank*, *World Trade Organization* (WTO) dan CEPII. Kode HS komoditas yang diteliti adalah 0904 (lada).

Dalam melakukan analisis pengembangan pasar ekspor lada, penelitian ini menggunakan metode

*Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamics* (EPD), X-Model dan *Gravity Model*. Metode RCA, EPD dan X-Model digunakan untuk menganalisis daya saing, sehingga ditemukan pasar ekspor yang optimis dan potensial. Sedangkan metode *Gravity Model* digunakan untuk menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi permintaan ekspor komoditas lada.

**Revealed Comparative Advantage (RCA)**

RCA merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur daya saing atau keunggulan komparatif di suatu wilayah. Adapun rumus dari RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA = \frac{(X_{aj})/(X_{tj})}{(W_{aj})/(W_{tj})} \dots\dots\dots(1)$$

dimana :

X<sub>aj</sub> :Nilai ekspor lada Indonesia ke negara j

W<sub>aj</sub> :Nilai ekspor lada dunia ke negara j

X<sub>tj</sub> :Nilai total ekspor Indonesia ke negara j

W<sub>tj</sub> :Nilai total ekspor dunia ke negara j

Hasil perhitungan nilai RCA menunjukkan dua kemungkinan, apabila nilai RCA lebih dari satu maka lada di negara tersebut memiliki keunggulan

komparatif sehingga memiliki nilai daya saing kuat. Apabila nilai RCA kurang dari satu maka dianggap memiliki daya saing lemah.

**Export Product Dynamics (EPD)**

EPD merupakan metode yang digunakan untuk mengukur posisi pasar dari produk suatu negara. Adapun rumus dari EPD adalah sebagai berikut:  
Sumbu x: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left( \left( \frac{X_{aj}}{W_{aj}} \right)_t \times 100\% - \left( \frac{X_{aj}}{W_{aj}} \right)_{t-1} \times 100\% \right)}{T} \dots\dots\dots(2)$$

Sumbu y: Pertumbuhan pangsa pasar produk

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left( \left( \frac{X_{tj}}{W_{tj}} \right)_t \times 100\% - \left( \frac{X_{tj}}{W_{tj}} \right)_{t-1} \times 100\% \right)}{T} \dots\dots\dots(3)$$

dimana:

X<sub>aj</sub> :Nilai ekspor lada Indonesia ke negara j

W<sub>aj</sub> :Nilai ekspor lada dunia ke negara j

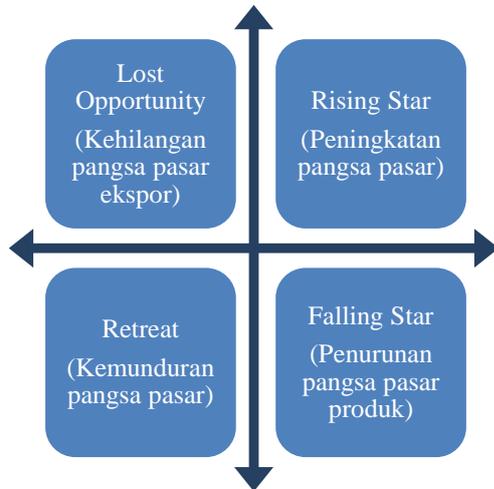
X<sub>tj</sub> :Nilai total ekspor lada Indonesia ke negara j

W<sub>tj</sub> :Nilai total ekspor dunia ke negara j

T :Jumlah tahun

Hasil analisis daya saing lada akan berada di salah satu dari keempat kuadran. Posisi komoditas lada tergantung pada daya tarik pasar dan kekuatan bisnis komoditas tersebut.

Dengan matriks daya saing menggunakan EPD tersebut, dapat dilihat posisi daya saing masing-masing komoditas.



**Gambar 2. Posisi Daya Saing Produk dengan Metode EPD**

Sumber: Estherhuizen (2006)

**X-Model Potential Export Products**

Metode ini menggabungkan hasil analisis metode RCA dengan hasil analisis metode EPD, dengan menggunakan metode ini hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas Lada Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu dari sisi RCA dan juga EPD. Metode ini digunakan untuk melakukan klusterisasi potensi produk di wilayah tertentu. Klusterisasi ini dilakukan untuk memfokuskan pasar perdagangan.

**Tabel 5. Klusterisasi Analisis X-Model Potential Export Product**

RCA	EPD	X-Model
>1	Rising Star (Peningkatan pangsa pasar)	Pasar Optimis
	Lost opportunity (Kehilangan pangsa pasar ekspor)	Pasar Potensial
	Falling Star (Penurunan pangsa pasar produk)	Pasar Potensial
	Retreat (Kemunduran pangsa pasar)	Kurang Potensial
<1	Rising Star (Peningkatan pangsa pasar)	Pasar Potensial
	Lost opportunity (Kehilangan pangsa pasar ekspor)	Kurang Potensial
	Falling Star (Penurunan pangsa pasar produk)	Kurang Potensial
	Retreat (Kemunduran pangsa pasar)	Tidak Potensial

Sumber: Kementerian Perdagangan (2013)

**Gravity Model**

Gravity model digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor komoditas lada Indonesia ke negara tujuan. Penelitian ini menggunakan data *cross section* yang terdiri dari sepuluh negara tujuan utama ekspor komoditas lada dan data *time series* selama 15 tahun. Adapun model yang digunakan adalah:

$$\ln X_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln PDBC_{jt} + \beta_2 \ln POP_{jt} + \beta_3 \ln HE_{ijt} + \beta_4 \ln JE_{ijt} + \beta_5 \ln TRF_{jt} + U_{ijt} \dots (4)$$

dimana :

- X<sub>ijt</sub> : Volume ekspor (kg)
- PDBC<sub>jt</sub>: PDB perkapita (USD/Jiwa)
- POP<sub>jt</sub> : Populasi (Jiwa)
- HE<sub>ijt</sub> : Harga ekspor (USD/Kg)
- JE<sub>ijt</sub> : Jarak ekonomi (Km)
- TRF<sub>jt</sub> : Tarif impor (%)
- Ln : Logaritma natural
- u<sub>ijt</sub> : error term

Adapun rumus untuk jarak ekonomi menurut Inayah et.al (2015) dan Kementerian Perdagangan RI (2014) adalah :

$$JE_{ij} = DIS_{ij} \times \frac{PDB_j}{\sum PDB_j} \dots\dots\dots(5)$$

dimana :

- JE<sub>ij</sub> : Jarak ekonomi (km)
- DIS<sub>ij</sub> : Jarak ibu kota negara (km)
- PDB<sub>j</sub> : PDB negara j (USD)
- ∑PDB<sub>j</sub>: Total PDB negara j (USD)

Jarak ekonomi merupakan jarak geografis antar ibukota negara asal dan negara tujuan dikalikan dengan *share* PDB suatu negara terhadap total PDB negara yang diteliti. Penggunaan jarak ekonomi dijadikan sebagai indikator dari biaya transportasi dalam melakukan perdagangan. Biaya transportasi adalah salah satu faktor penghambat perdagangan internasional.

Kementerian Perdagangan RI (2014), jarak ekonomi dapat berpengaruh positif maupun negatif. Jarak ekonomi dapat berpengaruh positif bila faktor PDB menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan dengan jarak geografis. Faktor lain yang menyebabkan jarak ekonomi dapat berpengaruh positif terhadap ekspor adalah adanya komisi perdagangan dari suatu transaksi. Komisi transaksi yang diberikan kepada perantara (*broker*) akan memengaruhi transaksi perdagangan internasional. Sedangkan apabila jarak berpengaruh negatif maka faktor jarak geografis menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan dengan PDB dalam memengaruhi perdagangan. Hal ini disebabkan jarak dapat meningkatkan biaya transaksi pertukaran barang dan jasa internasional.

*Gravity model* dalam penelitian ini menggunakan panel data karena dianggap relevan dengan tujuan dan dapat memberikan informasi tentang faktor yang memengaruhi nilai ekspor Lada. Menurut Juanda (2012), terdapat tiga macam pendekatan dalam panel data, yaitu *Common-Constant (Pooled*

*Ordinary Least Square/PLS*), Model Efek Tetap (*Fixed Effect*), dan Model Efek Acak (*Random Effect*).

Berikut adalah langkah pemilihan model serta uji kesesuaian model yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Pemilihan model terbaik dalam analisis data panel dilakukan dengan beberapa pengujian, diantaranya:

#### 1. Uji Chow

Uji Chow merupakan uji yang bertujuan untuk memilih FEM atau PLS. Hipotesis uji ini adalah:

$H_0$  : *Pooled Least Square* (PLS)

$H_1$  : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai F-Stat hasil pengujian lebih besar dari F-tabel, maka cukup bukti untuk melakukan penolakan terhadap  $H_0$ , artinya model yang dipilih adalah model *fixed effect*.

#### 2. Uji Hausman

Uji Hausman merupakan uji yang bertujuan untuk memilih antara model FEM dan REM. Hipotesis uji ini adalah:

$H_0$  : *Random Effect Model* (REM)

$H_1$  : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai uji Hausman berdasarkan hasil pengujian lebih besar dari chi square, maka cukup bukti untuk menolak  $H_0$ , artinya model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Daya Saing Lada Indonesia

Analisis internal dilakukan untuk mengidentifikasi aspek kekuatan dan aspek kelemahan suatu komoditas. Metode RCA merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif komoditas suatu negara di pasar dunia. Apabila nilai RCA lebih dari satu, maka ini berarti bahwa komoditas tersebut memiliki daya saing yang kuat di pasar dunia. Semakin tinggi nilai RCA, maka semakin besar pula daya saing komoditas negara tersebut di pasar dunia (Hasibuan et.al 2012). Namun apabila nilai RCA lebih kecil dari satu, maka berarti komoditas tersebut berdaya saing lemah di pasar dunia.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode RCA (Tabel 6), selama periode 2002-2016, daya saing komoditas lada Indonesia di setiap pasar memiliki keunggulan komparatif yang cukup bervariasi. Komoditas lada memiliki nilai daya saing yang berbeda-beda di setiap pasar pada setiap tahunnya. Namun secara keseluruhan komoditas lada Indonesia di sepuluh pasar utama yang diteliti memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat, kecuali di pasar Malaysia.

**Tabel 6. Nilai RCA Lada Indonesia di 10 Pasar Tujuan Utama**

Tahun	Negara									
	Malaysia	Vietnam	Korsel	Rusia	Australia	Prancis	Belgia	Belanda	Jerman	AS
2002	0,53	5,43	0,58	17,01	2,22	9,55	0,66	11,45	11,73	17,84
2003	0,19	34,08	0,39	152,75	2,45	9,48	1,35	14,98	18,02	19,73
2004	0,05	27,26	0,13	76,08	3,32	3,11	7,49	10,03	18,14	12,21
2005	0,07	36,22	0,29	63,96	5,18	3,87	9,45	12,88	13,34	11,72
2006	0,32	27,26	0,06	30,52	3,50	22,11	6,04	11,40	21,64	15,49
2007	0,50	25,15	1,59	67,96	3,08	18,88	8,94	24,80	27,63	23,53
2008	0,52	25,37	1,92	47,66	5,33	49,56	13,88	20,42	25,94	29,55
2009	0,36	26,75	1,95	49,64	4,36	24,78	9,24	13,67	21,87	23,00
2010	0,59	34,45	1,67	65,11	8,64	32,16	12,40	17,51	22,69	26,98
2011	0,72	25,18	0,86	9,83	3,78	29,21	7,56	7,91	18,63	17,00
2012	1,09	41,01	0,86	84,98	4,61	29,40	16,44	13,99	26,05	32,53
2013	1,14	44,22	0,97	29,17	2,87	52,57	42,83	21,41	23,92	19,80
2014	1,28	40,75	0,51	4,20	1,84	42,42	43,36	14,48	36,63	9,70
2015	2,01	42,63	0,67	8,46	1,84	46,30	48,51	22,04	36,60	14,02
2016	1,73	40,79	2,67	6,83	3,32	89,77	18,83	28,72	25,88	11,56
Rata-rata	0,74	31,77	1,01	47,61	3,76	30,88	16,47	16,38	23,25	18,98

Posisi daya saing dengan nilai rata-rata RCA tertinggi berada di pasar Rusia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 47,61. Kemudian secara berurutan disusul Vietnam, Prancis, Jerman, Amerika Serikat, Belgia, Belanda, Australia, Korea Selatan dan Malaysia (Tabel 6). Hasil analisis rata-rata RCA menunjukkan bahwa komoditas lada memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di setiap tahun pada pasar Rusia, Vietnam, Prancis, Jerman, Amerika Serikat, Belanda dan Australia.

Di pasar Malaysia, komoditas lada Indonesia pada tahun 2002 hingga tahun 2011 berdaya saing lemah, hal inilah yang menyebabkan rata-rata RCA komoditas lada Indonesia selama 2002-2016 berdaya saing lemah. Namun demikian, bila nilai daya saing komoditas lada di pasar Malaysia dilihat lebih spesifik per tahun, daya saing komoditas ini terus mengalami peningkatan. Sejak tahun 2012 hingga 2016 nilai RCA di pasar Malaysia selalu lebih dari satu. Sehingga meskipun secara rata-rata nilai daya saing

komoditas lada di pasar Malaysia selama 2002-2016 berdaya saing lemah, namun bila dilihat lebih spesifik per tahun daya saing komoditas ini terus mengalami peningkatan dan berdaya saing kuat selama empat tahun terakhir.

Selanjutnya dilakukan analisis EPD untuk mengukur posisi pasar dari komoditas suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Metode ini menunjukkan dinamis atau tidaknya kinerja masing-

masing komoditas. Analisis EPD dapat menunjukkan posisi daya saing suatu komoditas yang terbagi menjadi empat posisi yaitu *rising star* (peningkatan pangsa pasar), *falling star* (penurunan pangsa pasar produk), *lost opportunity* (kehilangan pangsa pasar ekspor), dan *retreat* (Kemunduran pangsa pasar). Hasil analisis EPD menunjukkan posisi pasar komoditas lada di masing-masing pasar yang diteliti cukup bervariasi.

**Tabel 7. Hasil Analisis EPD Lada Indonesia, 2002-2016**

Negara	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Pasar
Malaysia	0,312	0,121	Peningkatan pangsa pasar
Vietnam	4,248	-0,016	Penurunan pangsa pasar produk
Korea Selatan	0,289	-0,063	Penurunan pangsa pasar produk
Rusia	-0,513	0,036	Kehilangan pangsa pasar ekspor
Australia	-0,313	-0,078	Kemunduran pangsa pasar
Prancis	0,576	-0,005	Penurunan pangsa pasar produk
Belgia	0,263	-0,008	Penurunan pangsa pasar produk
Belanda	0,361	0,003	Peningkatan pangsa pasar
Jerman	0,224	-0,001	Penurunan pangsa pasar produk
Amerika Serikat	-0,222	0,003	Kehilangan pangsa pasar ekspor

Ekspor komoditas lada Indonesia berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar) di pasar Malaysia dan Belanda. Sedangkan di pasar Rusia dan Amerika Serikat, ekspor lada Indonesia berada pada posisi *lost opportunity* (kehilangan

pangsa pasar ekspor). Ini berarti bahwa ekspor lada Indonesia ke pasar-pasar tersebut mengalami kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor. Di pasar Vietnam, Korea Selatan, Prancis, Belgia dan Jerman, ekspor lada Indonesia berada

pada posisi *falling star* (penurunan pangsa pasar produk). Ini berarti bahwa Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produknya di pasar-pasar tersebut. Sedangkan di pasar Australia, ekspor lada Indonesia berada pada posisi *retreat* (kemunduran pangsa pasar). Ini berarti bahwa komoditas lada Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor sekaligus pangsa pasar produk di pasar Australia.

Pada tahun 2004 dan 2014, produksi lada Indonesia mengalami penurunan. Penurunan tersebut menjadi salah satu penyebab hilangnya pangsa pasar ekspor lada Indonesia di pasar Rusia, Australia dan Amerika Serikat pada tahun 2004 dan 2014. Pada tahun 2004 produksi lada Indonesia turun sebesar 15,13% dan pada tahun 2014 produksi lada Indonesia turun sebesar 3,94%. Sedangkan faktor lain yang juga memengaruhi hilangnya pangsa pasar ekspor lada Indonesia pada tahun tersebut juga di tahun-tahun lainnya adalah karena adanya perubahan komposisi volume impor lada dari setiap eksportir.

Di pasar Rusia, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada Indonesia disebabkan oleh pertumbuhan pangsa

pasar ekspor pada tahun 2002, 2004, 2006, 2008, 2011, 2013 dan 2014 bernilai negatif. Pada tahun 2002 perubahan komposisi volume impor lada yang terjadi di pasar Rusia adalah karena pada tahun tersebut komposisi volume impor lada diantaranya banyak beralih ke Malaysia, India dan Vietnam dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2008 banyak beralih ke China, Vietnam dan India. Pada tahun 2011 beralih ke Vietnam, India, Peru, Austria, Polandia, China dan Meksiko. Dan pada tahun 2013 beralih Vietnam, Austria, Polandia, China dan Singapura.

Di pasar Australia, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada disebabkan oleh pertumbuhan pangsa pasar ekspor pada tahun 2002, 2003, 2006, 2007, 2009, 2011, 2013, 2014 dan 2015 bernilai negatif. Pada 2002 perubahan komposisi volume impor lada yang terjadi di pasar Australia adalah karena pada tahun tersebut Australia lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari Singapura, India dan Vietnam dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2003 Australia meningkatkan impor lada diantaranya dari Vietnam, Malaysia, dan Afrika Selatan. Pada tahun 2009 diantaranya banyak beralih ke India dan Vietnam.

Selain itu pada tahun 2009 Australia mengimpor lada dari beberapa eksportir baru, diantaranya Belgia, Polandia, Swedia dan Suriah. Tahun 2011 Australia meningkatkan impor lada diantaranya dari Spanyol, Vietnam dan India. Pada tahun 2013 diantaranya banyak beralih ke Spanyol, Afrika Selatan dan Vietnam. Pada tahun 2014 lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari China, Spanyol, Vietnam dan India. Pada tahun 2015 meningkatkan impor lada diantaranya dari Spanyol Singapura, serta melakukan impor dari eksportir baru, yaitu diantaranya dari Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Di pasar Amerika Serikat, hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas lada disebabkan oleh pertumbuhan pangsa pasar ekspor pada tahun 2002, 2003, 2004, 2005, 2009, 2011, 2013, 2014 dan 2016 bernilai negatif. Pada tahun 2002 perubahan komposisi volume impor lada Indonesia yang terjadi di pasar Amerika Serikat adalah karena pada tahun tersebut Amerika Serikat lebih banyak meningkatkan komposisi impor lada diantaranya dari India dan Brazil dibanding dari Indonesia. Selain itu pada

tahun 2002 Amerika Serikat juga melakukan impor dari eksportir baru, yaitu diantaranya dari Denmark, Austria, Iran, Kenya, Malawi, Slovakia, Zambia dan Zimbabwe. Tahun 2003 Amerika Serikat meningkatkan impor lada diantaranya dari Meksiko, China, Peru dan Jerman. Tahun 2005 meningkat diantaranya dari Peru. Tahun 2009 peningkatan impor lada terjadi pada impor dari Peru, China, Vietnam dan Brazil. Tahun 2011 diantaranya dari Peru, Vietnam, India china brazil. Pada tahun 2013 lebih banyak mengimpor lada diantaranya dari Peru, Meksiko dan Brazil. Tahun 2015 diantaranya dari India, Meksiko, China, Bangladesh, Ecuador, Fiji, Mesir, Jamaika, Jepang, Serbia, Slovenia dan Switserlad.

Di pasar Vietnam, Korea Selatan, Australia, Prancis, Belgia dan Jerman, hilangnya pangsa pasar produk di pasar tersebut disebabkan karena perbandingan total ekspor Indonesia ke negara tersebut dengan total ekspor dunia ke negara tersebut cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan Indonesia kehilangan pangsa pasar produk di pasar-pasar tersebut.

Berdasarkan hasil analisis RCA dan EPD, dapat dilakukan klusterisasi

potensi pengembangan pasar komoditas lada di 10 pasar utama. Metode yang digunakan untuk melakukan klusterisasi adalah metode *x-model potential export products*, yaitu metode yang mempertimbangkan nilai daya saing yang diperoleh dari hasil

analisis RCA dan posisi pasar yang diperoleh dari hasil analisis EPD. Dengan menggunakan metode ini, hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas lada Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu sisi RCA dan EPD.

**Tabel 8. Hasil Analisis X-Model Lada Indonesia Tahun 2002-2016**

Negara	RCA	EPD	Potensi Pengembangan Pasar
Malaysia	0,74	Peningkatan pangsa pasar	Potensial
Vietnam	31,77	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Korsel	1,01	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Rusia	47,61	Kehilangan pangsa pasar ekspor	Potensial
Australia	3,76	Kemunduran pangsa pasar	Kurang Potensial
Perancis	30,88	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Belgia	16,47	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Belanda	16,38	Peningkatan pangsa pasar	Optimis
Jerman	23,25	Penurunan pangsa pasar produk	Potensial
Amerika Serikat	18,98	Kemunduran pangsa pasar	Potensial

Berdasarkan Tabel 8 ekspor komoditas lada memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Belanda. Di pasar tersebut komoditas lada Indonesia memiliki daya saing yang kuat sekaligus berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar). Sedangkan di pasar Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat ekspor komoditas lada memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial. Dan di pasar Australia ekspor komoditas

lada memiliki potensi pengembangan pasar yang kurang potensial.

Lada Indonesia di pasar Malaysia memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial karena meskipun nilai RCA komoditas ini kurang dari satu, namun komoditas ini berada pada posisi *rising star* (peningkatan pangsa pasar). Sedangkan lada Indonesia di pasar Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Perancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat memiliki potensi pengembangan pasar yang potensial karena komoditas

ini memiliki daya saing yang kuat dengan RCA lebih dari satu, meskipun komoditas ini berada pada posisi *lost opportunity* (kehilangan pangsa pasar ekspor), atau *falling star* (penurunan pangsa pasar produk).

### Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Lada Indonesia

Dalam menentukan model yang terbaik, maka dilakukan uji Chow dan uji Hausman. Berdasarkan hasil uji Chow menunjukkan bahwa probabilitas lebih kecil dari taraf nyata 5% ( $0,00 < 0,05$ ), berarti cukup bukti untuk tolak  $H_0$ , artinya pendekatan model yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*. Selanjutnya dilakukan uji Hausman. Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitasnya lebih kecil dari taraf nyata 5% ( $0,01 < 0,05$ ), berarti cukup bukti untuk tolak  $H_0$ , artinya pendekatan model yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*. Berdasarkan hasil pengujian, pendekatan model terbaik yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*.

Pengolahan dengan pendekatan model *fixed effect* ini dilakukan dengan pilihan kriteria pembobotan, yaitu dengan memberikan pembobotan SUR *cross-section weighted* sehingga

parameter penduga dapat signifikan pada taraf nyata tertentu. Metode ini adalah metode yang mampu mengoreksi heteroskedastisitas serta autokorelasi antar unit cross section (Andari, 2017).

**Tabel 9. Hasil Estimasi Faktor yang Memengaruhi Ekspor Lada**

Variabel	Koefisien	Probability
C	-52,25095	0,0245*
LNPDBC	1,579517	0,0005*
LNPOP	3,475413	0,0057*
LNHE	-0,250673	0,0376**
LNJE	-1,752590	0,0001*
TRF	-0,230570	0,0000*
R-squared	0,976571	
Adjusted R-squared	0,974141	

Keterangan: \*, \*\* Signifikan pada taraf nyata 1%, 5%

Berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 9, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk komoditas HS 0904 adalah sebesar 0,976571. Artinya sebesar 97,66% keragaman faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor komoditas tersebut di 10 pasar tujuan utama dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya, sedangkan 2,34% sisanya dijelaskan oleh faktor di luar model.

Adapun faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor lada Indonesia adalah PDB per

kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif. Variabel PDB per kapita, populasi, jarak ekonomi dan tarif signifikan pada taraf nyata 1%. Sedangkan variabel harga ekspor memiliki pengaruh yang signifikan pada taraf nyata 5%.

Variabel PDB per kapita negara tujuan berpengaruh positif terhadap ekspor komoditas lada Indonesia, dimana setiap kenaikan PDB per kapita negara tujuan sebesar 1% maka volume ekspor lada akan meningkat sebesar 1,58%, begitu pula sebaliknya (*ceteris paribus*). PDB per kapita negara tujuan mencerminkan daya beli masyarakat, ini berarti bahwa peningkatan daya beli masyarakat di negara tujuan akan meningkatkan volume ekspor lada Indonesia. Hal ini sesuai dengan teori permintaan yang mengatakan bahwa peningkatan pendapatan per kapita akan meningkatkan permintaan terhadap komoditas yang diperdagangkan (Pindyck & Rubenfield, 2009). Temuan ini serupa dengan penelitian Ningsih (2013).

Variabel populasi negara tujuan berpengaruh positif terhadap ekspor komoditas lada Indonesia, dimana setiap kenaikan populasi negara tujuan sebesar 1% maka volume ekspor lada

akan meningkat sebesar 3,47%. Populasi negara tujuan mencerminkan besarnya pasar di negara tujuan, semakin besar pasar maka akan semakin besar pula volume ekspor lada Indonesia ke negara tujuan. Hal ini sesuai dengan penelitian Irgandhini & Firdaus (2014). dan penelitian Jordan (2014). Penelitian tersebut menemukan bahwa populasi negara tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor.

Variabel harga ekspor memiliki pengaruh yang negatif, dimana setiap kenaikan harga sebesar 1% maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,25%. Meningkatnya harga ekspor membuat biaya yang dikeluarkan oleh negara tujuan menjadi lebih tinggi, hal ini akan menurunkan permintaan ekspor Indonesia sehingga volume ekspor lada akan menurun. Hal ini sesuai dengan hasil analisis Maulana & Kartiasih, 2017, ditemukan bahwa harga ekspor berpengaruh signifikan dan negatif terhadap volume ekspor Indonesia. Namun demikian koefisien variabel harga menunjukkan bahwa lada adalah barang yang inelastis, sehingga kebijakan menurunkan harga justru dapat mengurangi penerimaan ekspor (Nicholson, 2002). Karenanya untuk

dapat meningkatkan penerimaan ekspor komoditas lada, harga ekspor lada perlu dijaga stabilitasnya.

Variabel jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan memiliki pengaruh yang negatif, dimana setiap kenaikan 1% jarak ekonomi akan menurunkan volume ekspor lada sebesar 1,75%. Variabel jarak ekonomi mencerminkan biaya ekspor, sehingga meningkatnya jarak ekonomi mengakibatkan biaya yang dikeluarkan negara tujuan menjadi lebih tinggi, karenanya peningkatan jarak ekonomi akan menurunkan permintaan ekspor lada. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Suryana et.al (2014) dan Inayah et.al (2015). Ditemukan hal yang sama, yaitu jarak ekonomi antara negara asal dengan negara tujuan berpengaruh negatif terhadap ekspor.

Variabel tarif memiliki pengaruh yang negatif terhadap volume ekspor lada Indonesia, dimana setiap kenaikan tarif sebesar 1% maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,23%. Meningkatnya tarif ekspor di negara tujuan mengakibatkan penurunan volume ekspor lada Indonesia ke negara tujuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kis-Katos & Sparrow (2015), ditemukan hasil yang

serupa, yaitu keberadaan tarif di negara tujuan memberikan pengaruh yang negatif terhadap ekspor. Sehingga apabila tarif naik maka nilai ekspor akan turun, namun bila tarif mengalami penurunan atau penghapusan maka nilai ekspor akan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kis-Katos & Sparrow (2015), yaitu keberadaan tarif di negara tujuan memberikan pengaruh yang negatif terhadap ekspor.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**

Lada sebagai salah satu produk Indonesia merupakan komoditas yang potensial dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan analisis daya saing, komoditas lada Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Belanda. Sedangkan pasar potensial bagi ekspor komoditas ini adalah pasar Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat. Maka apabila pemerintah dan eksportir akan melakukan pengembangan ekspor komoditas lada sebaiknya pemerintah dan eksportir mengutamakan pengembangan ke pasar Belanda.

Adapun prioritas kedua pengembangan ekspor komoditas lada sebaiknya ditujukan ke pasar potensial, yaitu Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Rusia, Prancis, Belgia, Jerman, dan Amerika Serikat.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap ekspor komoditas lada adalah produk domestik bruto per kapita, populasi, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif negara tujuan. Maka untuk melakukan pengembangan ekspor lada Indonesia ke pasar lain, sebaiknya pemerintah dan eksportir mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor lada tersebut. Adapun kebijakan yang dapat diambil adalah dengan menjaga stabilitas harga ekspor dan memilih pasar dengan PDB per kapita dan populasi yang besar dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun, serta memiliki jarak ekonomi dan tarif yang kecil dan cenderung menurun dari tahun ke tahun.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah YME sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para dosen, staf dan civitas akademika Program Studi Magister Sains Ilmu

Ekonomi FEM IPB dan Sekolah Pascasarjana IPB yang telah memberikan dukungan & bimbingan kepada penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andari, W. (2017). Analisis Pengaruh dan Tingkat Keberhasilan Perdagangan Indonesia dalam ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA). Thesis. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Departemen Pertanian RI. (2009). Pedoman Teknis Pengembangan Lada Organik. Diunduh tanggal 6 Mei 2018 dari [pusdatin.setjen.pertanian.go.id/](http://pusdatin.setjen.pertanian.go.id/)
- Estherhuizen, D. (2006). An Evaluation of The Competitiveness of the South African Agribusiness Sector. Journal University of Pretoria.
- Hasibuan, A.M., Rita, N., Agus, W. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. Buletin Risti. Vol3(1), pp.57-70.
- Inayah, I., Oktaviani, R., Heny, K.D. (2015). The Analysis of Export Determinant of Indonesian Pepper in the International Market. International Journal of Science and Research (IJSR). Vol.5 (11), pp. 1856-1860.
- Irgandhini, A.K., Firdaus, M. (2014). Daya Saing Dan Permintaan Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia Di Negara Tujuan Utama Periode 2003-2012. Jurnal Manajemen dan Agribisnis. Vol.11(3), pp. 183-198.
- Jordan, A. (2014). Factors that Affect Jordan's Exports during the Period (2003-2012). International Journal of Business and Social Science. Vol.5(6), pp. 115-121.
- Juanda, B., Junaidi. (2012). *Ekonometrika Deret Waktu (Teori dan Aplikasi)*. Bogor : IPB Press.

- Kementerian Perdagangan RI. (2013). Kajian Potensi Pengembangan Ekspor ke Pasar Non Tradisional. Jakarta: Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, BP2KP
- Kementerian Perdagangan RI. (2014). Analisis Dampak Implementasi Environmental Goods List (EG List) dan Identifikasi Development Products terhadap Kinerja Perdagangan. Diunduh tanggal 6 Juli 2018 dari <http://www.KementerianPerdaganganRI.go.id/>
- Kementerian Perdagangan RI. (2017). Kementerian Perdagangan RI: Negara Tujuan Ekspor 10 Komoditas Potensial. Diunduh tanggal 13 April 2017 dari <http://www.KementerianPerdaganganRI.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-commodities/10potential-commodities>.
- Kementerian Pertanian RI. (2013). Pedoman Teknis Pengembangan Tanaman Lada Tahun 2014. Diunduh tanggal 6 Mei 2018 dari <pusdatin.setjen.pertanian.go.id/>
- Kementerian Pertanian RI. (2015). Outlook Lada Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan. Diunduh tanggal 27 April 2018 dari <pusdatin.setjen.pertanian.go.id/>
- Kementerian Pertanian RI. (2017). Data Produksi Rempah Unggulan Indonesia. Diunduh tanggal 6 April 2017 dari <aplikasi.pertanian.go.id/bdsp/newdata>.
- Kis-Katos, K., Sparrow, R. (2015). Poverty, labour markets and trade liberalization in Indonesia. *Journal of Development Economics*. Vol.3878 (15), pp.1-45.
- Maulana A, Kartiasih. (2017). Analisis ekspor kakao olahan Indonesia ke sembilan negara tujuan tahun 2000–2014. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*. Vol.17(2), pp. 103-117.
- Nicholson, W. (2002). *Microeconomic Theory Basic Principles and Extensions*. New York : Harcourt Brace Colege Publisher.
- Ningsih, A. (2013). Analisis Daya Saing dan Faktor-aktor yang Memengaruhi Permintaan Minyak Atsiri Indonesia di Negara Tujuan Ekspor. Skripsi. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Pindyck, R.S., Rubenfield, D.L. (2009). *Microeconomics*, [7th Edition]. New Jersey (USA): Pearson Education, Inc.
- Suryana, A.T., Fariyanti, A., Rifin, A. (2014). Analisis perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional. *Jurnal TIDP*. Vol.1(1), pp.29-40.
- UN-Comtrade. (2018). Sumber dari Internet Tentang Statistics Database. Diunduh tanggal 13 April 2018 dari <https://comtrade.un.org/data>.