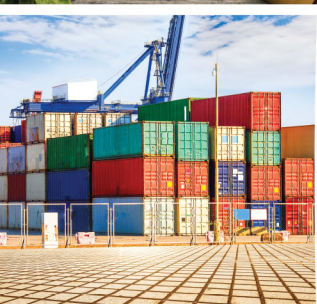
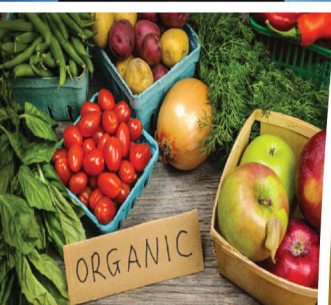




BULETIN ILMIAH **LITBANG PERDAGANGAN**

THE AWAKENING OF INVESTMENT CREATION: A CASE STUDY FROM SOUTH-EAST ASIA

Indriana Oktavia, Kiki Verico

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGY UTILIZATION IN THE TRADE SECTOR ON ITS PRODUCTIVITY, LABOR AND ECONOMIC GROWTH

Muhammad Rizal Taufikurahman, Ahmad Heri Firdaus

DIVERSIFIKASI EKSPOR NON MIGAS INDONESIA KE PASAR NON TRADISIONAL

Hotsawadi, Widyastutik

POSISI GVC INDONESIA DI WILAYAH ASEAN-KANADA

Siti Mir'atul Khasanah, Dian Dwi Laksani, Nur Ulfa Mutiara Suwari

REVITALISASI PASAR DAN STABILISASI HARGA KOMODITAS PANGAN

Dwi Ariestiyanti, Vid Adrison

ORGANIC FOOD MARKET IN JAVA AND BALI: CONSUMER PROFILE AND MARKETING CHANNEL ANALYSIS

Mukhamad Najib, Ujang Sumarwan, Stevia Septiani

EVALUASI KESESUAIAN PASAR RAKYAT KABUPATEN BOGOR BERBASIS KEBUTUHAN PENGGUNA

Luksi Paryatno, Ernan Rustiadi, Netti Tinaprilla

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan diterbitkan sejak tahun 2007 secara periodik dua kali dalam satu tahun (Juli dan Desember), memuat hasil penelitian terkait dengan isu perdagangan.

EDITOR IN CHIEF

Dr. Ir. Kasan, MM (*International Trade*, ABFI Perbanas Jakarta)

EDITORIAL BOARD:

Ernawati Munadi Ph.D (*Domestic Trade*, PROSPERA)

Zamroni Salim, Ph.D (*International Trade and Development*, LIPI)

Teguh Dartanto, Ph.D (*Applied General Equilibrium, Microeconometrics*, UI)

Kiki Verico, Ph.D (*International Trade*, UI)

REVIEWER:

Prof. Dr. Abuzar Asra, M.Sc (*Trade and Poverty*, BPS)

Prof. Dr. Achmad Suryana, MS (*Agriculture Economics*, Kementerian Pertanian)

Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA (*Trade and Development*, LIPI)

Amirullah Setya Hadi, Ph.D (*Applied Economic*, UGM)

Dr. Djon Hartono (*Regional Economic*, UI)

Dr. Etty Puji Lestari (*Economics, Social Science*, UT)

Fithra Faisal Hastiadi, Ph.D (*International Trade*, UI)

Dr. Hartoyo (*Consumer Protection and Trade*, IPB)

Dr. Lukytawati Anggraeni (*Microeconomics, Macroeconomics*, IPB)

Novia Budi Parwanto, Ph.D (*Macroeconomic, Econometric*, STIS)

Dr. Slamet Sutomo (*Domestic Trade*, STIS)

Dr. Siti Aisyah Tri Rahayu (*Economic Development*, UNS)

Dr. Wayan R. Susila, APU (*Trade and Agricultural Economics*, Univ. Prasetya Mulya)

Managing Editor : Dyah Ekowati Sulistyarini, SH, M.Hum

Journal Manager : Maulida Lestari, SE, ME

Secretariats : Reni K. Arianti, SP, MM

Dewi Suparwati, S.Si

Elfan Fadillah, SE

Proof Reader : Primakrisna Trisnoputri, SIP, MBA

Alya Atila, S.IP

IT Support : Ricky Ferdinand, ST

Dwi Yulianto, S.Kom

ALAMAT REDAKSI:

Sekretariat Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan

Kementerian Perdagangan, RI

Gedung Utama Lantai 3 dan 4

JL.M.I. Ridwan Rais No.5, Jakarta Pusat 10110

Telp. (021) 23528681; Fax. (021) 23528691

publikasi.bppkp@kemendag.go.id

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan dapat diakses melalui:

jurnal.kemendag.go.id/bilp

e-ISSN: 2528-2751

Terakreditasi

Berdasarkan SK Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan,
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Republik Indonesia
No.21/E/KPT/2018 Tanggal 9 Juli 2018

PENGANTAR REDAKSI

Penerbitan Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan (BILP) yang telah memasuki tahun ke-14 terus meningkatkan kualitas artikel yang dipublikasikan, sejak proses penerimaan naskah hingga akhirnya naskah disetujui untuk dipublikasikan. BILP menjadi sarana untuk menyebarkan hasil kajian dan analisis yang mengangkat tema/topik sektor perdagangan atau terkait sektor perdagangan. Tidak hanya kajian dan analisis yang berasal dari internal Kementerian Perdagangan, namun juga dari instansi lainnya baik dari kementerian/lembaga, universitas, lembaga riset, dan asosiasi.

BILP Volume 14 No.2, Desember 2020 telah dipublikasikan dalam versi online pada tanggal 18 Desember 2020 melalui jurnal.kemendag.go.id. Dalam Volume ini, BILP mempublikasikan tujuh tulisan ilmiah yang mengkaji berbagai isu di bidang perdagangan. Penulis berasal dari beberapa instansi/lembaga yaitu Kementerian Perdagangan, Institut Pertanian Bogor, Universitas Indonesia, dan Universitas Trilogi.

Tujuh artikel yang diterbitkan adalah (1) *The Awakening of Investment Creation: A Case Study From South-East Asia*; (2) *The Impact of Digital Technology Utilization in The Trade Sector on Its Productivity, Labor and Economic Growth*; (3) Diversifikasi Ekspor Non Migas Indonesia ke Pasar Non Tradisional; (4) Posisi GVC Indonesia di Wilayah ASEAN-Kanada; (5) Revitalisasi Pasar dan Stabilisasi Harga Komoditas Pangan; (6) *Organic Food Market in Java and Bali: Consumer Profile and Marketing Channel Analysis*; (7) Evaluasi Kesesuaian Pasar Rakyat Kabupaten Bogor Berbasis Kebutuhan Pengguna.

Artikel pertama dengan judul "*The Awakening of Investment Creation: A Case Study From South-East Asia*" bertujuan untuk meneliti dampak integrasi

ekonomi ASEAN terhadap ASEAN FDI (AFDI) dan perdagangan intra ASEAN (AIT). Dengan menggunakan *Generalized Least-Square*, hasil estimasi menunjukkan bahwa CEPT-AFTA ASEAN6 tidak dapat meningkatkan AIT dan AFDI, sementara AFTA+ dapat meningkatkan AIT dan AFDI antara negara-negara ASEAN+6. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika dengan kerangka ASEAN+ menyebabkan *investment creation* di kawasan ASEAN+6.

Dalam artikel kedua dengan judul “*The Impact of Digital Technology Utilization in The Trade Sector on Its Productivity, Labor and Economic Growth*” merekomendasikan bahwa perlu perbaikan akurasi dan validitas *database* produk-produk yang kompetitif, strategi antisipatif untuk tenaga kerja yang terdistrupsi, pelayanan perizinan akses semakin mudah, optimalisasi aplikasi teknologi digital dalam tata kelola perdagangan, dan perbaikan sarana prasarana informasi dan teknologi.

Artikel “Diversifikasi Ekspor Non Migas Indonesia ke Pasar Non Tradisional” menghasilkan rekomendasi kebijakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan ekspor non migas ke negara tujuan non tradisional diantaranya perlu dilakukan intelejen pasar mengenai kebutuhan dan selera dari masing-masing negara non tradisional atas produk Indonesia, peningkatan kualitas pelabuhan Indonesia dan kebijakan tambahan yang memberikan insentif untuk menarik *Foreign Direct Investment* ke Indonesia.

Artikel keempat berjudul “Posisi GVC Indonesia di Wilayah ASEAN-Kanada”, dengan menggunakan analisis input output, hasil menunjukkan bahwa dalam lingkup ASEAN, kontribusi Indonesia dalam GVC masih rendah, dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dari nilai final *input*. Bila dibandingkan dengan negara-negara lain ASEAN (yang memiliki ekspor terbesar ke Kanada) yaitu Vietnam, Thailand, dan Malaysia, persentase ekspor barang *intermediate* Indonesia hanya sebesar 48,3%, lebih rendah dibandingkan negara-negara lainnya. Indonesia harus terus mengambil peran aktif di GVC.

“Revitalisasi Pasar dan Stabilisasi Harga Komoditas Pangan” menjadi artikel yang kelima bertujuan untuk melihat hubungan antara pelaksanaan program revitalisasi pasar dengan stabilisasi harga komoditas pangan dilihat dari sudut pandang pemerintah dan juga menggunakan data pasar dari 95 Kabupten/Kota

yang ada di Indonesia. Studi ini membuktikan bahwa pelaksanaan revitalisasi/pembangunan baru pasar rakyat hanya dari sisi anggaran revitalisasi berkorelasi dengan stabilitas harga komoditas pangan. Oleh karena itu, pemberian anggaran untuk revitalisasi pasar harus diawasi agar penggunaannya tepat dan dapat menciptakan stabilisasi harga komoditi di pasar yang sudah direvitalisasi.

Artikel keenam dengan judul “*Organic Food Market in Java and Bali: Consumer Profile and Marketing Channel Analysis*” menganalisis perilaku konsumen pangan organik, menganalisis saluran pemasaran dan memformulasikan alternatif saluran pemasaran pangan organik dalam negeri. Hasil penelitian menunjukkan peluang pasar pangan organik cukup besar, karena umumnya responden telah menyadari bahwa pangan organik baik untuk kesehatan.

Artikel ketujuh berjudul “Evaluasi Kesesuaian Pasar Rakyat Kabupaten Bogor Berbasis Kebutuhan Pengguna” dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) mengukur indeks kepentingan dan kinerja fasilitas pasar serta metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur indeks kepuasan pengguna terhadap pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum ada pasar yang 100% sesuai dengan SNI Pasar Rakyat.

Artikel ilmiah yang diterbitkan dalam Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan diharapkan dapat menjadi referensi utama dan bahan masukan bagi para pengambil kebijakan baik dalam lingkungan pemerintah maupun non-pemerintah, dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perdagangan. Kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan dan kemajuan buletin ini.

Jakarta, 18 Desember 2020

Dewan Redaksi

DAFTAR ISI

PENGANTAR REDAKSI	iii
THE AWAKENING OF INVESTMENT CREATION: A CASE STUDY FROM SOUTH-EAST ASIA <i>Indriana Oktavia, Kiki Verico</i>	177-194
THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGY UTILIZATION IN THE TRADE SECTOR ON ITS PRODUCTIVITY, LABOR AND ECONOMIC GROWTH <i>Muhammad Rizal Taufikurahman, Ahmad Heri Firdaus</i>	195-214
DIVERSIFIKASI EKSPOR NON MIGAS INDONESIA KE PASAR NON TRADISIONAL <i>Hotsawadi, Widyastutik</i>	215-238
POSISI GVC INDONESIA DI WILAYAH ASEAN-KANADA <i>Siti Mir'atul Khasanah, Dian Dwi Laksani, Nur Ulfa Mutiara Suwari</i>	239-260
REVITALISASI PASAR DAN STABILISASI HARGA KOMODITAS PANGAN <i>Dwi Ariestiyanti, Vid Adrison</i>	261-282
ORGANIC FOOD MARKET IN JAVA AND BALI: CONSUMER PROFILE AND MARKETING CHANNEL ANALYSIS <i>Mukhamad Najib, Ujang Sumarwan, Stevia Septiani</i>	283-304
EVALUASI KESESUAIAN PASAR RAKYAT KABUPATEN BOGOR BERBASIS KEBUTUHAN PENGGUNA <i>Luksi Paryatno, Ernan Rustiadi, Netti Tinaprilla</i>	305-324

DDC: 381.4 ADI i

Aditya Arief Rachmadhan, Nunung Kusnadi,
Andriyono Kilat Adhi
Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut
Pertanian Bogor, Jawa Barat-Indonesia

Analisis Harga Eceran Gula Kristal Putih
Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.1 Juli 2020, Hal. 1-20

Salah satu upaya pemerintah untuk menyediakan gula kristal putih dengan harga terjangkau di tingkat konsumen adalah dengan menetapkan harga acuan penjualan (HAP). Meskipun demikian, harga gula kristal putih di tingkat konsumen terus meningkat dari tahun ke tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang memengaruhi pembentukan harga eceran gula kristal putih secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan model ekonometrika (dibangun berdasarkan data time series bulanan dari tahun 2012 hingga tahun 2017, terdiri dari 13 persamaan dan diestimasi menggunakan metode 2 SLS) dan simulasi kebijakan. Hasil menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh secara signifikan pada harga eceran gula kristal putih adalah konsumsi gula kristal putih, impor gula kebutuhan industri, harga gula dunia, harga beras di tingkat konsumen dan harga eceran gula kristal putih periode sebelumnya. Harga beras di tingkat konsumen merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap pembentukan harga gula kristal putih. Skenario kebijakan yang dapat menurunkan harga eceran gula kristal putih adalah penerapan HAP gula kristal putih yang terintegrasi dengan kenaikan impor gula kristal putih.

Kata kunci: Harga Gula, Model
Ekonometrika, Harga Acuan Penjualan
(HAP)

DDC: 381.4 IWA r

Iwan Hermawan, Eka Budiyantri
Pusat Penelitian, Sekretariat Jenderal DPR-
RI. Indonesia.

Integrasi Harga Beras Era Perdagangan
Terbuka dan Dampaknya Terhadap
Swasembada dan Kesejahteraan Pelaku
Ekonomi Beras

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.1 Juli 2020, Hal. 21-46

Kebijakan liberalisasi perdagangan beras dianggap kurang populis dibandingkan program pencapaian swasembada beras. Volatilitas harga beras dunia dikhawatirkan akan mengganggu kondisi perberasan nasional. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis (a) integrasi harga beras domestik di tingkat pasar dunia dan pasar regional, dan (b) dampak integrasi harga beras terhadap swasembada dan kesejahteraan pelaku ekonomi beras. Pendekatan analisis yang digunakan adalah metode gabungan, yaitu (a) error correction model (ECM), (b) index of market connection (IMC), dan (c) model persamaan simultan. Data yang digunakan adalah data sekunder tahun 1998-2017. Hasil analisis menunjukkan harga beras domestik terintegrasi dengan harga beras dunia pada rezim perdagangan terbuka bebas (tahun 1998-1999) dan terbuka terkendali (tahun 2000-2007 dan tahun 2008- 2017). Sementara di tingkat regional, harga beras di Jakarta dengan beberapa kota besar lainnya tidak terintegrasi. Meskipun demikian, melalui transmisi harga beras yang terbentuk menunjukkan adanya trade

off antara peningkatan kesejahteraan produsen dan konsumen saat rezim pasar terbuka-bebas dibandingkan rezim pasar terbuka-terkendali. Hasil analisis yang sangat menarik adalah kebijakan pasar bebas ternyata lebih merangsang peningkatan kesejahteraan produsen daripada rezim pasar terbuka-terkendali. Tingkat swasembada beras yang menurun mengindikasikan terjadinya realokasi sumber daya. Oleh karena itu, kebijakan perdagangan bebas bukan harus dihindari, tetapi dapat menjadi opsi kebijakan untuk membantu memenuhi kebutuhan beras domestik.

Kata kunci: Harga, Beras, Integrasi, Swasembada, Kesejahteraan, Rezim

DDC: 382.6 DAH f

Dahlia Naully, Harianto, Sri Hartoyo, Tanti Novianti

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta-Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat – Indonesia

Kepemilikan Asing dan Kecenderungan Ekspor-Impor Industri Makanan Olahan Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 Juli 2020, Hal. 47-74

Sektor makanan olahan merupakan salah satu andalan ekspor nonmigas Indonesia. Salah satu upaya untuk meningkatkan ekspor produk makanan olahan Indonesia adalah dengan melibatkan pihak asing agar menanamkan modalnya pada industri makanan olahan. Di sisi lain kepemilikan asing masih menjadi perdebatan di Indonesia. Pembatasan kepemilikan asing dilakukan untuk melindungi perusahaan domestik. Tujuan penelitian ini menganalisis

dampak kepemilikan asing terhadap kecenderungan ekspor output dan impor bahan baku perusahaan makanan olahan Indonesia. Data yang digunakan adalah data cross section hasil Survei Tahunan Industri Besar dan Sedang tahun 2010 dan 2015 dari Badan Pusat Statistik. Penelitian ini menggunakan analisis model Tobit. Hasilnya menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap kecenderungan ekspor makanan olahan. Pengaruh besarnya porsi kepemilikan asing bergantung pada kebijakan substitusi impor atau promosi ekspor yang diterapkan pemerintah. Kepemilikan asing juga berpengaruh positif pada kecenderungan impor bahan baku makanan olahan. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan ekspor makanan olahan pemerintah perlu mendorong investasi asing di industri makanan olahan. Upaya untuk mengurangi impor bahan baku oleh perusahaan asing dapat dilakukan dengan mendorong penyediaan bahan baku lokal yang kompetitif dari segi harga dan kualitas.

Kata Kunci: Kecenderungan Ekspor-Impor, Kepemilikan Asing, Model Tobit, Industri Makanan Olahan

DDC: 338.2 NIK f

Niki Barendra Sari, Nagendra Shrestha, Craig Parsons

Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, Kementerian Perdagangan RI- Indonesia
Graduate School of International Social Science, Yakohotama National University- Japan

Pola Dasar Keunggulan Komparatif Industri Baja Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 Juli 2020, Hal. 75-94

Pengukuran produktivitas yang akurat dapat memberikan informasi yang berguna dalam meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, penting untuk memahami perbedaan dalam produktivitas relatif antar-negara. Hal ini memungkinkan negara untuk fokus dan berspesialisasi dalam produk-produk mereka yang relatif lebih produktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola dasar keunggulan komparatif, dengan industri baja Indonesia sebagai fokus analisis. Penelitian ini menggunakan analisis RCA berbasis regresi dengan metode variabel instrumen (instrument variable/IV) yang menggunakan data ekspor dari 25 negara ke 35 negara tujuan dari tahun 2010-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif terkuat di industri baja di antara negaranegara ASEAN. Meskipun industri baja adalah industri ke-27 dalam peringkat nilai keunggulan komparatif dalam negeri Indonesia, ada beberapa produk yang memiliki keunggulan komparatif yang kuat dan bahkan memiliki posisi yang kuat secara internasional. Selain itu, penting untuk mengikutsertakan beberapa negara ASEAN sebagai observasi dalam mengestimasi parameter kunci produktivitas karena menghasilkan estimasi baru θ , yang masih sejalan dengan literatur yang ada.

Kata kunci: Keunggulan, Komparatif, Produktivitas, Industri Baja

DDC: 381.4 TIA g

Tiara Kencana Ayu
Graduate School of International
Cooperation Studies (GSICS), Kobe
University - Japan.

Dampak Penghapusan Subsidi Ekspor Produk Pertanian Terhadap Harga dan Perdagangan Produk Pangan Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 Juli 2020, Hal. 95-120

Penelitian untuk menganalisis hubungan antara harga minyak dunia dan harga komoditi pangan di pasar domestik masih jarang ditemukan. Dengan membuat Model Panel Data dari 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2010-2017, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh perubahan harga minyak dunia terhadap beberapa harga komoditi pangan lokal (kedelai, import, kedelai lokal, beras lokal, dan jagung lokal). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa harga minyak dunia dapat memengaruhi harga pangan lokal di Indonesia melalui tingginya biaya pengiriman pada aktivitas impor. Selain itu, harga komoditi pangan dunia juga terbukti dapat memengaruhi harga seluruh komoditi pangan lokal yang diteliti, yang mengimplikasikan bahwa harga komoditi pangan di Indonesia dipengaruhi oleh kondisi pasar internasional. Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pembuat kebijakan di Indonesia untuk mempertimbangkan perubahan harga minyak dunia dan harga komoditi global dalam menstabilkan harga komoditi lokal di Indonesia, terutama komoditi yang diimpor.

Kata kunci: Harga Minyak Dunia, Harga Komoditi Pangan, Harga Domestik, Impor

DDC: 338.01 FIT i

Fitria Faradila, Makoto Kakinaka
Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri,
Kementerian Perdagangan RI – Indonesia

Graduate School for International Development and Cooperation, Hiroshima University - Japan

Hubungan Kawasan Industri, Produktivitas Perusahaan, dan Perdagangan Internasional: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 Juli 2020, Hal. 121-146

Kawasan industri diyakini dapat mendukung perkembangan sektor industri di negara berkembang melalui fasilitas infrastruktur yang lebih baik, akses ke industri pendukung serta limpahan teknologi dan informasi. Ketiga faktor tersebut diperkirakan dapat mendorong produktivitas dan aktivitas ekspor perusahaan manufaktur di dalam kawasan industri. Berbagai penelitian terdahulu masih memberikan hasil yang beragam mengenai hubungan ketiga variabel ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara kawasan industri dengan tingkat produktivitas dan kegiatan ekspor pada studi kasus perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini memperkenalkan penggunaan dari entropy balancing, salah satu teknik matching methods dengan unit analisis level data perusahaan. Perbedaan jumlah observasi yang cukup signifikan antara perusahaan di dalam dan di luar kawasan industri memotivasi penggunaan teknik matching methods agar data penelitian menjadi seimbang. *Treatment* (perlakuan) dari penelitian ini adalah ketika perusahaan berada di kawasan industri. Terdapat dua variabel keluaran yakni tingkat produktivitas dan aktivitas ekspor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berada di Kawasan Industri mendorong tingkat produktivitas, namun gagal untuk mempromosikan kegiatan ekspor.

Kata Kunci: Kawasan Industri, Produktivitas, *Ekspor, Matching Methods, Entropy Balancing*

DDC: 381.4 WID t

Widyastutik

Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Industri Pertanian Bogor, Jawa Barat - Indonesia

Liberalisasi Perdagangan Sektor Jasa Transportasi Udara ASEAN dan ASEAN *FTA Partners*: Model IC-IRTS CGE

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No. 1 Juli 2020, Hal. 147-176

Pertumbuhan populasi, peningkatan kesejahteraan ekonomi serta letak geografis Indonesia yang unik meningkatkan "kecenderungan untuk melakukan penerbangan". Dengan pertimbangan tersebut, jasa transportasi udara merupakan sarana yang amat penting dan efisien dalam menghubungkan hampir 240 juta penduduk Indonesia, maupun penduduk di belahan dunia lainnya. Seperti pada sektor jasa lainnya, hambatan perdagangan di sektor jasa transportasi udara diimplementasikan melalui kebijakan pemerintah melalui berbagai regulasi. Hal ini menyebabkan berbagai regulasi menjadi penghambat karena regulasi tersebut meningkatkan biaya transaksi yang pada akhirnya dibebankan ke konsumen dalam bentuk harga jasa yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengestimasi tarif ekuivalen dari NTBs dan (2) menganalisis dampak eliminasi hambatan regulasi di sektor jasa transportasi udara dalam lingkup ASEAN dan ASEAN *FTA Partners*. Dengan menggunakan model gravity, teridentifikasi bahwa hambatan perdagangan di jasa

transportasi udara ASEAN dan ASEAN FTA Partners masih relatif tinggi yaitu antara 0 – 11.2%. Dengan menggunakan CGE model IC-IRTS, simulasi GTAP menunjukkan bahwa hasil penelitian ini konsisten dengan teori pro-kompetitif. *Gain* yang lebih besar diperoleh dari model CGE yang menggunakan asumsi IC-IRTS dibandingkan PC-CRTS. Dengan asumsi IC-IRTS, China memperoleh manfaat yang lebih besar yang diindikasikan dengan peningkatan kesejahteraan paling tinggi.

Kata kunci: Jasa Transportasi Udara, Hambatan Non Tarif, Model IC-IRTS CGE, Model Gravitasi

DDC: 382 IND a

Indriana Oktavia, Kiki Verico
Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik, Universitas Indonesia

Kebangkitan *Investment Creation*: Studi Kasus dari Asia Tenggara

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 177-194

ASEAN membentuk integrasi ekonomi, seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA), AFTA+1, dan ASEAN Economic Community (AEC), untuk meningkatkan perdagangan intra dan investasi antarnegara ASEAN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dampak integrasi ekonomi ASEAN terhadap ASEAN FDI (AFDI) dan perdagangan intra ASEAN (AIT). Penelitian ini menggunakan data sepuluh negara ASEAN dan enam negara mitra selama periode 2001-2017 dan di estimasi dengan menggunakan Generalized Least-Square (GLS). Hasil estimasi menunjukkan CEPT-AFTA ASEAN6 tidak dapat meningkatkan AIT dan AFDI. Dampak positif CEPT-AFTA

pada AFDI dan AIT hanya terjadi pada tahun 2015, meskipun dampak pada AIT tidak signifikan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa AFTA+ dapat meningkatkan AIT dan AFDI antara negara-negara ASEAN+6. AEC memiliki dampak positif pada AFDI dan dampak negatif pada AIT. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika dengan kerangka ASEAN+ menyebabkan *investment creation* di kawasan ASEAN+6. Untuk memperkuat perdagangan dan investasi, maka pemerintah perlu memperkuat kerja sama melalui *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP).

Kata Kunci: ASEAN, FDI, AFTA, Perdagangan Intra, AEC

DDC: 338.01 MUH i

Muhammad Rizal Taufikurrahman, Ahmad Heri Firdaus

Universitas Trilogi, Jakarta - Indonesia

Institut Bisnis dan Informatika, Jakarta - Indonesia

Dampak Pemanfaatan Teknologi Digital pada Sektor Perdagangan Terhadap Produktivitas, Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 195-214

Kehadiran ekonomi digital sebagai bagian dari revolusi industri 4.0 yang telah membuka peluang baru dalam bidang perdagangan dan menjembatani kepentingan produsen, konsumen, dan pasar tanpa dibatasi ruang dan waktu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dampak pemanfaatan teknologi digital pada sektor perdagangan terhadap produktivitasnya, penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Metode analisis

yang digunakan adalah metode analisis model Computable General Equilibrium (CGE) dinamik. Hasil analisis menunjukkan digitalisasi di sektor perdagangan meningkatkan jumlah outputnya sebagai produktivitas jangka pendek dan panjang. Adapun dampak terhadap penyerapan tenaga kerja di perkotaan dan pedesaan menurunkan jenis pekerjaan tertentu pada periode analisis terutama tenaga kerja terampil rendah. Selanjutnya dampak terhadap GDP riil meningkat pada periode analisis. Kebijakan yang direkomendasikan adalah perlu perbaikan akurasi dan validitas database produk-produk yang kompetitif, strategi antisipatif untuk tenaga kerja yang terdistrupsi, pelayanan perizinan akses semakin mudah, optimalisasi aplikasi teknologi digital dalam tata kelola perdagangan, dan perbaikan sarana prasarana informasi dan teknologi.

Kata kunci: Teknologi Digital, Produktivitas, Tenaga Kerja, Pertumbuhan Ekonomi

DDC: 382.6 HOT d

Hotsawadi, Widyastutik
Program Studi Ilmu Ekonomi, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat – Indonesia
Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat - Indonesia

Diversifikasi Ekspor Non Migas Indonesia ke Pasar Non Tradisional

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal.215-238

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diversifikasi ekspor non migas Indonesia ke pasar non tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis statistik

deskriptif dengan pendekatan pengelompokan (*clustering*), *Structural Match Index* dan *Demand Index*, serta regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara yang diidentifikasi sebagai negara non tradisional potensial adalah Brazil, Pantai Gading, Mesir, Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, dan Uruguay. Hasil regresi data panel menunjukkan bahwa *Random Effect Model* merupakan model yang terbaik untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional. Hasil regresi menunjukkan bahwa GDP riil negara tujuan, populasi negara tujuan, nilai tukar riil, FDI dan kualitas pelabuhan Indonesia berpengaruh signifikan secara statistik terhadap ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional potensial tersebut. Beberapa rekomendasi kebijakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan ekspor non migas ke negara tujuan non tradisional diantaranya perlu dilakukan intelegen pasar mengenai kebutuhan dan selera dari masing-masing negara non tradisional atas produk Indonesia, peningkatan kualitas pelabuhan Indonesia dan kebijakan tambahan yang memberikan insentif untuk menarik *Foreign Direct Investment* ke Indonesia.

Kata Kunci: Diversifikasi Ekspor, *Demand Index*, *Non Traditional*, *Random Effect Model*, *Structural Match Index*

DDC: 382.9 SIT i

Siti Mir'atul Khasanah, Dian Dwi Laksani, Nur Ulfa Mutiara Suwari

Pusat Pengkajian Kerja Sama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan, Jakarta – Indonesia

Posisi GVC Indonesia di Wilayah ASEAN-KANADA

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 239-260

Rantai Nilai Global atau *Global Value Chain* (GVC) adalah alat yang berguna untuk melacak pola pergeseran dari produksi global. Kontribusi Indonesia dalam GVC di wilayah ASEAN-Kanada masih rendah, hal ini dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai *final input*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi GVC Indonesia di wilayah ASEAN-Kanada. Penelitian ini menggunakan analisis input-output dengan berdasar pada data *World Input Output Databases* (WIOD). Hasil studi ini menunjukkan bahwa dalam lingkup ASEAN, kontribusi Indonesia dalam GVC masih rendah, dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dari nilai *final input*. Bila dibandingkan dengan negara-negara lain ASEAN (yang memiliki ekspor terbesar ke Kanada) yaitu Vietnam, Thailand, dan Malaysia, persentase ekspor barang *intermediate* Indonesia hanya sebesar 48,3%, lebih rendah dibandingkan negara-negara lainnya. Indonesia harus terus mengambil peran aktif di GVC. Di masa depan, Indonesia harus lebih aktif untuk dapat meningkatkan nilai tambah pada ekspor sebagai *intermediate input*, sehingga akan berdampak pada positif perekonomian Indonesia secara berkelanjutan.

Kata kunci: ASEAN-KANADA FTA, GVC, Nilai Tambah

DDC: 338.5 DWI m

Dwi Ariestiyanti, Vid Adrison

Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, Jakarta – Indonesia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Jakarta - Indonesia

Revitalisasi Pasar dan Stabilisasi Harga Komoditas Pangan

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 261-282

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara pelaksanaan program revitalisasi pasar dengan stabilisasi harga komoditas pangan. Penelitian ini dilihat dari sudut pandang pemerintah dan juga menggunakan data pasar dari 95 Kabupten/kota yang ada di Indonesia. Pelaksanaan revitalisasi pasar rakyat berbeda-beda di tiap daerah di Indonesia. Hal ini dilihat dari berapa anggaran yang dikeluarkan di daerah tersebut, kepadatan penduduk, total pasar serta pasar yang direvitalisasi dan juga pendapatan per kapita. Penelitian ini menggunakan data harga 10 komoditas dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional, data anggaran revitalisasi pasar yang diperoleh dari Kementerian Perdagangan dan juga data Potensi Desa (PODES) 2014 dan 2018 dari Badan Pusat Statistik (BPS) untuk melihat data jumlah pasar permanen dan semi permanen. Penelitian ini menggunakan metode data panel dari koefisien variasi dan laju perubahan harga dari 10 komoditi pangan per bulan dari tahun 2016-2019 dari 95 kabupaten/kota di Indonesia. Di estimasi dengan model *Random Effect*. Studi ini membuktikan bahwa pelaksanaan revitalisasi/ pembangunan baru pasar rakyat hanya dari

sisi anggaran revitalisasi berkorelasi dengan stabilitas harga komoditas pangan. Oleh karena itu, pemberian anggaran untuk revitalisasi pasar harus diawasi karena apabila digunakan secara tepat oleh daerah akan dapat menciptakan stabilisasi harga komoditi di pasar yang sudah direvitalisasi.

Kata kunci: Stabilitas Harga, Revitalisasi Pasar, Harga Komoditas Pangan, *Random Effect*

DDC: 381.4 MUK o

Mukhamad Najib, Ujang Sumarwan, Stevia Septiani
Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat - Indonesia

Pasar Pangan Organik di Jawa dan Bali: Profil Konsumen dan Analisis Saluran Pemasaran

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 283-304

Tren keamanan pangan menjadi isu sensitif dalam industri pangan saat ini. Pertanian organik dapat menjadi alternatif solusi karena memiliki keseimbangan lingkungan, kesehatan, dan kebermanfaatan bagi petani lokal. Namun, tingginya harga produk serta skala produksi yang masih rendah menjadi faktor yang membatasi pertumbuhan pasar pangan organik di dalam negeri. Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumen pangan organik, menganalisis saluran pemasaran dan memformulasikan alternatif saluran pemasaran pangan organik dalam negeri. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive dimana kriteria responden adalah mereka yang mengetahui pangan organik dan berdomisili di lima kota besar pulau Jawa dan Bali. Survei saluran pemasaran dilakukan di Jakarta dan Jawa Barat dengan mewawancarai aktor-aktor di

setiap rantai nilai. Hasil penelitian menunjukkan peluang pasar pangan organik cukup besar, karena umumnya responden telah menyadari bahwa pangan organik baik untuk kesehatan. Konsumen pangan organik saat ini termasuk kelompok *middle class segment* berusia 20-50 tahun, pekerja kantor dan berpenghasilan di atas Rp 9 juta. Bagi konsumen, label sertifikasi pangan organik lebih penting dari merek. Saluran pemasaran organik sangat bervariasi. Pada pasar B2C pemanfaatan digital marketing dapat meminimalisir risiko finansial petani organik. Sementara pasar B2B dapat dioptimalkan melalui kerjasama perhotelan, restoran, kafe, rumah sakit, dan industri pengolahan makanan sehat, serta didukung kebijakan pemerintah yang selaras.

Kata kunci: Pangan Organik, Perilaku Konsumen, Saluran Pemasaran, Negara Berkembang

DDC: 381.1 LUK e

Luksi Paryatno, Ernan Rustiadi, Netti Tinaprilla
Program Studi Ilmu Perencanaan Wilayah, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat – Indonesia
Departemen Ilmu Tanah, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat – Indonesia
Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat – Indonesia

Evaluasi Kesesuaian Pasar Rakyat Kabupaten Bogor Berbasis Kebutuhan Pengguna

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Hal. 305-324

Pasar rakyat merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) di

Kabupaten Bogor. Pembangunan pasar mengacu pada Perda Kota Bogor No.11 Tahun 2012 dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat di sekitarnya supaya dapat dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kesesuaian kondisi pasar rakyat dengan SNI pasar dan kebutuhan penggunaannya. Fasilitas yang dievaluasi yaitu sarana prasarana, kebersihan, keamanan, dan aksesibilitas dengan analisis deskriptif terhadap persentase kesesuaian kondisi eksisting dengan SNI pasar. Metode *Important Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur indeks kepentingan dan kinerja fasilitas pasar serta metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur indeks kepuasan pengguna terhadap pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum ada pasar yang

100% sesuai dengan SNI Pasar Rakyat. Berdasarkan persepsi pengguna, terdapat empat fasilitas penting yang harus diperhatikan pengelola yaitu jumlah hidran air, lokasi hidran air, jumlah CCTV, dan lokasi CCTV. Masih diperlukan kebijakan dalam pengelolaan dan perbaikan pada fasilitas yang tersedia di sebagian besar pasar rakyat yang ada di Kabupaten Bogor, dimana secara keseluruhan tingkat kepuasan pengguna terhadap pasar rakyat kelas I dan kelas II masuk pada kriteria *cause for concern* dan pada pasar kelas III masuk pada kriteria *poor* dengan rata-rata kepuasan secara keseluruhan pasar sebesar 70%.

Kata kunci: Pasar Rakyat, Analisis Kepentingan, Tingkat Kepuasan, IPA dan CSI, SNI

DDC: 381.4 ADI i

Aditya Arief Rachmadhan, Nunung Kusnadi,
Andriyono Kilat Adhi
*Faculty of Economics and Management,
Bogor Agricultural University (IPB), West
Java-Indonesia*

*Indonesian Plantation White Sugar Retail
Price Analysis*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.1 July 2020, Page 1-20*

At the 8th ASEAN Economic Senior Review Official Meetings (SEOM) in Laos, ASEAN and Canada committed to conduct a feasibility study within the framework of ASEAN-Canada FTA. This study aims to measures the impact of ASEAN-Canada FTA implementation to Indonesia using Computable General Equilibrium (CGE) model – the 9th version of Global Trade Analysis Project (GTAP). The study run three different simulations (1) Indonesia joining the ASEAN-Canada with a 90% tariff reduction applied to all goods adopting ASEAN modality in Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP); (2) 90% Tariff reduction without Indonesia joining the ASEAN-Canada FTA, (3) improving trade facilitation and decreasing 20% non-tariff measures. Simulation result shown that from Macroeconomic perspective, Indonesia will get positive impact of increasing 0.03% GDP by joining the FTA instead of not joining. Indonesia will get higher impact by increasing trade facilitation and 8.53% investment and reducing 3.35% of NTM. Based on the results, the declining output and increasing import is dominated by import of raw materials and capital goods, therefore import of raw material remain important. This study recommended reducing tariff and NTM

as well as improving trade facilitation are necessary for Indonesia.

Keywords: ASEAN-Canada FTA, Economic Growth, Trade, Investment

DDC: 381.4 IWA r

Iwan Hermawan, Eka Budiyantri
*Research Center, General Secretariat, The
House of Representatives of the Republic of
Indonesia, Indonesia.*

*Rice Price Integration in Open Trade
Regime and Its Impact on Food Self-
Sufficiency and Welfare*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.1 July 2020, Page 21-46*

Trust through the rice world market was not considered as a populist option than the reach of rice self-sufficiency. Its volatility could negatively affect on domestic rice condition. This research analyzed (a) integration of domestic rice price at the world and regional market level, and (b) its impact on the rice self-sufficiency and the welfare of rice economic agents. The approach used joint methods, includes (a) error correction model (ECM), (b) index of market connection (IMC), and (c) simultaneous equations model. Secondary data was used in the period year 1998-2017. The result shows that domestic rice price is integrated with world rice price in open market regimes (the year 1998-1999) and open controlled market regimes (the year 2000-2007 and year 2008-2017). While at the regional level, rice prices in Jakarta with some of the big cities were relatively not integrated. Rice price transmission has revealed a trade-off between increasing producer's and consumer's welfare on free-market regimes compared with open under control regimes. Moreover, surprisingly, the free-market

policy was more stimulating to increase producer's welfare than opened under the control regime. Rice self-sufficiency level decreasing represented resource reallocation. Hence, free trade rice policy is not a sin. It should be a potential option to help meet domestic rice needs.

Keywords: Price, Rice, Integration, Self-Sufficiency, Welfare, Regime

DDC: 382.6 DAH f

Dahlia Naully, Harianto, Sri Hartoyo, Tanti Novianti

*Faculty of Agriculture, University of Muhammadiyah Jakarta, Jakarta-Indonesia
Faculty of Economics and Management,
Bogor Agricultural University (IPB), West Java-Indonesia*

Foreign Ownership and Export-Import Propensity of the Indonesia Processed Food Industry

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 July 2020, Page 47-74

The processed food sector is one of the contributors to Indonesia's non-oil and gas exports. One of the efforts to increase Indonesian processed food products export is by involving foreign parties to invest in the processed food industry. On the other hand, foreign ownership is still debated in Indonesia. Restrictions on foreign ownership are often done to protect domestic companies. This study aims to analyze the impact of foreign ownership on processed food export and raw material import propensity of Indonesia's processed food. The data used are the cross-section data from 2010 and 2015 Large and Medium Industry (IBS) from Statistics Indonesia. The Tobit regression model is utilized in this research. The results show that foreign

ownership has a positive effect on processed food export propensity, but the large share of foreign ownership depends on the policies adopted by the government, whether import substitution or export promotion. Foreign ownership also has a positive effect on raw material import propensity. Therefore, to increase exports of processed food, the government needs to encourage foreign investment in the processed food industry. To reduce imports of raw materials by foreign firms is carried out by encouraging the domestic supply of raw materials, which is competitive in price and quality.

Keywords: Export-Import Propensity, Foreign Ownership, Tobit Model, Processed Food Industry, Indonesia

DDC: 338.2 NIK f

Niki Barendra Sari, Nagendra Shrestha, Craig Parsons

*Trade Analysis and Development Agency,
Ministry of Trade RI – Indonesia
Graduate School of International Social Science, Yokohama National University - Japan*

The Fundamental Patterns of Comparative Advantage of Steel Industry in Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 July 2020, Page 75-94

Accurate productivity measurements can provide useful information in improving competitiveness. Therefore, it is important to understand the differences in relative productivity among countries, allowing countries to focus and specialize in their relatively more productive products. This study aims to analyze the fundamental patterns of comparative advantage, with the Indonesian steel industry as the focus of

analysis. This research uses the regressionbased method of revealed comparative advantage (RCA) analysis with an instrument variable (IV) method that employs export data from 25 exporting countries to 35 destination countries during 2010 - 2017. The result shows that Indonesia has the strongest comparative advantage in the steel industry among the ASEAN countries. Even though the steel industry is ranked 27th in Indonesia's comparative advantage values, several products have a strong comparative advantage and even a strong position internationally. In addition, it is worth including some ASEAN countries in the observation of estimating the key parameter of productivity, while not the main focus of the paper, yields a new estimate of θ , which is still in line with the literature.

Keywords: Comparative Advantage, Productivity, Steel Industry

DDC: 381.4 TIA g

Tiara Kencana Ayu
Graduate School of International Cooperation Studies (GSICS), Kobe University - Japan

Global Crude Oil Price and Domestic Food Commodity Prices: Evidence From Indonesia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 July 2020, Page 95-120

Globally, studies examining the nexus between global crude oil prices and food commodity prices in domestic markets are scant. Employing a panel data model of 34 provinces in Indonesia from 2010 - 2017, this study investigates the impact of global crude oil's price change on some local food commodity prices (imported soybean, local

soybean, local rice, and local maize). Previous studies found that local food commodity prices in some countries were not affected by global crude oil prices; however, this study, by controlling other factors which could affect local commodity prices, finds different results. This study's findings indicate that global crude oil prices could affect Indonesia's local commodity prices due to higher shipping costs in import activity. In addition, global commodity prices are also proved to affect all commodities examined in this study, which implies that local food commodity prices in Indonesia are influenced by the international market. This study provides input to policymakers in Indonesia to consider the movement of global crude oil prices and global commodity prices in stabilizing local food commodity prices in Indonesia, especially the imported commodities.

Keywords: Global Crude Oil Price, Local Food Commodity Prices, Domestic Price, Import

DDC: 338.01 FIT i

Fitria Faradila, Makoto Kakinaka
Trade Analysis and Development Agency, Ministry of Trade RI – Indonesia
Graduate School for International Development and Cooperation, Hiroshima University – Japan

Industrial Estate, Firms' Productivity, and International Trade Relationship: The Case of Indonesian Manufacturing Firms

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 July 2020, Page 121-146

Many believe that the industrial estate could encourage the industrial sector in developing countries due to its better infrastructure, access to supporting

industries, and the market as well as technology and information spillover. These factors could lead to a higher productivity level and export activities of manufacturing firms inside the industrial estate. Some previous studies still provide a mixed result regarding the relationship between these three variables. Thus, this paper contributes to the related study by examining the relationship between an industrial estate and both productivity level and export activity in the case of Indonesian Manufacturing Firms. The paper introduces the practice of entropy balancing, one of matching methods along with firm-level data as a unit of analysis. A significant difference in the number of observations between firms inside and outside the industrial estate motivates the usage of matching methods technique, so the data become balanced. The treatment is when the firms being in the industrial estate. There are two outcomes variables, which are productivity level and export activity. The result found that being industrial estate improves firms' productivity, yet it fails to promote export activity.

Keywords: Industrial Estate, Productivity, Export, Matching Methods, Entropy Balancing

DDC: 381.4 WID t

Widyastutik

Department of Economics, Faculty of Economics and Management, Bogor Agricultural University (IPB), West Java - Indonesia

Trade Liberalization of Air Transport Service Sector in ASEAN and The ASEAN FTA Partner: The CGE-IRTS Model

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.1 Juli 2020, Page 147-176

Population growth, increased economic welfare, and Indonesia's unique geographical location increase the "tendency to travel by air transportation". Based on these conditions, air transport is a fundamental and efficient way to connect almost 240 million Indonesians, and people in other parts of the world. However, like other service sector, trade barriers in the air transportation service is implemented through government policies through regulations. This condition causes the regulations to be barriers because they increase transaction costs charged to consumers in the form of higher service prices. This study aims to (1) estimate the tax-equivalent of NTBs and (2) analyze the impact of eliminating regulatory barriers in the air transportation service within the scope of ASEAN and ASEAN FTA Partners. Using the gravity model, this study identifies that the trade barriers of air transportation services in ASEAN and ASEAN FTA Partners are still relatively high at between 0 - 11.2 percent. Using CGE's ICIRTS model, GTAP simulation shows that the results of this study are consistent with procompetitive theories. Greater gain is obtained from the CGE model, which uses the assumption of IC-IRTS compared to PC-CRTS. Assuming IC-IRTS, China will reap greater benefits as indicated by its highest increase in welfare.

Keywords: Air Transportation Services, Non-Tariff Barrier, IC-IRTS CGE Model, Gravity Model

DDC: 382 IND a

Indriana Oktavia, Kiki Verico

Magister of Economic Planning and Development Policy, University of Indonesia.

The Awakening of Investment Creation: A Case Study From South-East Asia

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Page 177-194

ASEAN created several economic integrations, such as the ASEAN Free Trade Area (AFTA), AFTA+1, and ASEAN Economic Community (AEC), to increase intra-trade and investment between ASEAN countries. This study aimed to examine the impact of ASEAN economic integration to ASEAN FDI (AFDI) and ASEAN Intra-Trade (AIT). The data consists of ten ASEAN countries and six partner countries from 2001 to 2017. It was estimated using the Generalized Least-Square (GLS). Estimation results showed that CEPT-AFTA ASEAN6 could not increase AIT and AFDI. The positive impact of CEPT-AFTA on AFDI and AIT occurred in 2015, with insignificance on AIT. The study also indicated that AFTA+ could increase AIT and AFDI between ASEAN+6 countries. Contrarily, AEC provided a positive impact on AFDI and an insignificant negative impact on AIT. The study concluded that the ASEAN+ framework causes investment creation in ASEAN and partner countries. The government needs to strengthen cooperation through Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) to escalate FDI and trade.

Keywords: ASEAN, FDI, AFTA, Intra-Trade, AEC

DDC: 338.01 MUH i

Muhammad Rizal Taufikurahman, Ahmad Heri Firdaus
Trilogy University, Jakarta – Indonesia
Institute of Business and Information,
Jakarta – Indonesia

The Impact of Digital Technology Utilization in The Trade Sector on Its Productivity, Labor and Economic Growth

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Page 195-214

The presence of a digital economy as part of the industrial revolution 4.0 has opened up new opportunities in trade and bridged the interests of producers, consumers, and markets without being constrained by time and space. The study aims to analyze the impact of digital technology utilization on the trade sector on its productivity, labor, and economic growth. The analysis method used is the Dynamic Computable General Equilibrium (CGE) model. The analysis results show that digitalization in the trade sector increases output as productivity in the short and long term. The impact on labor in urban and rural areas reduces certain types of work in the analysis period, especially low skilled labor. Furthermore, during the analysis period, the impact on real GDP increases. The recommended policy is to improve the accuracy and validity of competitive products' database, anticipatory strategies for labor that have disrupted, easier access licensing services, optimization of digital technology applications in trade governance, and improvement of information and technology infrastructure.

Keywords: Digital Technology, Productivity, Labor, Economic Growth

DDC: 382.6 HOT d

Hotsawadi, Widyastutik
Department of Economics, Faculty of Economics and Management, Bogor Agricultural University (IPB), West Java - Indonesia

Diversification of Indonesia's Non-Oil Gas Export to Non-Traditional Markets

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Page 215-238

This study aims to analyze the diversification of Indonesia's non-oil and gas exports to non-traditional markets. The research method used is descriptive statistical analysis with a clustering approach, Structural Match Index and demand index, and panel data regression. The results showed that countries identified as potential non-traditional countries were Brazil, Ivory Coast, Egypt, Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, and Uruguay. The panel data regression results show that the random effect model is the best model to explain the factors that influence Indonesia's non-oil exports to non-traditional countries. The results show that the real GDP of the destination country, the population of the destination country, the real exchange rate, FDI and the quality of Indonesia's ports have a statistically significant effect on Indonesia's non-oil exports to these potential non-traditional countries. Then, in this study there are several policy recommendations that need to be done to increase non-oil and gas exports to non-traditional destination countries including market intelligence regarding the needs and tastes of each non-traditional country for Indonesian products, improving the quality of Indonesian ports and additional policies that provide incentives to attract Foreign Direct Investment to Indonesia.

Keywords: Export Diversification, Demand Index, Non-Traditional, Random Effect Model, Structural Match Index

DDC: 382.9 SIT i

Siti Mir'atul Khasanah, Dian Dwi Laksani, Nur Ulfa Mutiara Suwari
Center for International Trade Cooperation Analysis - BPPP, Ministry of Trade - Indonesia

Indonesia's Position on the GVC in the ASEAN-CANADA Region

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Page 239-260

Global Value Chain (GVC) is a useful tool to track shifting patterns of global production. Indonesia's contribution in GVC is still low, this can be seen from the lower intermediate input value compared to the final input value. The result of this study aims to analyze the position of Indonesia in the GVC in ASEAN-Canada region. The study used input-output analysis based on World Input Output Databases (WIOD). The study shows that within ASEAN, Indonesia's contribution in GVC is low, it can be seen from the input intermediate value which is lower than the final input value. When compared with other ASEAN countries (which have the largest exports to Canada), as Vietnam, Thailand, and Malaysia, the percentage of Indonesia's intermediate exports is only 48.3%, which is lower than those of these countries. Indonesia should continue to take active role on GVC. In the future, Indonesia should be proactive to be able to increase added value on export as intermediate input. To indeed it will positively impact Indonesia's economy in a sustainable manner.

Keywords: ASEAN-CANADA FTA, GVC, Added Value

DDC: 338.5 DWI m

Dwi Ariestiyanti, Vid Adrison
Center for Domestic Trade Analysis BPPP,
Ministry of Trade, Jakarta – Indonesia
Faculty of Economics and Business,
University of Indonesia, Jakarta - Indonesia

*Market Revitalization and Stabilization of
Food Commodity Prices*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.2 Desember 2020, Page 261-282*

This study aims to look at the relationship between the implementation of the market revitalization program and the stabilization of food commodity prices. This research is seen from the perspective of the government and uses market data from 95 districts/cities in Indonesia. The revitalization of people's markets varies in each region in Indonesia. This can be seen from the amount of budget spent in the area, population density, total market and revitalized market and per capita income. This study uses 10 commodity price data from the National Strategic Food Price Information Center (PIHPS), market revitalization budget data obtained from the Ministry of Trade and also 2014 Village Potential Data (PODES) and 2018 from the Central Statistics Agency (BPS) to see market number data permanent and semi-permanent. This study uses panel data method from the coefficient of variation and the rate of change in prices of 10 food commodities per month from 2016-2019 from 95 districts / cities in Indonesia. Estimated by the Random Effect model. This study proves that the implementation of revitalization/new development of people's markets only in terms of revitalization budget correlates with the stability of food commodity prices. Therefore, the granting of a budget for market revitalization must be

monitored because if it is used properly by the regions, it will be able to create commodity price stabilization in a revitalized market.

Keyword: Price Stability, Market Revitalization, Food Commodity Prices, Random Effects

DDC: 381.4 MUK o

Mukhamad Najib, Ujang Sumarwan, Stevia Septiani
Bogor Agricultural University (IPB), West Java - Indonesia

*Organic Food Market in Java and Bali:
Consumer Profile and Marketing Channel Analysis*

*Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14
No.2 Desember 2020, Page 283-304*

The trend of food safety is a sensitive issue in the food industry today. Organic agriculture can be an alternative solution because it has a right balance in terms of the environment, health and benefits for local farmers. However, high prices for organic products and low production scale limit the growth of the domestic organic food market. This research aims to analyze organic food's consumer behavior, analyze the existing marketing channels and formulate alternative marketing channels for the domestic organic food supply chain. Sampling was carried out by purposive sampling method in which the criteria for respondents were those who know about organic food and live in five big cities in Java and Bali. The marketing channel survey was conducted in Jakarta and West Java by interviewing each actor in the value chain. The results showed that organic food's market opportunity was quite large, because the respondents were generally aware that

organic food was good for health. Organic food consumers are currently included in the middle-class segment, aged 20-50 years, office workers, and income more than IDR 9 million a month. For consumers, certification labels are more important than brands in organic food. On the one hand, organic marketing channels still vary widely. In the B2C market, the use of digital marketing can minimize the financial risks of organic farmers. On the other hand, the B2B market can be optimized through cooperation in hotels, restaurants, cafes, hospitals, and the healthy food processing industry, supported by government policies.

Keywords: Organic Food, Consumer Behavior, Marketing Channels, Developing Countries

DDC: 381.1 LUK e

Luksi Paryatno, Ernan Rustiadi, Netti Tinaprilla

Department of Regional Planning Science, Postgraduate School, Bogor Agricultural University (IPB) – Indonesia

Department of Soil Science, Faculty of Agriculture, Bogor Agricultural University (IPB), West Java – Indonesia

Departement of Agribusiness, Faculty of Economics and Management, Bogor Agricultural University (IPB), West Java - Indonesia

Evaluation of Traditional Market Suitabilities in Kab. Bogor Based on User Needs

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol.14 No.2 Desember 2020, Page 305-324

Traditional market is one of revenue source (PAD) in Kabupaten Bogor. The market development must refer to Bogor local government regulation No. 11 Tahun 2012 and incorporate the needs of society around

them to be optimize maximally. This study aims to find the consistency of the traditional market condition against SNI on market and the needs of the users. The evaluated facilities are the condition of infrastructure, cleanliness, security, and accessibility. Analysis using have been carried out with a method of descriptive heading for measuring the percentage of the consistency of the exsisting traditional market condition with SNI Pasar. A method of Important Performance Analysis (IPA) used to measure performance index of interest and facilities as wel as a method of customer satisfaction index (CSI) for measuring user satisfaction index to the traditional market. The results showed that there was no market that was 100% in accordance with the SNI Pasar Rakyat. Based on the users perception, there are 4 important facilities that must be considered which are the number of water hydrants, the location of water hydrants, the number of CCTVs, and the location of CCTV. Therefore, market management policy is still needed to improve management and facilities at traditional market in Kabupaten Bogor, where overall user satisfaction to the market class I and class II in on the cause for concern and on class III markets enters at the poor overall satisfaction with an average of 70%.

Keywords: Traditional Market, Performance Analysis, Customer Satisfaction, IPA and CSI, SNI

THE AWAKENING OF INVESTMENT CREATION: A CASE STUDY FROM SOUTH-EAST ASIA

Kebangkitan *Investment Creation*: Studi Kasus dari Asia Tenggara

Indriana Oktavia, Kiki Verico

Magister of Economic Planning and Development Policy, University of Indonesia,
Jl. Salemba Raya No.4, Central Jakarta, 10430, DKI Jakarta, Indonesia
Email: indrianaoktavia@gmail.com

Naskah diterima: 14/01/2020; Naskah direvisi: 13/05/2020; Disetujui diterbitkan: 01/09/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

ASEAN membentuk integrasi ekonomi, seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA), AFTA+1, dan ASEAN Economic Community (AEC), untuk meningkatkan perdagangan intra dan investasi antarnegara ASEAN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dampak integrasi ekonomi ASEAN terhadap ASEAN FDI (AFDI) dan perdagangan intra ASEAN (AIT). Penelitian ini menggunakan data sepuluh negara ASEAN dan enam negara mitra selama periode 2001-2017 dan di estimasi dengan menggunakan Generalized Least-Square (GLS). Hasil estimasi menunjukkan CEPT-AFTA ASEAN6 tidak dapat meningkatkan AIT dan AFDI. Dampak positif CEPT-AFTA pada AFDI dan AIT hanya terjadi pada tahun 2015, meskipun dampak pada AIT tidak signifikan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa AFTA+ dapat meningkatkan AIT dan AFDI antara negara-negara ASEAN+6. AEC memiliki dampak positif pada AFDI dan dampak negatif pada AIT. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika dengan kerangka ASEAN+ menyebabkan investment creation di kawasan ASEAN+6. Untuk memperkuat perdagangan dan investasi, maka pemerintah perlu memperkuat kerja sama melalui Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP).

Kata Kunci: ASEAN, FDI, AFTA, Perdagangan Intra, AEC

Abstract

ASEAN created several economic integrations, such as the ASEAN Free Trade Area (AFTA), AFTA+1, and ASEAN Economic Community (AEC), to increase intra-trade and investment between ASEAN countries. This study aimed to examine the impact of ASEAN economic integration to ASEAN FDI (AFDI) and ASEAN Intra-Trade (AIT). The data consists of ten ASEAN countries and six partner countries from 2001 to 2017. It was estimated using the Generalized Least-Square (GLS). Estimation results showed that CEPT-AFTA ASEAN6 could not increase AIT and AFDI. The positive impact of CEPT-AFTA on AFDI and AIT occurred in 2015, with insignificance on AIT. The study also indicated that AFTA+ could increase AIT and AFDI between ASEAN+6 countries. Contrarily, AEC provided a positive impact on AFDI and an insignificant negative impact on AIT. The study concluded that the ASEAN+ framework causes investment creation in ASEAN and partner countries. The government needs to strengthen cooperation through Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) to escalate FDI and trade.

Keywords: ASEAN, FDI, AFTA, Intra-Trade, AEC

JEL Classification: F13, F14, F15

INTRODUCTION

In 1967, ASEAN was created to maintain regional peace and stability.

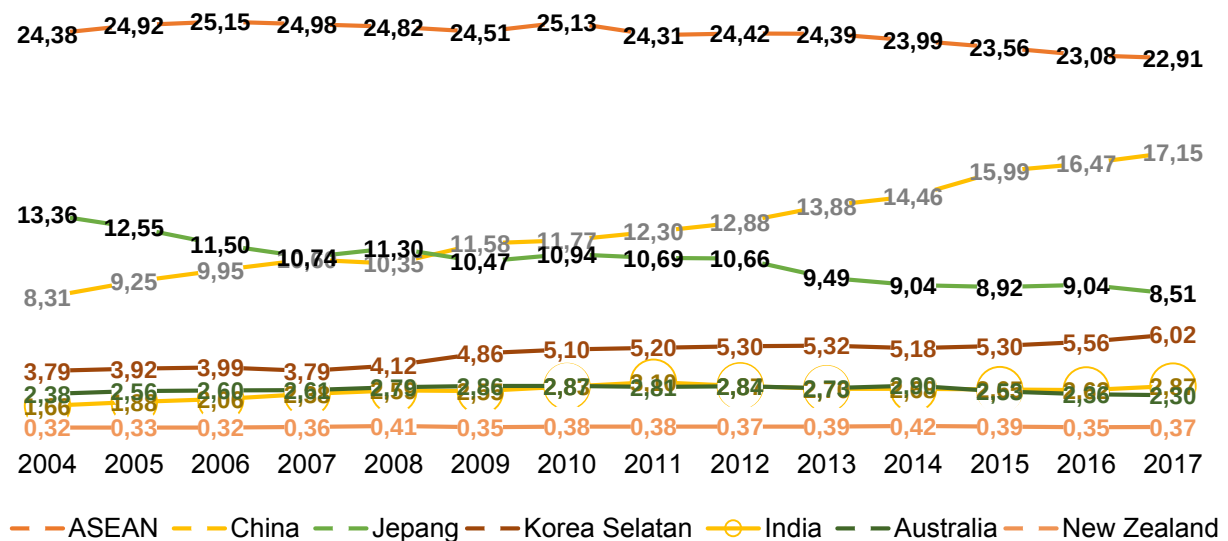
However, rapid external changes, such as rapid technological changes and the rise of global competitiveness and

ASEAN economic growth in the last ten years, took place not as previously expected. As a consequence, ASEAN countries were left behind. At the 4th ASEAN Summit in 1993, the first phase of economic integration in ASEAN was developed with the enactment of the ASEAN Free Trade Area (AFTA). AFTA was established to accelerate development by increasing trade and investment within ASEAN member countries (ASEAN, 2012). Countries that promote greater freedom of economic activities benefit more from FDI, and FTA is the way to increase the economic freedom (Zghidi, Mohamed Sghaier, & Abida, 2016). The Common Effective Preferential Tariff (CEPT) is the primary mechanism for implementing AFTA in which the tariffs of traded goods will be gradually reduced in 15 years. In 2001, ASEAN6 (Indonesia, Malaysia, Thailand, Philippines, Singapore, and Brunei Darussalam) countries had succeeded in reducing tariffs by more than 90%. In 2010, it was targeted that ASEAN6 set 0% tariffs, and in 2015 it applied to ASEAN4 (Cambodia, Lao PDR, Myanmar, and Vietnam).

To face challenges across regional and global economics, ASEAN has been preparing long-term plans,

including the ASEAN Economic Community (AEC) (Bank Indonesia, 2008). The AEC's primary purpose is to increase trade and investment flows and create a single market and production base (ASEAN, 2007). With the AEC in place, free flows of goods, services, investment, skilled labor, and capital flows are imposed. At the 12th ASEAN Summit in 2007 in Cebu, the ASEAN Blueprint, containing the AEC targets and schedules to accelerate the formation of the AEC, was enacted earlier to enforce in 2020. Before enacting AEC in 2015, ASEAN, which implemented an open regionalism system (Verico, 2017), has strengthened its competitiveness and increased trade and investment in the globalization era by having a Free Trade Agreement (FTA) with trade partner countries. ASEAN+ FTA is carried out with six partner countries, namely China, India, Japan, Korea, Australia, and New Zealand, and in the face of world protection, ASEAN+6 is trying to form RCEP for the sake of sustainability (Urata, 2018).

Following the ASEAN Economic Integrations, the increase of trade and investment turned out not according to the plan. Graph 1 showed that after the enactment of CEPT-AFTA for ASEAN6



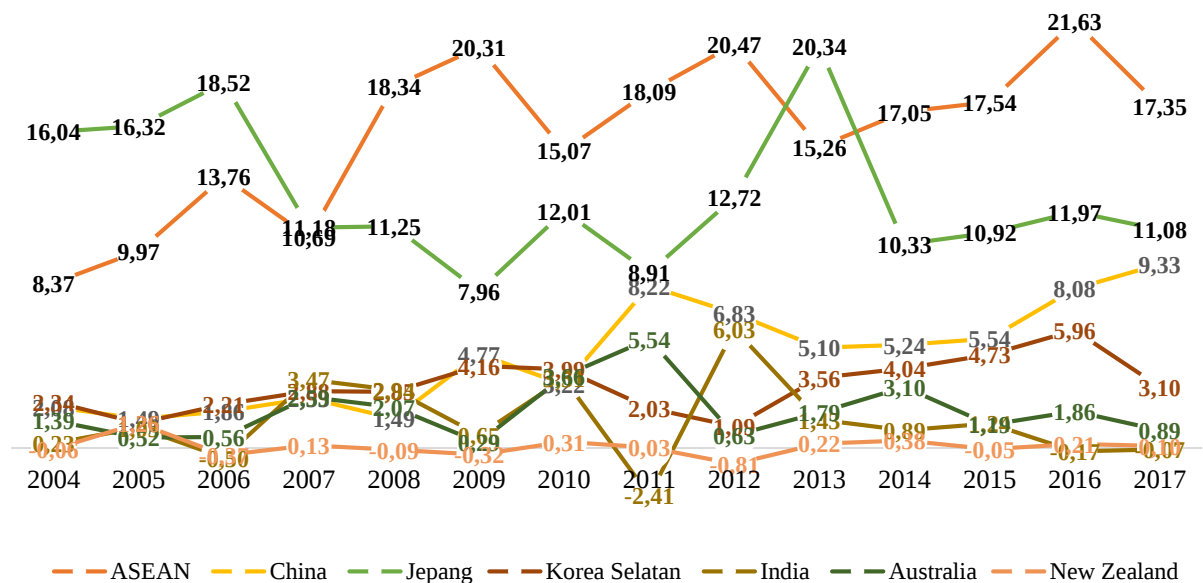
Graph 1. The Chart of ASEAN Trade Ratios with ASEAN and ASEAN+ Countries, 2004-2017

Source: ASEANStats Data Portal (2019)

in 2009, the ASEAN intra-trade ratio only increased in 2010 and continued to decline in the following years. Even after the enactment of CEPT-AFTA in four other ASEAN countries in 2015, the ASEAN intra-trade ratio did not increase. The total value even showed that exports have increased, but the ratio has continued to decline. In other words, without free trade agreements, trades between ASEAN countries and other countries are more significant. While intra-ASEAN trade continues to increase in line with the increase in exports (Basri, 2010), AEC, which was made effective at the end of 2015, has failed to encourage ASEAN intra-trade.

The impacts of ASEAN free trade are varied among countries. The implementation of FTA in Japan in 2008 showed a negative trend for ASEAN trade to Japan, and only the ratio of ASEAN trade with China increased. Even before the free trade agreement, the trend of ASEAN trade to China was already positive. Meanwhile, the impact of free trade cooperations with South Korea, India, Australia, and New Zealand toward ASEAN trade did not show a significant change.

Based on Graph 2, after the enactment of CEPT-AFTA for ASEAN6, ASEAN FDI declined in 2010 but was then followed by an increasing trend in



Graph 2. Chart of ASEAN FDI Inflow Ratio with ASEAN and ASEAN+ Countries, 2004–2017

Source: ASEANStats Data Portal (2019)

the following years. However, Masron & Yusop (2012) discovered that CEPT or FTA did not significantly impact Foreign Direct Investment (FDI). The reason was that CEPT was not yet implemented for all ASEAN countries. On the contrary, Thangavelu & Narjoko (2014) found that AFTA hurt FDI, indicating that there were restrictions in ASEAN countries, especially in the manufacturing sector and services such as transportation, communication, and aviation. Another indication showed that AFTA might positively impact FDI, but the capacity for domestic absorption of multinational companies must be

included in the government's policy agenda. ASEAN must invest in physical infrastructure and improve the quality of human resources. It is supported by Ismail, Smith, & Kugler (2009), who found that the enactment of AFTA contributed to the increase of FDI and trade. The study's limitation is that AFTA was observed based on the value of existing FDI, not on changes before and after the enactment of AFTA.

Following the CEPT-AFTA and AEC's enactment in 2015, the trend tends to increase, and it can be considered potential trade creation. According to Verico & Natanael (2018),

AFTA is proven to increase ASEAN FDI and significantly reduce intra-trade. AFTA positively and significantly give trade creation effects in a wide range of products for both imports and exports (Okabe & Urata, 2014). It confirms the assumption that if AFTA is succeeded in increasing trade creation, the impact of AEC will not be much different from AFTA, in which investment is increasing to compete with the domestic market and investors (Soekro, 2015).

The impact of the free trade agreement between ASEAN and Japan in 2008 on FDI inflow to ASEAN countries showed an increasing trend. It indicates a trade creation to ASEAN or FDI anti-trade (FDI that does not create trade and its products compete with local products). Following Japan, ASEAN enacted AFTA+ in 2010 with five other countries, China (ACFTA), South Korea (AKFTA), Australia & New Zealand (AANZFTA), and India (AIFTA). AFTA+1 succeeds in reducing tariffs by up to 90% and opening investment opportunities from partner countries. However, only ACFTA and AKFTA showed a positive trend for trade ratio and FDI after the enactment. Li, Scollay, & Maani (2016) confirmed that ACFTA had a positive impact on bilateral intra-trade and FDI. The trade creation effects

of ACFTA are higher than its trade diversion effects, suggesting that the investment creation effects will be more prominent than its investment diversion effects (Yang & Martinez-Zarzoso, 2014).

In comparison, AANZFTA and AIFTA did not provide a significant change in investment inflows from Australia, New Zealand, and India following the enactment of AFTA+ in 2010. Nevertheless, the presence of ASEAN+3 is more effective in increasing intra-trade by up to 53%. In line with the ASEAN's goal to build a production network in ASEAN, ASEAN+3 is more effective in increasing trade and investment (Magasházi, 2015).

This condition raised a question of whether ASEAN economic integration is needed to increase investment and trade between countries for strengthening economic scale and competitiveness. If the trade and investment continue to grow without economic integration, then economic integration is not needed by ASEAN countries. However, following the 35th ASEAN Summit in Bangkok, ASEAN, with its five bilateral FTA partner countries, agreed to form a Regional Comprehensive Economic Partnership

(RCEP) in 2020 (ASEAN, 2019). For this reason, the study has two objectives. First, to examine the impact of economic integration (CEPT-AFTA, AFTA+, and AEC) on ASEAN FDI and ASEAN Intra-Trade. Second, to examine whether ASEAN economic integration is needed to increase intra-trade and FDI. This regional-level research is focused on ASEAN+6 countries (ASEAN, Australia, New Zealand, India, China, Japan, South Korea). This research is expected to observe the impact of ASEAN economic integration on intra-trade and ASEAN FDI in ASEAN+6 countries and determine the policies that ASEAN+6 countries should implement to increase ASEAN FDI and encourage trade. This research will be divided into four parts: introduction, research methods, results and discussion, conclusions and policy recommendations.

RESEARCH METHODS

ASEAN Intra-trade and FDI are not only influenced by economic integration but also by other determinants. It is generally believed that trade and FDI are affected by output (GDP), inflation, transaction costs, and several other factors. This section will analyze the determining factors of the increase in trade and investment.

Determinants of Trade and FDI

The shift in FDI trends to Asia is due to the relatively low wage rates and infrastructure improvements by Asian countries, which have attracted investors (Sethi, Guisinger, Phelan, & Berg, 2003). In East and Southeast Asia, besides to wage levels, real GDP, and economic openness attract investors to invest in FDI (Hsiao & Hsiao, 2004). Meanwhile, in a more recent study, Hsiao & Hsiao (2006) found that inward FDI and GDP affected export. However, GDP and exports are not included as influencing factors that attract FDI inflows to eight Asian countries since no causality has been found between FDI and trade (Belloumi, 2014). Another study has found only one direction long-run causality export to FDI and unidirectional long-run causality FDI to Export in Europe and Asia (Mahmoodi & Mahmoodi, 2016).

FDI inflow to ASEAN is influenced by investor's motives to open new markets and look for efficiency. Trade openness has a positive impact on FDI inflows, while higher labor costs decreased FDI inflows (Masron & Nor, 2013). Besides labor cost and trade, exchange rate, and GDP also affect FDI (Aziz, 2018). Depreciation or devaluation of the host country's

exchange rate and low inflation rate stimulated FDI inflow (Ismail, 2009). The enactment of FTA, the issuance of regulation according to UK provisions, and the quality of good governance will increase FDI inflow. Another factor, real GDP, had a significant and positive effect on FDI, which indicated a horizontal FDI (Hattari & Rajan, 2009). Contrarily, the result of another study showed that vertical FDI and export-platform are more dominant in ASEAN (Hoang & Goujon, 2018). The other determinants of intra and extra FDI are infrastructure, trade costs, and political stability.

Another study found if there are different factors to attract more FDI for ASEAN countries, the government of CLMV countries should maintain investment stability with a low inflation rate, invest in infrastructure, and open itself to international trade. Nevertheless, those conditions do not happen for ASEAN5; with a higher inflation rate and a lower degree of openness, the foreign investors are still interested in investing more in this region. Cause the attractive factors of ASEAN5 are their market size and infrastructure facilities (Xaypanya, Rangkakulnuwat, & Paweenawat, 2015). Trade liberalization that ASEAN

countries do did not encourage export growth. Another policy implementation is needed, such as infrastructure improvements, the right business environment, and stable government policies to fit trade liberalization (Hadili, Raab, & Wenzelburger, 2020).

Political instability depresses FDI inflows as it can lead to economic instability (Quazi, 2007). Thus, the government should issue trade policies that will attract investors (Shahzad, Mithani, Al-Swidi, & Fadzil, 2012). Higher trade costs, bureaucracy complexity, and high tariffs will hamper FDI inflow, along with high wages and inflation (Cantah, Brafu-Insaidoo, Wiafe, & Adams, 2018). At the same time, FDI from non-ASEAN countries is the other significant factor that affects intra-FDI. It is based on the belief that MNCs from developed countries or other countries can increase local entrepreneurs' competitiveness through technology transfer (Masron, 2013; Masron & Yusop, 2012).

In another study, there is a two-way causality relationship between FDI and exports. Furthermore, open and export-oriented policies and higher domestic savings can boost trade (Majeed & Ahmad, 2007). For some countries, FDI and exports can complement each

other. Although in the aggregate, FDI and exports become substitutes for several host countries. Besides, economic growth leads to an improvement in terms of trade. Foreign Direct Investment (FDI) can provide a pathway for countries to enhance economic growth by increasing overall export productivity. So, there is the possibility of indirect causality between trade and FDI (Jawaid, Raza, Mustafa, & Karim, 2016).

Exports are also influenced by inflation, in which the increase in the inflation rate exerts a significant and negative influence over the rate of exports (Tran, Alauddin, & Tran, 2019). This study also found that trade openness encouraged export rate, thereby confirming the findings (Ju, Wu, & Zeng, 2010). Communication facilities such as internet services encourage FDI inflow and promote exports (Choi, 2003; Lin, 2015). It can be concluded, besides economic integration, determinants of FDI and intra-trade are market size, economic openness, wages, political stability, exchange rates, inflation, infrastructure, and savings.

Methodology

The model in this research is developed based on Hsiao & Hsiao (2006). ASEAN+6 FDI and intra-trade

are dependent variables. The independent variables include ASEAN economic integration dummy variables, market size, trade openness, infrastructure, real wages, inflation, exchange rates, saving, and FDI from non-member countries. All independent variables were drawn based on previous studies. The models used in this study are as follows:

$$\begin{aligned} AIT_{it} = & \alpha_{1i} + \beta_1 AFDI_{it} + \beta_2 DOO_{it} + \\ & \beta_3 GDP_{it-1} + \beta_4 IU_{it} + \beta_5 RW_{it} + \\ & \beta_6 INF_{it} + \beta_7 ER_{it} + \beta_8 SAV_{it} + \\ & \beta_9 CEPT1_{it} + \beta_{10} CEPT2_{it} + \\ & \beta_{11} AJFTA_{it} + \beta_{12} ASEAN5_{it} + \\ & \beta_{13} AEC_{it} + u_{1it} \dots\dots\dots(1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} AFDI_{it} = & \alpha_{2i} + \delta_1 AIT_{it} + \delta_2 DOO_{it} + \\ & \delta_3 GDP_{it-1} + \delta_4 IU_{it} + \delta_5 RW_{it} + \\ & \delta_6 INF_{it} + \delta_7 ER_{it} + \delta_8 NAFDI_{it} + \\ & \delta_9 CEPT1_{it} + \delta_{10} CEPT2_{it} + \\ & \delta_{11} AJFTA_{it} + \delta_{12} ASEAN5_{it} + \delta_{13} AEC_{it} + \\ & u_{2it} \dots\dots\dots(2) \end{aligned}$$

Where:

AIT : log of ratio export from country i to ASEAN+6 countries to export from country i to other countries in the world

$AFDI$: the ratio of FDI inflow from ASEAN+6 to country i to GDP of country i

DOO : log of Degree of Openness

GDP : log of Gross Domestic Product with 2010 as the base year (lagged)

IU : log of the ratio of internet users to the total population of each ASEAN+6 country

RW : log of real wages obtained by dividing real GDP by the number of employees

INF : log of Consumer Price Index of country i in a year

ER : log of the real exchange rate, obtained by multiplying the nominal exchange rate by us CPI and divided by domestic CPI

SAV : log of the ratio of national savings to GDP

NAFDI : the ratio of FDI inflow from non-ASEAN+6 to i country to the GDP of i country

CEPT1 : dummy variable of the enactment of CEPT (tariff = 0) in ASEAN6 countries in 2010, where 2001-2009 = 0; 2010-2017=1 for ASEAN6 countries

CEPT2 : dummy variable of the enactment of CEPT (tariff=0) in CLMV countries in 2015, where 2001-2014=0; 2015-2017=1 for CLMV countries

AJFTA : dummy variable based on ASEAN-Japan Free Trade Agreement (AJFTA+1) from 2008 where 2001-2008=0; 2009-2017=1 for ASEAN countries and Japan.

ASEAN5 : dummy variable based on AANZFTA, ACFTA, AKFTA, and AIFTA from January 2010, where 2001-2009=0; 2010-2017=1 for ASEAN+5

AEC : dummy variable based on AEC, where 2001-2015=0; 2016-2017=1 for ASEAN countries.

Data and Estimation Process

This study used secondary data for ASEAN+6 from 2001–2017. It was obtained from websites and reports issued by the World Bank, UN, ASEANstat, ABS, NBS CHINA, JETRO, RBI, KOSIS, and NZ STAT. To achieve the research objectives, the data were analyzed based on the estimation results of the research model.

This study used panel data with two variables (AIT and AFDI) that indicate causality. During the study, the problem was the simultaneous problem between AFDI and AIT as the two variables exist in both models. Therefore, the estimation was conducted to observe the error

correlation between the two variables. When errors in correlation and causality are found, the estimation was conducted using the Seemingly Unrelated Regression (SURE) method. SURE solved Error correlation and the Granger Causality test addressed error causality. However, when there are no causality and endogeneity in the two variables, the data were estimated using the panel data regression method, which includes Pooled Least Square (PLS), Fixed Effect Method (FEM), and Random Effect Method (REM).

The best estimation method was decided with the Chow test, the LM test, and the Hausman test. The classic assumption test was performed to maintain the reliability of the model. When a classic assumption problem was found, it was addressed by Generalized Least Square (GLS) estimation.

RESULTS AND DISCUSSION

This study used panel data of 272 observations from ten ASEAN countries and six partner countries in 2001–2017. The causality test and an error correlation test have not shown causality and endogeneity relationship in AIT and AFDI variables. Therefore,

the estimation was conducted using the panel data estimation method. The Chow test, LM test, and Hausman test showed that the Fixed Effect Model (FEM) is a better option to estimate both models. However, due to heteroscedastic and autocorrelation problems in FEM estimation, Generalized Least-Square (GLS) is considered the best option to estimate the model.

Table 1 shows that the estimation results showed that ASEAN Intra-Trade (AIT) is affected positively and significantly by ASEAN FDI (AFDI), where an increase of AFDI by 1% will increase AIT by 0.009%. In other words, the increase in AFDI has more impact on ASEAN+6 trade with non-ASEAN+6 countries. AIT also has a positive and significant effect on AFDI, where an increase in AIT by 1% will increase AFDI by 4.17%, *ceteris paribus*. With the increase in FDI flows between ASEAN+6 countries and trade with non-ASEAN+6 countries, ASEAN's goal to become part of the world supply chain can be achieved. It confirms the findings by Majeed & Ahmad (2007) that the relationship between AFDI and AIT in ASEAN is complementary.

Table 1 Estimation Result of *Generalized Least Square*

<i>Generalized Least Square (GLS)</i>					
Independent Variable	AIT	AFDI	Country	AIT (Cons.)	AFDI (Cons.)
AFDI	0.009***		Australia	Omitted	Omitted
AIT		4.171**	Brunei Darussalam	1.83***	-0.15
DOO	-0.097***	dropped	Cambodia	2.58***	-10.96
GDP (-1)	0.366***	dropped	China	-1.75***	-5.33
IU	0.119***	-1.47***	India	-0.86***	-8.84
RW	-0.446***	dropped	Indonesia	3.29***	-27.62
INF	-0.698***	5.29**	Japan	0.93**	-17.61*
ER	-0.470***	dropped	Lao PDR	5.05***	-21.51
SAV	0.286***		Malaysia	0.24	-1.34
NAFDI		0.081***	Myanmar	2.91***	-18.84
CEPT1	-0.122**	-4.252***	New Zealand	0.55***	-0.60
CEPT2	0.01	2.552**	Philippines	1.13***	-8.44
AJFTA	0.11***	-1.405**	Singapore	0.53***	0.49
ASEAN5	0.108***	3.03***	South Korea	2.32***	-5.41
AEC	-0.049	0.326	Thailand	0.93***	-7.99
CONS	6.199***	-69.741***	Viet Nam	3.49***	-23.11
N	272	272			
R-SQUARED	0.9548	0.8962			

Note: *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

Other influencing factors for AIT are the degree of openness and lagged GDP. The more open the economy, the less the trade ratio with ASEAN+6 countries, which means that ASEAN+6 trade is carried out with non-ASEAN+6 countries instead. This information is more specific compared to the findings by Tran et al. (2019) that only mentioned the trade openness increased exports.

These findings also confirmed if regional economic comprehensive is discriminating against non-member countries and DOO is not. In contrast with the degree of openness, lagged GDP encourages intra-trade significantly. This finding confirms the assumption that production in the previous year can create trade inflow in the coming year, as stated by (Hsiao &

Hsiao, 2006). This result suggests that if a country can successfully produce more output, that will boost trade next year.

In this study, the ratio of internet users to the population is used as a communication infrastructure approach. The greater the ratio of internet users, the higher the intra-trade. As internet access expands market scope, it can stimulate exports (Lin, 2015; Majeed & Ahmad, 2007). In contrast, the impact of the ratio of internet users to ASEAN FDI is negative. It is because internet access reduced the motive of multinational companies to open new branches or companies abroad. Investors try to prevent purchases' uncertainty based on the internalization motif, which might cause transaction costs and time lags (Moosa, 2002). With internet access, uncertainty can be prevented as it allows easier access to information.

This study also confirmed the finding of previous studies that the increase in real wages will negatively affect intra-trade. It confirms the classical model that trade (exports) can occur when it can produce goods cheaply based on real wages and prices (Appleyard & Field, Jr, 2014). An increase in real wages will increase the price of goods, thereby affecting costs

(Sethi et al., 2003). For this reason, it is necessary to control wage and price levels for ASEAN+6 countries. According to some studies, inflation provided a significantly negative impact on ASEAN+6 intra-trade. It indicated that the increase in prices of goods would decrease demand for exports from other ASEAN+6 countries. This finding did not support the theory that exports will increase along with an increase in price (Dornbusch, Fischer, & Startz, 2014).

Conversely, price levels positively affect AFDI, which means prices attract investors to invest their capital. Increasing prices in the short-run can boost producers to invest more capital (Ismail, 2009) and produce more. Increasing prices in the short run also can boost the Gross Domestic Product (GDP). For some ASEAN countries, the market size and the available infrastructure are the main factors to attract FDI (Xaypanya et al., 2015). Therefore, inflation can be a significant factor in attracting FDI, directly or indirectly.

Besides price, the exchange rate and domestic savings affect AIT. The results of this study indicate that the depreciation of the exchange rate will decrease ASEAN intra-trade. This

finding confirms the theory, which remarked that the depreciation currency exchange rate could encourage exports due to the decrease in the relative prices of exported goods abroad—specifically, export from ASEAN+6 to non-ASEAN+6 countries. Savings significantly posed a positive impact on trade, according to (Majeed & Ahmad (2007), in line with the theory of two gaps. The theory describes the investment-savings and export-import gap in developing countries. Considerable savings become the source of eliminating domestic inequality, eliminating external inequalities by increasing export growth.

The existence of FDI from non-ASEAN+6 countries has also significantly provided a positive effect on ASEAN FDI. It confirms Masron (2013) that non-ASEAN FDI has become a consideration for ASEAN+6 investors to invest FDI. FDI inflow from non-ASEAN countries raises the expectations that the country's infrastructure, economic, and political conditions will support investment.

When the CEPT-FTA was implemented in 2010 in ASEAN6 countries, it negatively impacted on AFDI and AIT. This fact is inversely proportional to Ismail et al. (2009) argument that ASEAN FDI only revolves

around the ASEAN5 countries. CEPT1 cannot boost FDI because of restrictions in a few sectors or because domestic absorption is not ready to imbibe new investment. In aggregate, this finding also shows if there is no trade creation after AFTA-CEPT1. Inversely with Okabe & Urata's (2014) findings, trade creations occur on export and import products after AFTA. Following the enactment of CEPT-FTA (CEPT2) to all ASEAN countries in 2015, AFDI and AIT's flow had increased. Meanwhile, the impact of CEPT-FTA on intra-trade is insignificant. That indicates if the investment creation effect of CEPT-FTA in 2015 or the trade creation effect has moved to investment creation after CEPT-FTA was applied to all member countries.

Free Trade Agreement with ASEAN+ countries showed different impacts on ASEAN-FDI and ASEAN intra-trade. When the ASEAN-Japan Free Trade Agreement (AJFTA) is enacted, ASEAN-FDI flows declined by an average of 1.4% for Japan and ASEAN countries. It is assumed to be caused by investors who preferred to trade rather than investing. Unlike ASEAN FDI, the average of ASEAN Intra-Trade increased by 0.11% after the enactment of AJFTA. In comparison, the

impact of cooperation with five other partner countries, such as China (ACFTA), South Korea (AKFTA), India (AIFTA), Australia, and New Zealand (AANZFTA), showed significant positive impacts on AFDI and AIT. In other words, AFTA+ can encourage AIT and AFDI, and ASEAN's goal to increase investment through AFTA+ can be achieved. These findings support the argument if ASEAN+3 is more effective in increasing trade and investment, which is in line with ASEAN's goal to build a production network in ASEAN (Magasházi, 2015).

The AEC's impact is positive on investment flows and negative on trade, but they are not significant. AEC strengthens investment flows between ASEAN countries. In other words, AEC is a step to bring ASEAN as a production base. Based on AFTA+ and AEC, investment in ASEAN keeps increasing rather than trade. It is another proof if ASEAN already moved on from trade creation to investment creation.

GLS estimation results showed that fourteen ASEAN+6 countries, except China and India, compete in trade to increase trade and investment potentials between the member countries. India decided not to join the RCEP by considering their infant

industries would not be able to compete with goods from China. Based on AFDI estimation, fifteen ASEAN+6 countries except Singapore belong to the same group, and they might strengthen or compete.

CONCLUSIONS AND POLICY RECOMMENDATIONS

Some conclusions can be drawn from this study. First, ASEAN FDI and ASEAN intra-trade significantly have positive effects on each other even though AFDI does not push AIT as strong as the encouragement of AIT towards FDI. Thus, it indicates that trade does not occur between ASEAN+6 countries but with other countries. Then, the second phase of CEPT-AFTA boosts ASEAN FDI following the enactment of CEPT-AFTA for all ASEAN countries even though the second phase of CEPT-AFTA has not affected intra-trade significantly. ASEAN's on the road of investment creation also has proven with the findings that AEC pushes ASEAN FDI and ASEAN's trade with other non-member countries. Therefore, it can be concluded that ASEAN is on the right track to achieve the goal of being part of the world's supply chain.

The ASEAN-Japan Free Trade Agreements (AJFTA) provided a

significant negative impact on ASEAN-FDI and the significant positive one on intra-trade. This finding shows that ASEAN needs more partner countries to increase FDI. The impacts of ASEAN economic integration with five other partner countries (China (ACFTA), South Korea (AKFTA), India (AIFTA), Australia, and New Zealand (AANZFTA)) have succeeded increase ASEAN intra-trade and FDI after its enactment in 2010. To increase investment and trade, ASEAN and the six partner countries should form more comprehensive cooperation like RCEP. Therefore, ASEAN's decision to join RCEP is the right step.

Policy recommendations for ASEAN countries to increase intra-trade ASEAN and ASEAN-FDI are Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), opening investment opportunities for Non-ASEAN+6 countries, and increasing internet access. RCEP can increase the investment potential between members, therefore it is better not to postpone the RCEP signing plan in November 2020, and it should be made effective within one to two years following the signing of the agreement.

ACKNOWLEDMENT

The authors thank Fitrah Faisal, Ph.D. and Chaikal Nuryakin, Ph.D. for sharing their expertise and give us appropriate suggestions that made this article better.

REFERENCE

- Appleyard, D. R., & Field, Jr, A. J. (2014). *International Economics* (Eighth). Singapore: McGraw- Hill Education.
- ASEAN. (2007) Piagam Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara, Pub. L. No. 1 Ayat 5. ASEAN.
- ASEAN. (2012). Agreement On The Common Effective Preferential Tariff (CEPT) Scheme For The ASEAN Free Trade Area Singapore, 28 January 1992. Retrieved September 28, 2019, from https://asean.org/?static_post=agreement-on-the-common-effective-preferential-tariff-cept-scheme-for-the-asean-free-trade-area-singapore-28-january-1992
- ASEAN. (2019, November). Chairman's Statement Of The 35th Asean Summit Bangkok/Nonthaburi, 3 November 2019 Advancing Partnership For Sustainability. ASEAN, 1–17.
- ASEANStats Data Portal. (2019). <https://data.aseanstats.org/>.
- Aziz, O. G. (2018). Institutional quality and FDI inflows in Arab economies. *Finance Research Letters*, 25, 111–123.
- Bank Indonesia. (2008). *MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2015: Memperkuat Sinergi ASEAN di Tengah Kompetisi Global*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Basri, F. (2010). *Dasar-dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Belloumi, M. (2014). The relationship

- between trade, FDI and economic growth in Tunisia: An application of the autoregressive distributed lag model. *Economic Systems*, 38(2), 269–287.
- Cantah, G. W., Brafu-Insaidoo, G. W., Wiafe, E. A., & Adams, A. (2018). FDI and Trade Policy Openness in Sub-Saharan Africa. *Eastern Economic Journal*, 44(1), 97–116.
- Choi, C. (2003). Does the Internet stimulate inward foreign direct investment? *Journal of Policy Modeling*, 25(4), 319–326.
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2014). *Macroeconomics* (12th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Hadili, A., Raab, R., & Wenzelburger, J. (2020). Trade liberalisation, governance, and the balance of payments: evidence from the Arab Maghreb Union. *Middle East Development Journal*, 8120.
- Hattari, R., & Rajan, R. S. (2009). Understanding bilateral FDI flows in developing Asia. *Asian-Pacific Economic Literature*, 23(2), 73–93.
- Hoang, H. H., & Goujon, M. (2018). Determinants of Intra-Region and Extra-Region Foreign Direct Investment Inflow in ASEAN: A Spatial Econometric Analysis. *Applied Spatial Analysis and Policy*.
- Hsiao, F. S T, & Hsiao, M. C. W. (2004). The chaotic attractor of foreign direct investment - Why China? A panel data analysis. *Journal of Asian Economics*, 15(4), 641–670.
- Hsiao, Frank S. T., & Hsiao, M.-C. W. (2006). FDI , exports , and GDP in East and Southeast Asia — Panel data versus time-series causality analyses. *Journal of Asian Economics*, 17, 1082–1106.
- Ismail, N. W. (2009). The determinant of foreign direct investment in ASEAN: A semi-gravity approach. *Transition Studies Review*, 16(3), 710–722.
- Ismail, N. W., Smith, P., & Kugler, M. (2009). The Effect of ASEAN Economic Integration on Foreign Direct Investment. *Journal of Economic Integration*, 24(3), 385–407.
- Jawaid, S. T., Raza, S. A., Mustafa, K., & Karim, M. Z. A. (2016). Does Inward Foreign Direct Investment Lead Export Performance in Pakistan? *Global Business Review*, 17(6), 1296–1313.
- Ju, J., Wu, Y., & Zeng, L. (2010). The impact of trade liberalization on the trade balance in developing countries. *IMF Staff Papers*, 57(2), 427–449.
- Li, Q., Scollay, R., & Maani, S. (2016). Effects on China and ASEAN of the ASEAN-China FTA: The FDI perspective. *Journal of Asian Economics*, 44, 1–19.
- Lin, F. (2015). Estimating the effect of the Internet on international trade. *Journal of International Trade and Economic Development*, 24(3), 409–428.
- Magasházi, A. (2015). The integraton by trade and FDI of emerging economies: The ASEAN example. *Society and Economy*, 37(2), 207–223.
- Mahmoodi, M., & Mahmoodi, E. (2016). Foreign direct investment, exports and economic growth: evidence from two panels of developing countries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 938–949.
- Majeed, M. T., & Ahmad, E. (2007). FDI and exports in developing countries: Theory and evidence. *Pakistan Development Review*, 46(4).
- Masron, T. A. (2013). Promoting intra-ASEAN FDI: The role of AFTA and AIA. *Economic Modelling*, 31(1), 43–48.
- Masron, T. A., & Nor, E. (2013). FDI in ASEAN-8: Does institutional quality matter? *Applied Economics Letters*, 20(2), 186–189.
- Masron, T. A., & Yusop, Z. (2012). The

- ASEAN investment area, other FDI initiatives, and intra-ASEAN foreign direct investment. *Asian-Pacific Economic Literature*, 26(2), 88–103.
- Moosa, I. A. (2002). *Foreign Direct Investment: Theory, evidence, and practice*. New York: Palgrave.
- Okabe, M., & Urata, S. (2014). The impact of AFTA on intra-AFTA trade. *Journal of Asian Economics*, 35, 12–31.
- Quazi, R. (2007). Economic freedom and foreign direct investment in East Asia. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 12(3), 329–344.
- Sethi, D., Guisinger, S. E., Phelan, S. E., & Berg, D. M. (2003). Trends in Foreign Direct Investment Flows: A Theoretical and Empirical Analysis. *Journal of International Business Studi*, 34(4), 315–326.
- Shahzad, A., Mithani, D. A., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. B. (2012). Political Stability and the Foreign Direct Investment Inflows in Pakistan. *British Journal of Arts and Social Sciences*, 9(II), 199–213.
- Soekro, S. R. I. (2015). *Working Paper Mapping And Determinants Of Intra-Asean Foreign Direct Investment (FDI): Indonesia Case Study (WP/12/2015)*. Jakarta.
- Thangavelu, S. M., & Narjoko, D. (2014). Human capital, FTAs and foreign direct investment flows into ASEAN. *Journal of Asian Economics*, 35(8), 65–76.
- Tran, N. Van, Alauddin, M., & Tran, Q. Van. (2019). Labour quality and benefits reaped from global economic integration: An application of dynamic panel SGMM estimators. *Economic Analysis and Policy*, 63, 92–106.
- Urata, S. (2018). Free Trade Agreements and Patterns of Trade in East Asia from the 1990s to 2010s. *East Asian Community Review*, 1(1–2), 61–73.
- Verico, K. (2017). *THE FUTURE OF THE ASEAN ECONOMIC*. London: Palgrave Macmillan.
- Verico, K., & Natanael, Y. (2018). *Let's talk about the Free Trade Agreement (FTA): The five ASEAN members highlighting Indonesia* (No. 023). Jakarta.
- Xaypanya, P., Rangakulnuwat, P., & Paweenawat, S. W. (2015). The determinants of foreign direct investment in ASEAN. *International Journal of Social Economics*, 42(3), 239–250.
- Yang, S., & Martinez-Zarzoso, I. (2014). A panel data analysis of trade creation and trade diversion effects: The case of ASEAN-China Free Trade Area. *China Economic Review*, 29, 138–151.
- Zghidi, N., Mohamed Sghaier, I., & Abida, Z. (2016). Does Economic Freedom Enhance the Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth in North African Countries? A Panel Data Analysis. *African Development Review*, 28 (1), 64–74.

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGY UTILIZATION IN THE TRADE SECTOR ON ITS PRODUCTIVITY, LABOR AND ECONOMIC GROWTH

Dampak Pemanfaatan Teknologi Digital pada Sektor Perdagangan Terhadap Produktivitas, Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi

Muhammad Rizal Taufikurahman¹, Ahmad Heri Firdaus²

¹Trilogi University, Jl. Trilogi (d/h STEKPI) No.1 TMP Kalibata, Jakarta 12760, DKI Jakarta, Indonesia

²Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav 87 Sunter, Jakarta 14350, DKI Jakarta, Indonesia

Email: mrizalt@trilogi.ac.id

Naskah diterima: 18/09/2018; Naskah direvisi: 24/03/2019; Disetujui diterbitkan: 04/11/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Kehadiran ekonomi digital sebagai bagian dari revolusi industri 4.0 yang telah membuka peluang baru dalam bidang perdagangan dan menjembatani kepentingan produsen, konsumen, dan pasar tanpa dibatasi ruang dan waktu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dampak pemanfaatan teknologi digital pada sektor perdagangan terhadap produktivitasnya, penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis model Computable General Equilibrium (CGE) dinamik. Hasil analisis menunjukkan digitalisasi di sektor perdagangan meningkatkan jumlah outputnya sebagai produktivitas jangka pendek dan panjang. Adapun dampak terhadap penyerapan tenaga kerja di perkotaan dan pedesaan menurunkan jenis pekerjaan tertentu pada periode analisis terutama tenaga kerja terampil rendah. Selanjutnya dampak terhadap GDP riil meningkat pada periode analisis. Kebijakan yang direkomendasikan adalah perlu perbaikan akurasi dan validitas database produk-produk yang kompetitif, strategi antisipatif untuk tenaga kerja yang terdistrupsi, pelayanan perizinan akses semakin mudah, optimalisasi aplikasi teknologi digital dalam tata kelola perdagangan, dan perbaikan sarana prasarana informasi dan teknologi.

Kata Kunci: Teknologi Digital, Produktivitas, Tenaga Kerja, Pertumbuhan Ekonomi

Abstract

The presence of a digital economy as part of the industrial revolution 4.0 has opened up new opportunities in trade and bridged the interests of producers, consumers, and markets without being constrained by time and space. The study aims to analyze the impact of digital technology utilization on the trade sector on its productivity, labor, and economic growth. The analysis method used is the Dynamic Computable General Equilibrium (CGE) model. The analysis results show that digitalization in the trade sector increases output as productivity in the short and long term. The impact on labor in urban and rural areas reduces certain types of work in the analysis period, especially low skilled labor. Furthermore, during the analysis period, the impact on real GDP increases. The recommended policy is to improve the accuracy and validity of competitive products' database, anticipatory strategies for labor that have disrupted, easier access licensing services, optimization of digital technology applications in trade governance, and improvement of information and technology infrastructure.

Keywords: Digital Technology, Productivity, Labor, Economic Growth

JEL Classification: F12, F13, F15

INTRODUCTION

Information and communication technology development often inquired rapid digital technology and has an impact on almost industrial sectors. This change certainly needs regulations to maximize the users' benefit of using digital technology. These regulations must be in line with the needs of all industrial and trade sectors and service stakeholders. These policies and regulations also require a better understanding of the values that exist in Indonesian culture.

These conditions deliver some information to create a market. The digital economy's presence as part of the industrial revolution 4.0 is the focus of world attention because it has brought significant changes in the current trading pattern. Besides, the digital economy has also opened up new opportunities in the field of trade.

The rapid development of using the information or digital technology in digitalization 4.0 has become a driver of digitalization changes in production and consumption factors related to economic activity and encouraging economic growth. Changes in the production aspect using information technology in recent years are happening in some sectors, and the

utilization is very rapid, including in the trade sector (Romer, 2011)

The growing development of digital economic products in Indonesia, such as the trade sector, requires regulatory tools to regulate and develop the sector. At present, digital economic products have been commonly used in the form of digital transactions such as using electronic money, financial technology products, online-based trading (e-commerce), and others.

The rapid development of digitalization in the global trade sector has led to a new digital economy phenomenon. Manual economic changes towards the digital economy impact technological disruption, one of them. If it is not handled seriously and anticipated, this condition can be a serious problem and will affect other important sectors.

The relationship between the digitalization of information technology and economic development has encouraged broadband networks to be even greater. In addition to having an impact on various economic transactions, it will also impact on Gross Domestic Growth (GDP). Finally, encouraging the use of information and communication or digital technology is a necessity.

The digital technologies have changed the way business-to-business firms act in business markets, central to economies, changes economic activities, and how they sell value new requirements to a firm's capabilities (Ghandi, et.al, 2018; Azmeh, et. al; and Goldfarb & Tucker, 2019; and Syam & Sharma, 2018). Ahmedov (2020) explains that the impact of digitalization on international and global trade can certainly be controversial. The digitization and digitalization of business-to-business firms' business models have recently attracted a great deal of attention (Ritter and Pederson, 2020).

E-Commerce in Indonesia is more or less certainly related to the development of e-commerce in developed countries (Yadiati & Meiryani, 2019), the new possibility of combining high tech with low wages propelled the rapid industrialization of a handful of developing nations (Baldwin, 2016) and with the growing importance of the internet, digital trade, or electronic commerce has become a key issue in the trade regulation (Henry, 2018). For instance, Ross (2017) argues that digital and digitized are two very different organizational phenomena. Digital technology in trade development has

strong spread effects due to the existing work in the information sector, and technology creates three jobs in other sectors. Another impact of information technology development is the existence of more equitable social development and a more transparent and efficient public sector (Gryseels et al., 2016).

The important aspects of information and communication technology are currently happening in a country's economic progress. However, if judging in terms of readiness, it turns out that Indonesia still has not utilized the development of information technology to support the progress of other sectors.

According to Bilbao-Osorio (2014) in the Global Information Technology Report (GITR) on the information and communication technology sector or the digital sector globally, Indonesia ranks 64th out of 148 countries assessed on its Network Readiness Levels. In Southeast Asia, Indonesia is ranked number fourth under Singapore, Malaysia, and Brunei Darussalam. The use of information and communication technology or the digital sector in Indonesia indicated that the number of internet users is only 88.1 million people from a total population of 254 million.

That is, new internet penetration is 34.9% of the total population (APJII, 2018). Furthermore, almost half of the internet users are in Java, which accounted for 52 million users. Followed by Sumatra for 18.6 million, Sulawesi 7.3 million, Nusa Tenggara, Papua, and Maluku for 5.9 million, and Kalimantan for 4.2 million users.

This achievement has led to an increase in productivity in sectoral performance as an economic structure. Parlindungan (2015) stated that it had increased productivity in the trade sector through two major parts: improving the non-oil and gas manufacturing sector's performance and increasing the efficiency and effectiveness of the national service goods distribution sector. Based on this phenomenon, the study aims to analyze the impact of digital technology utilization in the trade sector on its productivity, labor, and economic growth.

METHODS

This research's data type is secondary data, which is used to construct the primary data analyzed in this research. It consists of the newest data of Input-Output table (I-O), Social Accounting Matrixes (SAMs), and other relevant data. The analysis model used

in this research is the CGE model framework.

In constructing the database model, this study uses the latest national-level data, i.e., IO Table 2010, SNSE Table 2008, SAKERNAS 2010, and SUSENAS 2010 (BPS, 2010; 2015). The database is intended to be updated so that the model can be accommodated by various changes in the Indonesian economy that lasts dynamically until the year of analysis. The data are collected from various publications, such as the Central Statistics Agency (BPS), Ministry of Agriculture, Ministry of the Trade, Bank Indonesia, Ministry of Finance, Ministry of PPN/ Bappenas, and other relevant institutions.

The economic analysis is described through an economic model using certain assumptions. One of them is the market for all products (both input and production output), is a perfect competitive market (perfect competitive markets). An economy under perfect competitive market assumptions if there are many homogeneous goods, both final consumer goods and production input goods. In addition, each type of goods has its equilibrium price, and there are no transaction and

transportation costs, and each individual (producer and consumer) has perfect information about the market and its goods.

This concept can be entirely explained by using the Computable General Equilibrium (CGE) model. A computable general equilibrium (CGE) model is a type of economic model that can reveal information on the whole economy and detailed industries. CGE modeling appeared in the early 1980s and is now widely used for economic analysis and policy assessment (Meng & Siriwardhana Me, 2017)

Additionally, the production possibility curve can be used to find out how the relationship between output and input. Using the CGE model in the analysis of the trade sector in Indonesia is necessary to provide a comprehensive picture of increasing trade sector productivity.

According to Dixon & Rimmer (2002;2005), the general equilibrium (GE) theory is a formalization of the fact that markets are interrelated. Changes to supply and demand conditions in a market generally have repercussions (linkages) in conditions of equilibrium prices in other markets. Walmsley et al. (2015) explain that the CGE model attempts to apply the GE theory as an

empirically oriented analysis tool to analyze issues related to allocating resources to a market mechanism-based economy.

The Computable General Equilibrium (CGE) economic model itself is a system that contains a set of non-linear equations consisting of n variables and n equations (Dixon & Rimmer (2002; 2016)). The GEMPACK program can solve the system/equation using an inverse matrix. In this program, we use a linearized equation system. According to Dixon et al. (2013; 2014; 2016; and 2018), it can also correct linearization errors so that the solution obtained will be the same as non-linear calculations.

The data processing used the GEMPACK Program to solve problems in the general equilibrium economic model. Furthermore, this study modified the CGE model with INDOF (Oktaviani, 2001) and ORANIGRD (Horridge, 2002). Moreover, it is also combined with AGRIFISCGE (Taufikurohman, 2004) to provide elasticities number and some model parameters. Furthermore, the constructing CGE model is a dynamic CGE model.

The modeling carried out in the research follows the INDOF model procedure (Oktaviani, 2001). This model

is still a comparative static model. Because in this research, forecasting certainly needs to do dynamic recursive modelling (Dixon and Rimmer, 2002). In order to make this model dynamic recursive, adding some special blocks is dynamic. That is in the form of real wage adjustments, labor mobility, and capital accumulation. The addition of the equation was adapted from the ORANIGRD model (Horridge, 2002).

In analyzing several parameters and elasticity's productivity, the model used is taken from the AGRIFISCGE model (Taufikurohman, 2012). In addition to the several parameters of commodity substitution elasticity in the model resulting from the estimation of the econometric model's use, the variables and indicators in the model are updated including those in the trade sector. Moreover, several other elasticity figures have also been updated, especially in supporting productivity analysis.

Thus, the modeling used in this analysis adapts several models to answer the phenomenon of productivity in the use of technology. It is especially for the trade sector (Zahniser et al., 2012).

The argument of using the dynamic model is explicitly shows

changes to each variable at any given time (generally annual). Dynamic models like this are more realistic, but are also more difficult to design and solve. Especially this study want to see the impact of using information technology in trade.

Although in dynamic models require many requirements, such as predictions of changes for each exogenous variable (Wittwer, 2017). The dynamic elements of this type of model can be in the form of partial adjustment processes or in the form of accumulated relations such as capital and investment, foreign debt and trade deficits.

The dynamic CGE model is also a type of dynamic model that can be solved successively (per time period). This type of model assumes that economic behavior is only determined by current and past conditions. If the behavior of economic agents is determined by a condition in the future, the CGE model must be solved for all time periods simultaneously.

This type of model is referred to as a multi-period dynamic CGE model. Among these last types of CGE models, there is a stochastic CGE model that explicitly adopts the assumptions of uncertainty from the future (Wittwer,

1999). Such is the reason why using dynamic models in this study (Wittwer, 2017).

Through this model, the impact of the policy determined from year to year can be known. The dynamic element in the model is shown by capital accumulation and labor growth every year (Rowe, 1987). Giesecke & Madden (2013) reinforce the opinion that CGE model has become a standard input to policy deliberations in a growing number of countries. The analytical method used is a general equilibrium (CGE) economic balance model. This model is used to see the impact of changes in general economic variables on income distribution in a various household, industrial sectors, and several macroeconomic indicators. The CGE model of a national economy is a system of equations that reflects all economic actors' behavior, namely the behavior of consumers and producers and the condition of clearing markets for goods and services in the economy.

The simulation performed for the approach the utilization of technology digitization is the amount of government and private expenditure budget in investing in information technology infrastructure (Rose et al., 2017). Beside it, a computer general equilibrium model

(CGE) with detailed and disaggregated industry, product and factor markets has great potential to quantify the general equilibrium effects (Freebairn, 2017)

The CGE model's closures augment technical change as an exogenous variable for the trade sector as augmented technology. Furthermore, in conducting a simulation on the closures of CGE, the model is the augmenting all factor technical change variable (*a1prim*) for the trade sector as augmented technology. This variable change is an exogenous variable that represents the use of technology. Where the sector is chosen in this simulation is the trade sector (Banerjee, 2015). An adaptation found that their recursive model produced similar price behavior in the energy sector and provided greater flexibility in the modeling framework.

The reason for using exogenous variables in this CGE model is prime as a variable that explains the technological change factor. As for the use of digital technology, it is obtained from changes in the use of technology in the trade sector each year, which is proxied based on the development of government and private budget allocations for information technology sector investment, especially in

encouraging digitalization in the trade sector during the period 2014-2018. The change in figures per year becomes the numbers made for shock simulation. Where the average amount of each year in the range of 17.65%. Proxy of investment magnitude as an allocation of the use of government and private spending in encouraging the use of information technology, especially digital technology (Minifie et al., 2017)

This figure is a number that explains the changes in the use of information technology, especially digital technology. Recursive-dynamic mode produces sequences of annual solutions connected by dynamic relationships such as physical capital accumulation (Adam et al., 2015). Then the number is used as a simulation number. In explaining the change in productivity, the simulation used is the exogenous variable technological change factor contained in the model. So the use of simulation figures becomes a proxy in explaining the improvement of information technology as an increase in digital technology in simulations in this analysis.

In order to explain the changes every year in the estimation period, using the CGE dynamic model. The simulation used is a dynamic CGE

model; even the shock value is obtained from changes every year the amount of government and private expenditure in investing in information technology infrastructure from the period 2014-2018.

Simulation figures used as approaches to technology utilization in the trade sector are obtained from the average budget for infrastructure expenditure per year in the analysis period. The analysis period used is the 2014-2018 period, where the period is assumed to be the budget expenditure period for investment in information technology development. The government and the private sector issue both. It is hoped that this approach can represent the value of using information technology.

As previously explained, the simulation carried out, especially in the simulation process, investment as a proxy approach in calculating the simulation number. The amount of capital allocation represents the use or utilization of technology based on budget or capital because data is available and easily accessed as for the sector being simulated in the utilization of information technology. In this case, digital technology is the trade sector.

It is expected that the simulation results will be able to answer the objectives of this study. However, the simulation figures used a proxy for budget or capital expenditure, to move and improve information technology, especially digital technology. Thus, the simulation results explain, and at the same time, give an overview of the impact of digital technology usage in the trade sector on the economy, especially on the indicators analyzed.

RESULTS AND DISCUSSION

The study used the dynamic CGE modeling analysis to investigate the

impact of digital technology utilization on productivity, employment and economic growth in the next 15 years, namely 2018-2032. This dynamic CGE model provides an explanation that, in addition to predicting short-term and long-term, it also explains the trend of changes every year in the analysis period.

The impact on its productivity

The impact of digital technology utilization in the trade sector on its productivity is shown by the amount of output produced, as presented in Figure 1.

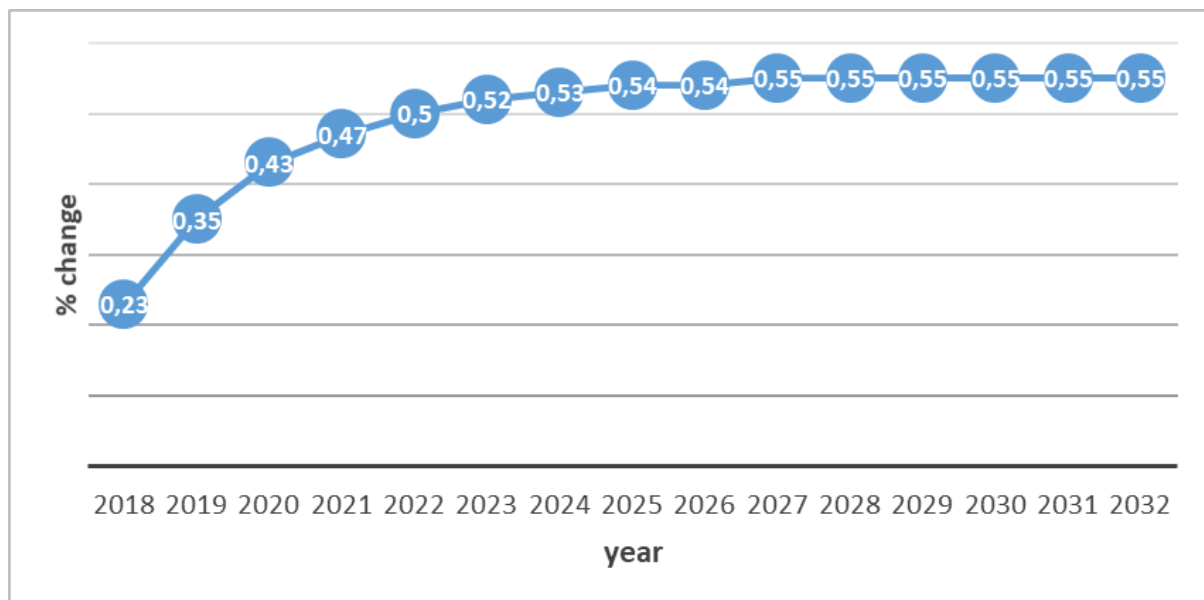


Figure 1. The Impact of Digital Technology Utilization in the Trade Sector on the Output Production

Source: CGE model result (2018), processed

Figure 1. saw that the use of technology such as technology information in the trade sector would encourage output production in the sector. This means that the technology used in trade transactions contributed to increasing productivity in the trade sector itself.

Increased productivity occurs in the short and long-term periods, namely the analysis period for 15 years, namely in 2018-2032. During this period, it was seen that the use of digital technology in the trade sector provided an increase in the number of products produced.

In 2018, as a year of short-term analysis, the impact of using digital technology on the trade sector increased output by 0.23%. It indicates that the amount of production as an indicator of the productivity of the trade sector in 2018 has increased by 0.23% due to the increasing use of information technology.

Figure 1. explain that the use of digital technology in the trade sector will drive the amount of output produced by the trade sector itself, which has an ever-increasing trend. This shows that information technology can provide an impetus for production. Digital technology is used in the trade sector as a production factor that will affect its

output. Moreover, the current use of digital technology in the trade sector is increasing. This is consistent with the results of modeling. That digital technology in the trade sector has a positive impact on output in that sector.

The growing development of online shopping proves this, especially in selling various products. Online shopping is a trade that uses media information technology in the form of digital technology. Thus, the encouragement of digital technology will improve the total production of the trade sector itself.

In the next 15 years, the long-term period, where the condition of increased production in the trade sector increases output. In the long run, in 2032, the amount of output will increase by 0.55%, beginning in 2027.

Based on Figure 1, with the short-term and long-term trends, it is seen that the analysis period 2018-2032 experienced a significant increase. It means that the impact of utilizing the trade sector digitalization technology, such as online trading, can boost trade sector's productivity by having an increasing trend every year.

This implies that digitalization will increase the trade sector's productivity, which is getting better and increasing. It

means that the use of digital technology in the trade sector can raise production.

Thus, the increasing use of digital technology in the trade sector will increase production output from the trade sector, encouraging productivity in the trade sector every year in the analysis period. The impact is that the role of digital technology will further encourage trade productivity in the future. This has implications for

increasing digital technology use in the trade sector through various digital technology stimuli for traders.

The impact on the output prices

In addition to the impact of this digitization on productivity, namely the increase in the amount of output, it also impacts the output price. The impact of using digital technology on the trade sector's output price is explained in Figure 2.

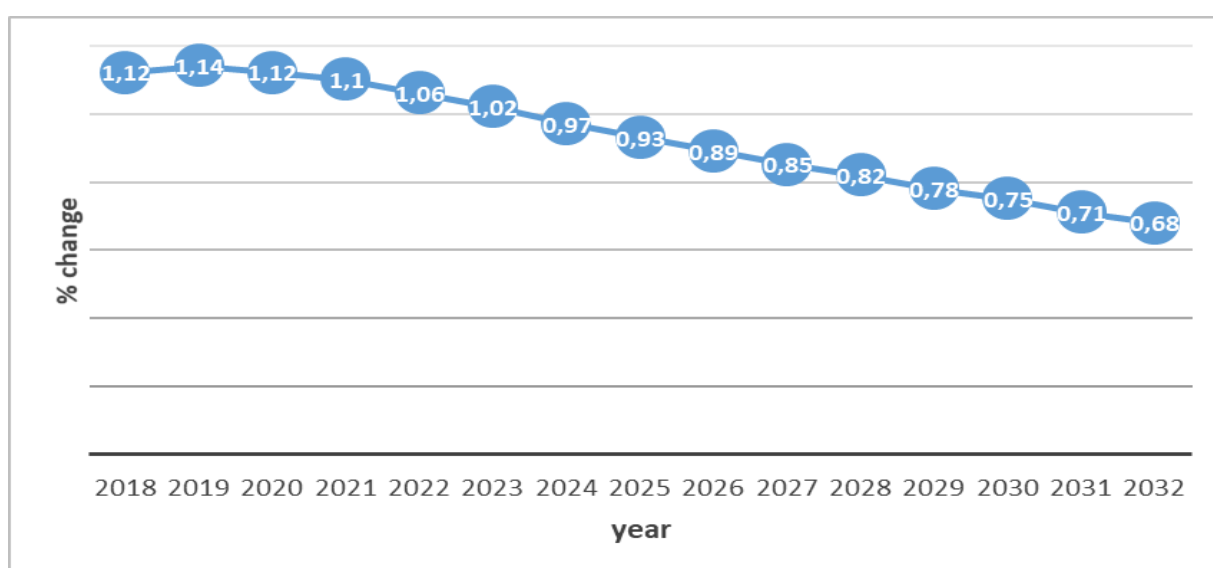


Figure 2. The Impact of Digital Technology Utilization in the Trade Sector on the Price of Gross Output

Source: CGE model result (2018), processed

Figure 2 shows that productivity increases occur in the short and long term periods, namely the analysis period of 15 years, 2018-2032. During this period, it was seen that the use of digital technology in the trade sector provided

an increase in the output price. Increased productivity in the trade sector, where output rises, apparently has an impact on price increases. The price increase is due to the increasing number of requests for goods. This

means that even though this trade sector's production output increases, the demand for goods also increases, and the equilibrium price that occurs is positive. However, the analysis period has a declining trend. During this period, each year has an increase where the percentage changes are increasing.

The impact of rising prices of goods in the trade sector shows that digital technology does not automatically reduce prices in its development. Price decreases occur periodically following changes in market price equilibrium because it is influenced by demand. Market balance adjustments occur periodically following changes in the price balance.

When viewed in 2018, as a year of short-term analysis, the impact of using digital technology on the trade sector increases the price of its output by 1.12%. This means that the price of output produced in the trade sector in 2018 has increased due to the amount of output produced, which increases only minimal.

This finding implies that the increase in output prices is caused by the higher demand for goods but not as high as the number of outputs produced in the same year of only 0.23%. In other

words, the output price for the trade sector increased due to increasing demand with the consumer price index in the same year increasing.

In the next 15 years, in 2032, the long-term period, where the impact of digitizing trade has increased the price of trade output. This means that in 2032 the output price increased by 0.68%, decreasing value compared to 2018. Trade digitalization encourages lower prices due to efficiency in trade transaction costs, such as warehouse costs, transportation costs, labor costs, maintenance costs, and tax costs. The trend has shown that in output prices, which is declining in the period 2018-2032. It means that the use of trade digitalization provides efficiency in transportation costs.

Thus, changes in the trend of output prices that declined during the analysis period indicate an adjustment in market equilibrium changes every year. The mechanism of falling price changes due to the demand for goods is still more than the total output generated in this trade sector. Changes in new equilibrium every year drive the price of equilibrium down due to a decrease in transportation includes the warehousing costs.

The impact on the labor

This analysis can also see the impact using digital technology on the trade sector on its workforce absorption (Figure 3). Based on a short-term analysis, the impact of digital technology

in the trade sector towards the absorption of labor in 2018 has decreased workers in the trade sector by 0.26%. This condition shows that digitalization has led to the disruption of the workforce in the trade sector.

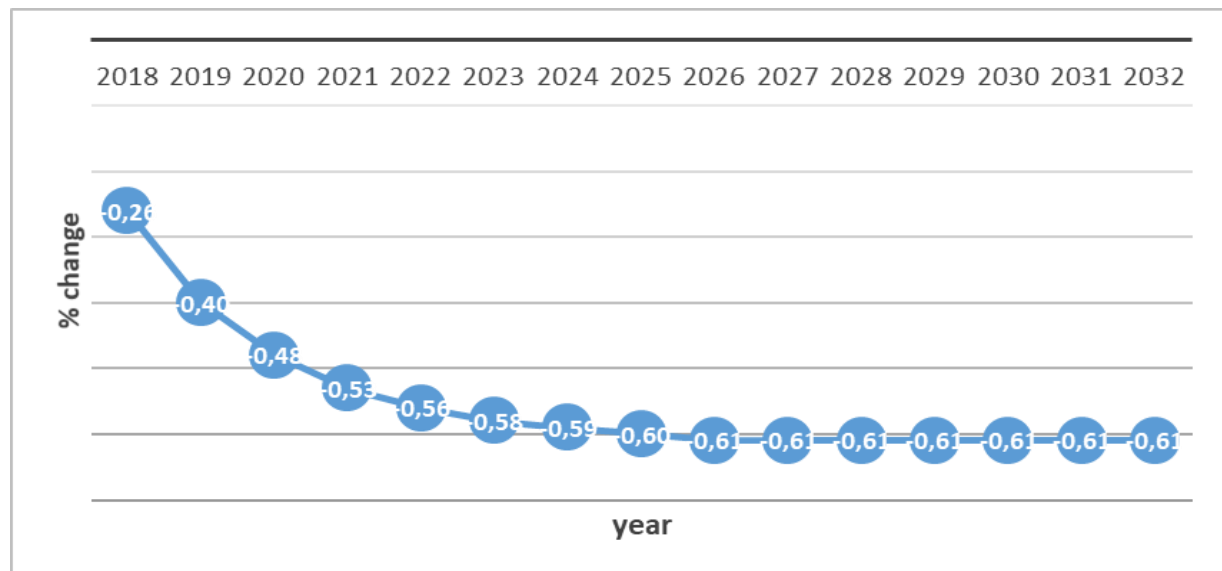


Figure 3. The Impact of -Digital Technology Utilization in the Trade Sector on the Labor Absorption

Source: CGE model result (2018), processed

The decline in the number of workers is caused by many transactions in the online trading system that erode the manual trading system. This change indicates that the disruption of various trading efforts due to online systems is disrupted. In addition to consumers who switch to online systems in transactions, there are also cuts in various transaction costs. As a result, the price of goods

becomes cheaper by using an online system.

Likewise, in the next 15 years, in 2032, namely the long term, where the impact of trade digitization has decreased the amount of labor absorption by 0.6% of the actual. This means that in 2032 the number of workers employed in the trade sector will reduce by 0.6%; the value is much

higher than in 2018. This is because, in addition to lower prices, the efficiency of transactions is a consumer choice.

The impact of digital technology on the number of worker absorption in the 2018-2032 period has experienced a downward trend. There has been a disruption in several types of work in the trade sector (Figures 4 and 5).

Figure 4 describes the decline in the number of workers with type of work as the recipient of wages and salaries, administration, sales, and services of recipients of wages and salaries in cities and villages in 2018-2032. It ranges between 0.14%-0.33%. It means that many workers have to move to other jobs besides that, especially for these types of worker.

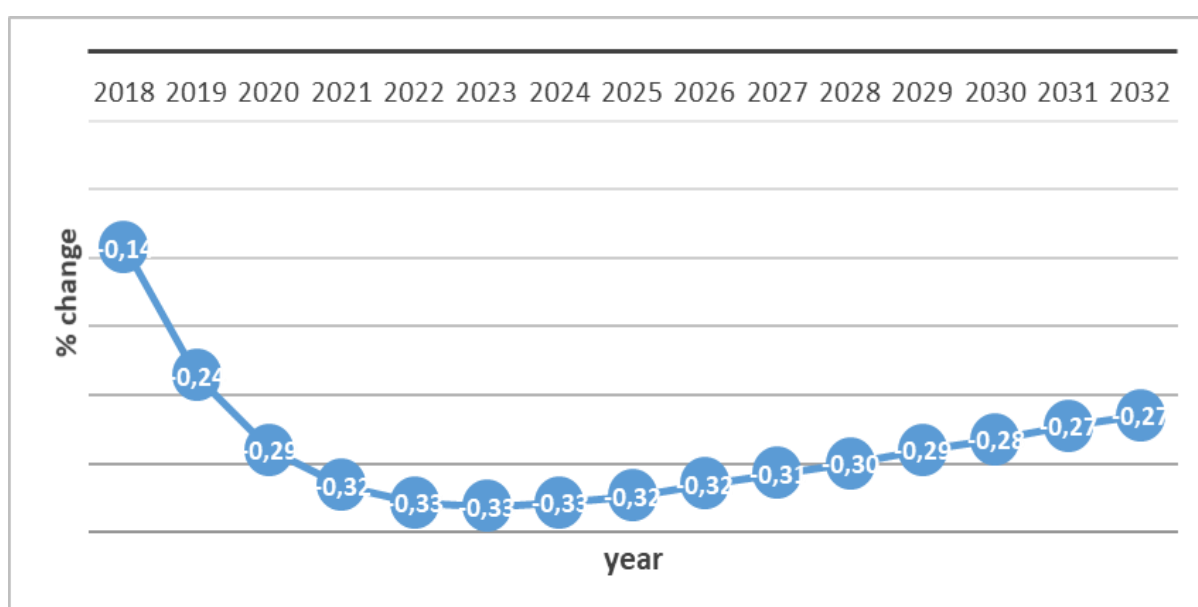


Figure 4. The Impact of Utilization of Digital Technology in the Trade Sector on the Type of Workers Receiving Wages and Salaries as Administration, Sales and Services of Recipients of Wages and Salaries In City-Villages

Source: CGE model result (2018), processed

The finding indicates that digital technology in the trade sector has pushed its move into this type of work. Companies in the trade sector consider this to be more efficient using digital technology. The most significant decline

occurred in the period 2018-2022. Next, post-2022-2032, the trend is increasing.

Figure 5 explains the decreasing number of workers in the type of workers as operators, production, leadership,

and professionals in city-villages in the period 2018-2032 with a range of 1.28%-0.68% where the magnitude of the impact is a decreasing trend. This

means that many workers are not disrupted by other jobs in this type of work, even though they tend to decrease yearly.

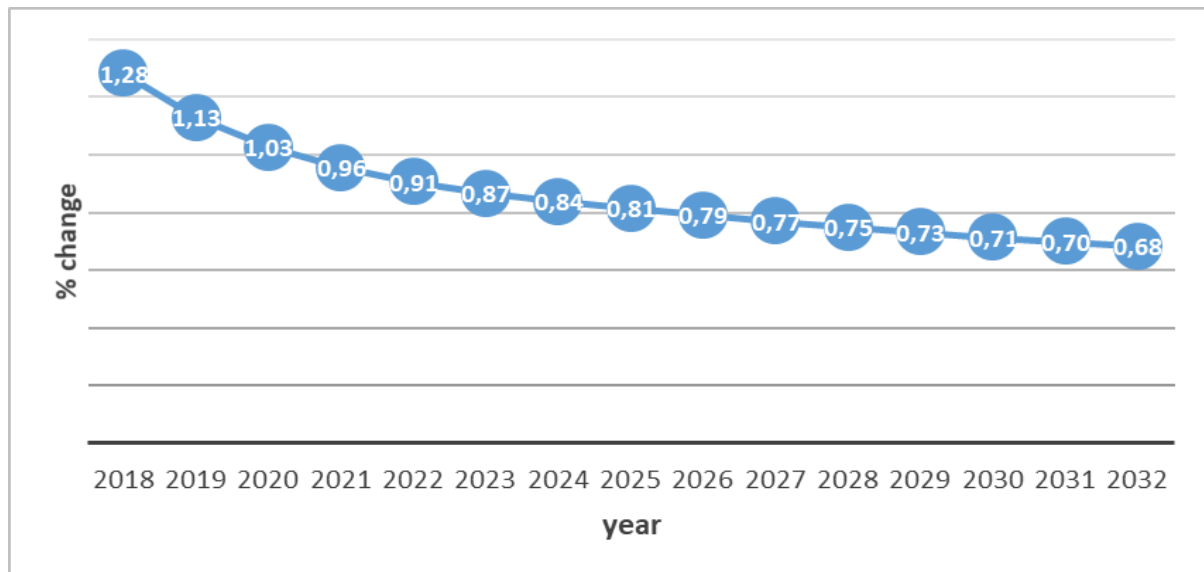


Figure 5. The Impact of Utilization of Digital Technology in the Trade Sector on the Type of Workforce as Operator, Production, Leadership and Professional in the City-Village

Source: CGE model result (2018), processed

Figure 5 shows that digital technology in the trade sector based on these types of workers in the short term does not encourage the transfer of other types of work, but in the long run, there is a decline. This means that in the long run, this type of work is significantly disrupted where the use of information technology will disrupt the workforce as a challenge in the future shifting employment on the type of workforce as the operator, production, leadership, and professionals in the city-village.

The impact on economic growth

The impact of using digital technology in the trade sector on national economic growth can be seen in Figure 6. This economic indicator growth is derived from the real GDP expenditure side. Economic growth in this study shows the process of changing a country's economy to a better state over a period analysis of 15 years, 2018-2032. Figure 6 explains that in the short term in 2018, the impact of digital technology utilization of the trade

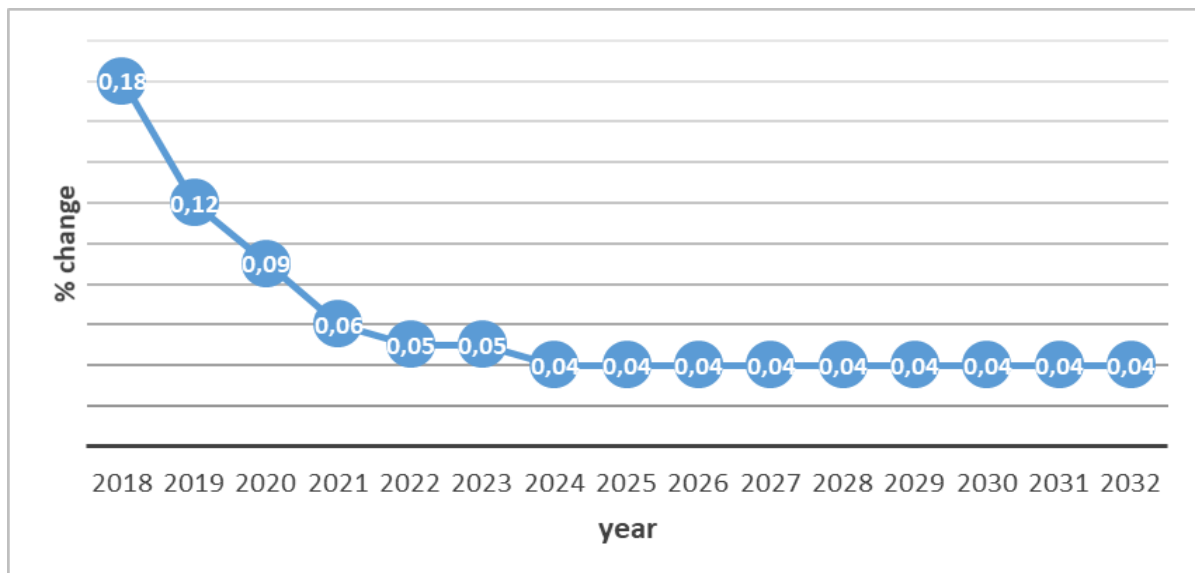


Figure 6. The Impact of Utilization of Digital Technology in the Trade Sector on Real GDP Growth

Source: CGE model result (2018), processed

sector on the increase in real GDP is very small equal to 0.18%. This means that the digital utilization of technology in the trade sector can only contribute to real GDP of around 0.18% and not significant. It means so far; it still has not had a very good impact on economic growth. It is just that it has driven output growth at the sectoral level.

Furthermore, in the long run, namely the period 2018-2032, digital technology in the trade sector decreases, and its contribution to driving real GDP is only 0.04 percent. This means that the national economic growth formed is still minimal. Moreover, in this period, the trend of economic growth was decreasing.

By looking at these conditions, due to the digitalization of technology in the trade sector will be able to encourage national economic growth, the government needs to improve the accuracy and validity of database of competitive products, easy licensing services, optimization of digital technology applications in easier trade governance monitored, and improve information and technology infrastructure in the trade sector.

Thus, information technology, especially digital technology in the trade sector, will encourage trade transactions improvements. This includes domestic and foreign trade. Besides, it will encourage efficiency in transactions as

well as in production. Of course, the better these transactions will encourage improvements in economic growth.

In addition, encouraging improvements in production technology in the trade sector will improve the trade sector's performance. It will also improve other macroeconomic indicators, such as improving the investment climate, household consumption, and government revenue because of the drive for demand and purchasing power of people towards prices that tend to decrease periodically. Therefore, digital technology, which is increasingly massive in its use in the trade sector, will encourage better economic growth.

CONCLUSION AND POLICY RECOMMENDATION

The conclusion drawn from this research is that the use of digital technology in the trade sector encourages its productivity to rise in the short and long term. As a result, the output price has trend decreased in the analysis period. The trend is the efficiency of post-production costs, such as warehousing costs, transportation costs, communication costs, and tax costs.

Also, the increasing use of digital technology will encourage a decrease in employment in the trade sector. This is proof that digital technology will disrupt the number of workers. This means that the drive to reduce employment in the trade sector shows the need for an anticipatory strategy to reduce rising unemployment. Facilitation and stimulus to open new jobs are the main things in responding to these changes.

Furthermore, the impact on the absorption of labor in the trade sector has decreased in the short and long term due to decreased worker type as the recipient of wages and salaries, administration, sales, and services of recipients of wages and salaries in both cities and villages.

Finally, the impact of digital technology in the trade sector increases real GDP, both short and long term, with a declining growth trend. This is because the increasingly massive use of digital technology will encourage businesses in the trade sector. In the end, it creates low-cost transactions and creates a better investment climate in the trade sector. Also, the trade balance has improved in numbers. Additionally, it encourages the people's purchasing

power is increasing due to the downward trend in the price of goods in the long run. Thus, the increasing use of digital technology in the trade sector will encourage people's purchasing power.

Based on these conclusions that the use of information technology, especially government as a regulator, that the digital technology should be encouraged and expanded its reach, providing stimulus in accessing the reach of the technology to rural traders, e-commerce and online shopping, especially products produced by small and medium-sized enterprises (SMEs). In addition, by encouraging the strengthening of digital technology by strengthening technological innovation's power by businesses' needs in the trade sector.

Additionally, we suggest that the government improve the accuracy and validity of the database of competitive trade products and anticipate labor policies regarding occupation types that are disrupted immediately. The need to push licensing services that are increasingly facilitated in accessibility, optimize digital technology applications in trade governance, and fast improvements and utilization of information and technology

infrastructure facilities on the trade sector.

ACKNOWLEDMENT

I would like to thank to the Director of Institute for Development of Economic and Finance (INDEF), Dr. Enny Sri Hartati, who has given us the opportunity to develop this CGE analysis model for using the policies analysis. In addition for Prof. Rina Oktaviani (the deceased) and Dr. Dedi Budiman Hakim who has been tutors to teach many aspects about CGE modelling such as concepting, calculating, modeling, writing and inspiring when completing master's and doctoral's program in Post Graduate School at Bogor Agricultural University.

REFERENCES

- Adams, P., J. Dixon & M. Horridge (2015), The Victoria Regional Model (VURM): Technical Documentation, 1.0. CoPS/IMPACT Working Paper No. G-254, Centre of Policy Studies, Victoria University, Melbourne
- Ahmdeov, I. (2020). The Impact of Digital Economy on International Trade. *European Journal of Business and Management Research* 5(4):1-7.
- Azmeh, S., Foster, C.G., & Echavarri, J. (2019). The International Trade Regime and The Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review* 2(3): 671-692.
- Baldwin, R. (2016) The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge.

- Banerjee, Shweta S. (2015). From Cash to Digital Transfers in India: The Story So Far. CGAP Brief Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), Washington, DC.
- BPS. (2010). *Sistem Neraca Sosial Ekonomi Indonesia 2008*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2015). *Tabel Input-Output Indonesia 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dixon, J., & Nassios, J. (2016). Modelling the Impacts of a Cut to Company Tax in Australia. Centre of Policy Studies Working Paper G-260.
- Dixon, J., & Nassios, J. (2018). The Effectiveness of Investment Stimulus in Australia. Centre of Policy Studies Working Paper G-282.
- Dixon, P.B. & M.T. Rimmer (2005), "Explaining a dynamic CGE simulation with a trade-focused back-of-the-envelope analysis: the effects of eCommerce on Australia", 3 Chapter 10, pp. 223–256 in S. Jayasuriya (ed.), *Trade Theory, Analytical Models and Development: Essays in Honour of Peter Lloyd*, Volume 1, Edward Elgar, U.K.
- Dixon, P.B. & M.T. Rimmer (2016), Johansen's legacy to CGE modelling: originator and guiding light for 50 years. *Journal of Policy Modeling*, vol. 38(3), May-June 2016, pp. 421-35.
- Dixon, P.B., M.T. Rimmer (2002), *Dynamic General Equilibrium Modelling for Forecasting and Policy: a Practical Guide and Documentation of MONASH*, Contributions to Economic Analysis 256, North-Holland Publishing Company, pp. xiv+338.
- Dixon, P.B., M.T. Rimmer & B.W. Roberts (2014). Restricting employment of low-paid immigrants: a general equilibrium assessment of the social welfare implications for legal U.S. wage-earners. *Contemporary Economic Policy*, vol. 32(3), pp. 639-52.
- Dixon, P.B., R.B. Koopman & M.T. Rimmer. (2013). The MONASH style of CGE modeling: a framework for practical policy analysis, Chapter 2, pp. 23-102 in P.B. Dixon and D.W. Jorgenson (editors) *Handbook of Computable General Equilibrium Modeling*, Elsevier.
- Freebairn, J. (2017). Opportunities and Challenges for CGE models in Analysing Taxation. *Economic Papers* 37 (1), pp. 17 – 29.
- Ghandi, S., Thota, B., Kuchembuck, R., & Shwart, J. (2018). Demystifying Data Monetization. MIT Sloan Management Reviews, 1-9 (online November 27, 2018)
- Giesecke, J. A., & Madden, J. R. (2013). Regional Computable General Equilibrium Modelling. In P. B. Dixon, & D. W. Jorgenson, *Handbook of Computable General Equilibrium Modelling* (pp. Vol 1A pp 379-470). Elsevier.
- Goldfarb, A., and Tucker, C. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature* 2019, 57(1): 3-43.
- Gryseel, M, Kaushik, D, Priyanka, S, & Khoon, TT. (2016). *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*. Indonesia: McKinsey&Company.
- Henry, G.S. (2018). Digital or Trade? The Contrasting Approaches of China and US to Digital Trade. *Journal of International Economic Law* (21): 297-321.
- Horridge, M. (2002). ORANIGRD: a Recursive Dynamic version of ORANIG.
- Indonesian Internet Service Provider Association (APJII)., (2018). *Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Survey Report, 2018.
- Meng, S & M. Siriwardana. (2017). *Assesing the Economic Impact of Tourism: A Computable General Equilibrium Modelling Approach*.

- Palgrave Macmillan. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Minifie, J., Chisholm, C., & Percival, L. (2017). Stagnation nation? Australian investment in a low growth world. Grattan Institute Report 2017-02.
- Oktaviani, R. (2001). Implication of APEC Trade Liberalization and Other Changes for Indonesia Economy, Quarterly Review of the Indonesian Economy. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Politik*, 4(1): 2-43.
- Osorio, BB., Sumitra, D., & Bruno, L. (2014). The Global Information Technology Report 2014: Rewards and Risk of Big Data. Switzerland: World Economic Forum.
- Parlindungan, M. (2015). *The Internet User Profile 2014*. Jakarta: Asosiasi Jasa Penyedia Internet Indonesia.
- Ritter, T & Pederson, C.L. (2020). Digitization Capability And The Digitalization Of Business Models In Business-To-Business Firms: Past, Present, And Future. *Industrial Marketing Management* 86(2020): 180-190.
- Romer, D. (2011). *Advanced Macroeconomics*. Fourth Edition. Singapore: McGraw-Hill College Publishing.
- Rose, A., F. Prager, Z. Chen & S. Chatterjee (2017), *Economic consequence analysis tool (E-CAT)*, Springer, Tokyo.
- Ross, J. (2017). Don't Confuse Digital with Digitization. MIT Slowan Management Review (Online September 27, 2017).
- Rowe, N. (1987). An Extreme Keynesian Macro-economic Model with Formal Micro-foundations. *Canadian Journal of Economics*, 20(2): 306–20.
- Syam, N., & Sharma, A. (2018). Waiting for a Sales Renaissance in the Fourth Industrial Revolution: Machine Learning and Artificial Intelligence in Sales Research and Practice. *Industrial Marketing Management* 69(1): 135-146.
- Taufikurohman, M.R. (2004). Dampak Peningkatan Produktivitas Pangan terhadap Kinerja Sektor dan Ekonomi Makro Indonesia: Analisis Ekonomi Keseimbangan Umum. Tesis. Bogor: Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Taufikurohman, M.R. (2012). Dampak Kebijakan Fiskal pada Sektor Pertanian terhadap Ekonomi, Tenaga Kerja, Distribusi Pendapatan dan Kemiskinan. Disertasi. Bogor: Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Walmsley, T., C. Lakatos & P. Minor (2015). Capital and labor substitution in Computable General Equilibrium Models. Working Paper 003, ImpactECON.
- Wittwer, G. (1999). WAYANG: A General Equilibrium Model Adapted for the Indonesian Economy. Edition prepared for ACIAR Project no 9449. CIES University of Adelaide (in association with RSPAS, ANU, CASER, Bogor, and CSIS, Jakarta).
- Wittwer, G. (2017), *Multi-regional dynamic general equilibrium modelling of the U.S. economy: USAGE-TEM development and applications*, Springer, Switzerland, pp. xiv+236.
- Yadiati, W & Meiryani. (2019). The Role of Information Technology In Ecommerce. *International Journal of Scientific & Technology Research* 8(01): 173-176.
- Zahniser, S. T. Hertz, P.B. Dixon & M.T. Rimmer. (2012). Immigration Policy and its Possible Effects on U.S. Agriculture and the Market for Hired Farm Labor: a simulation analysis. *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 94(2), January, pp. 477-82.

DIVERSIFIKASI EKSPOR NON MIGAS INDONESIA KE PASAR NON TRADISIONAL

Diversification of Indonesia's Non-Oil Gas Export to Non-Traditional Markets

Hotsawadi¹, Widyastutik²

¹Program Studi Ilmu Ekonomi, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor

²Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

Jl. Kamper, Kampus IPB Darmaga, Bogor, 16680, Jawa Barat, Indonesia

Email: hotsawadi@gmail.com

Naskah diterima: 15/04/2020; Naskah direvisi: 29/09/2020; Disetujui diterbitkan: 16/11/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diversifikasi ekspor non migas Indonesia ke pasar non tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dengan pendekatan pengelompokan (*clustering*), *Structural Match Index* dan *Demand Index*, serta regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara yang diidentifikasi sebagai negara non tradisional potensial adalah Brazil, Pantai Gading, Mesir, Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, dan Uruguay. Hasil regresi data panel menunjukkan bahwa *Random Effect Model* merupakan model yang terbaik untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional. Hasil regresi menunjukkan bahwa GDP riil negara tujuan, populasi negara tujuan, nilai tukar riil, FDI dan kualitas pelabuhan Indonesia berpengaruh signifikan secara statistik terhadap ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional potensial tersebut. Beberapa rekomendasi kebijakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan ekspor non migas ke negara tujuan non tradisional diantaranya perlu dilakukan intelegen pasar mengenai kebutuhan dan selera dari masing-masing negara non tradisional atas produk Indonesia, peningkatan kualitas pelabuhan Indonesia dan kebijakan tambahan yang memberikan insentif untuk menarik *Foreign Direct Investment* ke Indonesia.

Kata Kunci: Diversifikasi Ekspor, *Demand Index*, *Non traditional*, *Random Effect Model*, *Structural Match Index*

Abstract

This study aims to analyze the diversification of Indonesia's non-oil and gas exports to non-traditional markets. The research method used is descriptive statistical analysis with a clustering approach, Structural Match Index and demand index, and panel data regression. The results showed that countries identified as potential non-traditional countries were Brazil, Ivory Coast, Egypt, Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, and Uruguay. The panel data regression results show that the random effect model is the best model to explain the factors that influence Indonesia's non-oil exports to non-traditional countries. The results show that the real GDP of the destination country, the population of the destination country, the real exchange rate, FDI and the quality of Indonesia's ports have a statistically significant effect on Indonesia's non-oil exports to these potential non-traditional countries. Then, in this study there are several policy recommendations that need to be done to increase non-oil and gas exports to non-traditional destination countries including market intelligence regarding the needs and tastes of each non-traditional country for Indonesian products, improving the quality of Indonesian ports and additional policies that provide incentives to attract Foreign Direct Investment to Indonesia.

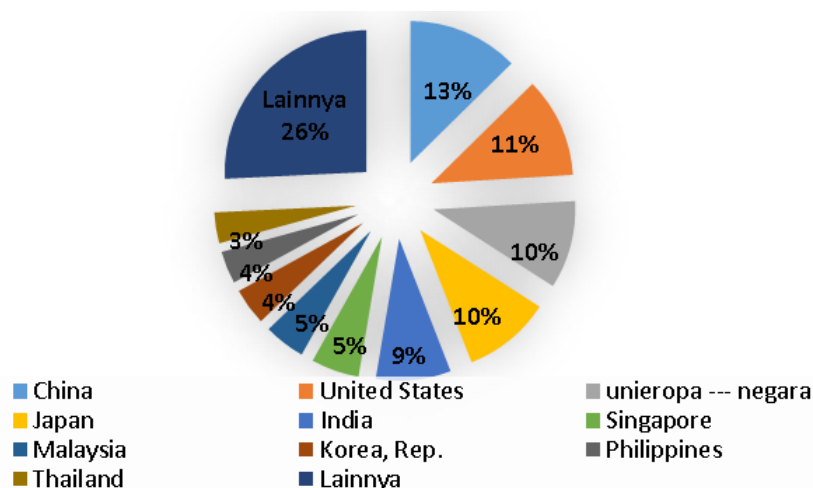
Keywords: *Export Diversification, Demand Index, Non-traditional, Random Effect Model, Structural Match Index*

JEL Classifications: F13, F15, F18

PENDAHULUAN

Sektor non migas merupakan sektor potensial bagi perdagangan Indonesia. Hal ini disebabkan hingga saat ini struktur ekspor Indonesia masih didominasi sektor non migas. Data Kemendag (2019) menunjukkan bahwa 88% komponen ekspor Indonesia

ditopang oleh sektor non migas. selain itu, data dari WITS (2019) juga menunjukkan bahwa dari tahun 2016 hingga 2018 kontribusi nilai ekspor non migas terhadap total ekspor Indonesia menunjukkan kondisi yang cenderung stagnan pada nilai *share* rata-rata sebesar 90% terhadap total ekspor.



Gambar 1. Persentase *Share* Ekspor Non Migas Indonesia ke 10 Besar Negara Sasaran Ekspor dan Lainnya, 2014-2018

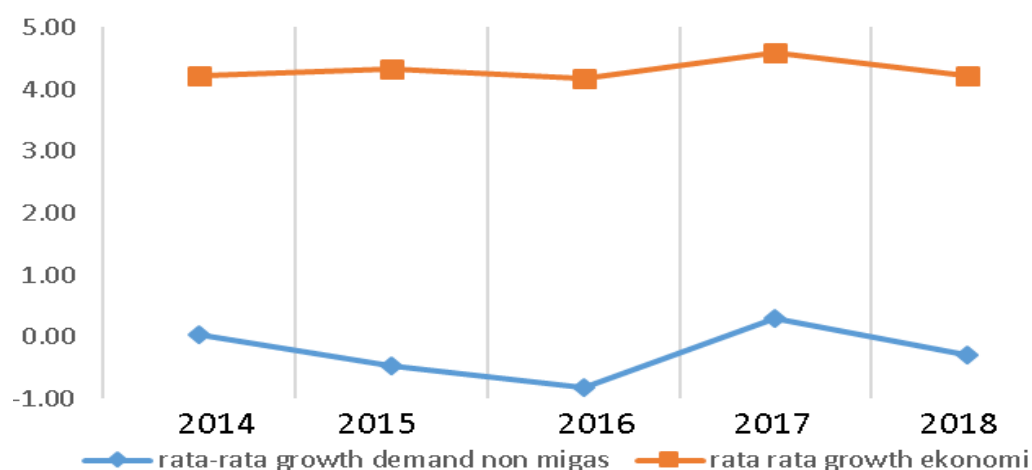
Sumber: WITS (2019), diolah

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai ekspor Indonesia adalah permintaan impor dari negara mitra dagang. Menurut Salvatore (1997), Asramantika & Oktaviani (2009) perdagangan internasional akan terjadi ketika adanya disparitas harga antar kedua negara, serta kelebihan

penawaran di negara tersebut akan menjadi komponen ekspor sedangkan kelebihan permintaan di negara lain akan menjadi komponen impor. Oleh sebab itu, kondisi ini mengindikasikan bahwa besaran nilai ekspor dari negara eksportir akan sama dengan besaran nilai impor dari negara importir.

Gambar 1. menunjukkan bahwa negara yang termasuk ke dalam 10 besar sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia dari tahun 2014 hingga 2018 adalah China, India, Philipina, Amerika Serikat, Singapura, Thailand, Uni Eropa, Malaysia, Jepang, dan Korea Selatan. Posisi pertama dan kedua sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia adalah China dan Amerika Serikat dengan persentase *share* ekspor masing-masing sebesar 13% dan 11%. Kemudian posisi ketiga sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia ialah Uni Eropa dan Jepang

dengan *share* masing masing sebesar 10%. Namun total persentase *share* ekspor non migas Indonesia ke 10 negara tersebut selama periode 2014 hingga 2018 hanya sebesar 74% dari total seluruh ekspor non migas Indonesia ke dunia. Hal ini menunjukkan bahwa sasaran pasar ekspor non migas Indonesia masih terfokus atau dominan ke negara-negara tertentu. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa adanya ketergantungan pasar ekspor non migas Indonesia terhadap negara-negara tersebut.



Gambar 2. Rata-rata *Growth* Ekonomi dan *Demand* Impor Non Migas 10 Besar Negara Sasaran Ekspor Indonesia, 2014-2018 (%)

Sumber: WITS (2019) dan WDI (2019), diolah

Sisi permintaan negara importir ditentukan oleh kondisi pertumbuhan ekonomi, produk pesaing, serta kebijakan terkait di negara importir (Lubis, 2010). Kondisi rata-rata

growth ekonomi dan *demand* impor negara yang termasuk 10 besar sasaran ekspor non migas Indonesia bersifat fluktuatif. Gambar 2. menunjukkan bahwa kondisi rata-rata

pertumbuhan *demand* impor negara mitra dagang lebih rendah dari pada rata-rata pertumbuhan ekonominya. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan negara tujuan ekspor tersebut mengalami perlambatan terhadap permintaan impor meskipun secara ukuran pertumbuhan ekonomi tetap mengalami kenaikan. Hal ini akan berdampak pada menurunnya kinerja perdagangan sektor non migas Indonesia. Sebab secara teoritis nilai ekspor suatu barang dan komoditas dari negara eksportir dipengaruhi oleh *demand* impor (permintaan impor) dari negara importir (Arifin & Mawardi, 2017).

Perlambatan *demand* impor negara tujuan yang cenderung menurun menunjukkan indikasi adanya permasalahan, baik eksternal maupun internal. Beberapa permasalahan eksternal dan internal yang dihadapi negara mitra dagang diantaranya adalah masalah perang dagang (*Trade War*), geopolitik, bahkan persoalan yang menuju terhadap strategi menghambat perdagangan internasional. Sebagai contoh, perang dagang yang terjadi antara China dan Amerika Serikat memberikan dampak secara langsung (*direct impact*) dan tidak langsung (*indirect impact*)

terhadap perekonomian dunia dan negara lainnya seperti pengalihan perdagangan, pengalihan investasi dan keterkaitan kebelakang (Damayanti et al, 2018).

Permasalahan eksternal dan internal yang terjadi di negara mitra dagang berpengaruh negatif terhadap kinerja perdagangan Indonesia. Ketidakpastian finansial, guncangan perekonomian dunia, atau masalah eksternal maupun internal di negara-negara mitra dagang akan memengaruhi kinerja neraca perdagangan (Oktaviani & Novianti, 2008). Sebagai contoh, melemahnya lokomotif utama yang memengaruhi ekonomi global seperti China, Amerika Serikat, dan Uni Eropa menyebabkan penurunan pada kinerja ekspor Indonesia. Selain itu, krisis global yang terjadi juga cenderung menurunkan ekspor, output dunia, serta menekan ke bawah tingkat inflasi dan suku bunga (Sugema, 2012). Oleh sebab itu, untuk mendorong dan meningkatkan kinerja perdagangan, Indonesia harus melakukan dan menetapkan strategi baru dalam perdagangan. Strategi diversifikasi pasar merupakan pilihan strategi yang mendasar terlebih bagi negara-negara berkembang termasuk Indonesia. selain itu, diversifikasi pasar

ekspor juga merupakan salah satu terobosan yang diekspektasikan meminimalisir dampak krisis global yang memengaruhi perekonomian negara mitra dagang (Oktaviani, Novianti & Widyastutik, 2016). Kemudian, menurut Haryotejo (2013) diversifikasi sasaran atau negara tujuan ekspor merupakan salah satu cara atau alternatif yang dapat dilakukan agar kinerja ekspor Indonesia tetap sustainable.

Diversifikasi pasar merupakan strategi menambah sebaran pasar sebagai salah satu strategi jangka panjang dalam meningkatkan ekspor Indonesia (Hadiyanto, 2015). Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti diversifikasi pasar ekspor Indonesia dengan melakukan klasterisasi pasar non tradisional diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sabarudin (2013) dan ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (2019). Menurut Sabarudin (2013), negara non tradisional merupakan negara dan entitas ekonomi yang tidak konsisten masuk dalam 15 besar tujuan ekspor Indonesia selama 40 tahun atau lebih. Pada penelitian ini akan mengadopsi definisi negara non tradisional oleh penelitian ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (2019), dimana negara non tradisional

merupakan definisi bagi negara-negara yang tidak konsisten masuk dalam 15 besar sasaran ekspor Indonesia selama 30 hingga 40 tahun.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan menganalisis tentang diversifikasi ekspor non migas Indonesia ke pasar non tradisional. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Negara-negara mana yang termasuk pasar non tradisional?
2. Bagaimana posisi ekspor non migas Indonesia di negara-negara non tradisional?
3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara-negara non tradisional?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif tren *ranking* dengan pendekatan klasterisasi atau pengelompokan untuk memperoleh definisi dan negara-negara yang tergolong sebagai pasar non tradisional. Kemudian, metode analisis *Demand Index* dan *Structural (Exports) Match Index* (SMI) digunakan untuk menganalisis posisi ekspor non migas Indonesia di pasar non tradisional, serta metode analisis regresi data

panel yang digunakan untuk menganalisis faktor penentu ekspor non migas Indonesia. Terdapat tiga alternatif model data panel yaitu *Common Effect Model* (CEM) atau *Pooled Least Square* (PLS), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM) (Firdaus M, 2018). pada pendekatan ini model yang terbaik digunakan untuk menganalisis faktor penentu ekspor non migas Indonesia adalah *random effect model*. Hasil ini didasarkan dari uji penentuan model data panel diantara uji Chow, Uji Hausman, dan Uji LM. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam studi ini sebagai berikut:

1. Menggolongkan negara yang termasuk ke dalam klasifikasi tradisional dan non tradisional dengan merujuk kepada metode klasterisasi atau pengelompokan studi dari Sabarudin (2013) dan ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (BI) (2019).
2. Setelah memperoleh definisi dan negara-negara yang termasuk klasifikasi pasar non tradisional, dilanjutkan ke tahap analisis posisi ekspor non migas Indonesia di pasar tersebut dengan menggunakan pendekatan metode analisis *Structural* (Exports) *Match Index*

(SMI) dan *demand index*. Kedua hasil metode tersebut akan dicross atau ditarik garis melintang dimana sumbu X merupakan nilai perhitungan SMI (identifikasi kecocokan antara ekspor-impor) sedangkan nilai Y merupakan hasil perhitungan *demand index* (identifikasi potensi permintaan). Metode analisis ini merujuk pada studi Stankovsky dan Wolfmayr (2004).

3. Negara atau pasar yang diidentifikasi sebagai potensial sasaran ekspor non migas Indonesia dari analisis sebelumnya yaitu *demand index* dan SMI, kemudian dilanjutkan ke tahap analisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke pasar tersebut menggunakan metode analisis data panel.

Proses pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi atau software Microsoft Excel 2010 dan Stata SE 11.

Metode Kuantitatif

Dalam penelitian ini metode analisis kuantitatif yang dilakukan adalah metode kuantitatif analisis statistik tren *ranking* dengan pendekatan *clustering* melalui program bantuan Microsoft Excel 2010. Metode

ini bertujuan untuk memperoleh atau mendapatkan definisi dari negara non tradisional serta klasifikasi negara yang termasuk pada pasar tersebut. Model analisis yang digunakan ini mengacu pada penelitian yang ditulis oleh Sabaruddin (2013), Bank Indonesia dan ITAPS FEM IPB (2019). Metode kuantitatif analisis deskriptif yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Pengolahan data perdagangan non migas antara Indonesia dengan negara mitra dagang berdasarkan penggunaan data *World Integrated Trade Solution* (WITS) klasifikasi SITC *Revision* 1 yang terdiri dari 250 negara dari tahun 1967 hingga 2018.
2. Kemudian dilanjutkan dengan memfilterisasi negara-negara yang termasuk kedalam anggota *World Trade Organization* (WTO) dan anggota Uni Eropa sehingga dari 250 negara menjadi 125 negara dan 1 region.
3. Selanjutnya, dipilih negara yang selama 30 sampai 40 tahun berturut-turut selalu masuk 15 besar sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia atau diidentifikasi sebagai negara tradisional. Serta negara diluar kategori tersebut atau tidak

konsisten masuk 15 besar sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia diidentifikasi ke dalam klasifikasi negara non tradisional.

Demand Index

Pendekatan *demand index* digunakan untuk melihat potensi pasar atau permintaan impor negara non tradisional terhadap ekspor Indonesia. Metode analisis *demand index* yang digunakan merujuk terhadap metode analisis *demand index* yang dikembangkan oleh Stankovsky & Wolfmayr (2004). Pada analisis *demand index* yang merujuk kepada model yang dikembangkan oleh Stankovsky & Wolfmayr (2004) terdapat tujuh indikator yang digunakan untuk menganalisis potensi permintaan impor negara non tradisional diantaranya GDP riil 2018, rata-rata pertumbuhan GDP riil 2014-2018, GDP per kapita riil negara *partner* 2018, rata-rata pertumbuhan GDP per kapita riil negara *partner* 2014-2018, impor negara *partner* 2018, rata-rata pertumbuhan impor negara *partner* 2014-2018, dan populasi negara *partner*. Akan tetapi, untuk memperoleh satuan yang sama ketujuh indikator tersebut distandarisasi terlebih dahulu dengan menggunakan metode standar deviasi yang terdapat pada *software*

Microsoft excel. Berdasarkan hal tersebut, secara garis besar adapun rumus dari pendekatan analisis *demand index* sebagai berikut (Stankovsky & Wolfmayr (2004)).

$$DI_{ij} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (K_{ji} - K_{jk})^2}$$

Adapun keterangan dari pendekatan model tersebut sebagai berikut.

D_{ij} = Demand Index Indonesia kepada negara *Partner*

K_{ji} = Indikator Makro Negara *Partner*

K_{jk} = Indikator Makro Negara Benchmark

J = Indikator Makroekonomi

Perhitungan analisis *demand index* memasukkan indikator makro negara *Benchmark* di dalam persamaan. Negara *Benchmark* merupakan negara yang indikator makronya menjadi *base* atau patokan di dalam perhitungan *demand index*. Berdasarkan studi dari Stankovsky & Wolfmayr (2004), penentuan indikator makro negara *Benchmark* didasari dari nilai minimum setiap variabel makroekonomi yang digunakan pada metode analisis tersebut. Apabila nilai *demand index* semakin tinggi dari nilai rata-rata *demand index* seluruh negara

yang diteliti, maka posisi permintaan impor negara tujuan juga semakin tinggi, begitupun sebaliknya.

Structural (Exports) Match Index (SMI)

Structural (Exports) Match Index (SMI) merupakan metode yang digunakan untuk menunjukkan hubungan antara jarak vektor impor suatu negara (m_{ij}) dengan vektor ekspor suatu negara (x_{ji}) dalam perdagangan. Metode analisis *Structural (Exports) Match Index (SMI)* merupakan indeks yang dikembangkan oleh Stankovsky dan Wolfmayr (2004). Pendekatan SMI akan menunjukkan sebenarnya struktur *matched* atau kecocokan perdagangan antara dua negara. Perhitungan atau metode *SMI* akan menunjukkan kondisi atau pasar ekspor yang berpotensi terhadap perdagangan antar negara. Rumus persamaan dari *Structural (Exports) Match Index (SMI)* sebagai berikut (Stankovsky dan Wolfmayr, 2004).

$$C_{jk} = \arccos \frac{\sum_{j=1}^n x_{ji} m_{jk}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n x_{ji}^2} \sqrt{\sum_{j=1}^n m_{jk}^2}}$$

Adapun keterangan dari pendekatan model tersebut sebagai berikut.

J : Komoditas

i : Indonesia

n : Total komoditas
 x : Ekspor
 m : Impor
 k : Negara Mitra

Pada persamaan dan metode ini, *Structural (Exports) Match Index* ini akan menjadi justifikasi bagi identifikasi mitra dagang (ekspor) non tradisional yang potensial bagi Indonesia. Apabila nilai *Struktural Match Index* semakin rendah dari nilai rata-rata dari seluruh nilai SMI negara yang diteliti, maka kondisi tersebut menunjukkan tingkat kecocokan yang tinggi antara ekspor non migas Indonesia terhadap impor non migas negara non tradisional.

Analisis Regresi Data Panel

Dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional yang diidentifikasi sebagai potensial sasaran ekspor menggunakan pendekatan analisis regresi panel data. Model estimasi yang digunakan merujuk terhadap model analisis yang dilakukan oleh Mardiah (2019), Namun untuk memperoleh model analisis yang terbaik dilakukan modifikasi atau penyesuaian terhadap variabel-variabel dari model tersebut. Variabel-variabel yang diestimasi diantaranya GDP riil negara mitra, populasi negara mitra, nilai tukar riil (Rp/LCU), jarak ekonomi

antara Indonesia dengan negara mitra dagang, kualitas pelabuhan Indonesia, serta *Foreign Direct Investment* (FDI) Indonesia. Adapun spesifikasi model yang akan digunakan pada penelitian ini dimodelkan sebagai berikut:

$$\ln NENM_{ikt} = \alpha + \beta_1 \ln(GDP_{kt}) + \beta_2 \ln(EX_{ikt}) + \beta_3 \ln(Pop_{kt}) + \beta_4 \ln(ED_{ikt}) + \beta_5 \ln(QPI_{it}) + \beta_6 \ln(FDI_{it}) + \varepsilon_{ikt}$$

Adapun keterangan model tersebut sebagai berikut.

$\ln NENM_{ikt}$: Total nilai ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional potensial sasaran ekspor pada tahun 2014-2018 (USD)

$\ln GDP_{kt}$: GDP riil negara non tradisional potensial sasaran ekspor pada tahun 2014-2018 (USD)

$\ln EX_{ikt}$: Nilai tukar riil mata uang Indonesia terhadap negara non tradisional potensial sasaran ekspor pada tahun 2014-2018 (Rp/LCU)

$\ln Pop_{kt}$: Populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor pada tahun 2014-2018 (Jiwa)

$\ln ED_{ikt}$: Jarak ekonomi antar Indonesia dengan negara non tradisional potensial sasaran ekspor pada tahun 2014-2018 (km)
 $\ln QPI_{it}$: Kualitas pelabuhan Indonesia pada tahun 2014-2018 (indeks)
 $\ln FDI_{it}$: *Foreign Direct Investment* (FDI) Indonesia pada tahun 2014-2018 (USD)
 I : Indonesia
 k : Negara non tradisional potensial sasaran ekspor
 t : periode waktu Penelitian 2014-2018
 $_{ikt}$: error term
 α : *intercept*
 β_n : *slope* ($n = 1, 2, \dots$)

Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ekspor non migas Indonesia dan Impor non migas negara non tradisional dengan pendekatan SITC *Revision 1*, GDP riil, GDP perkapita riil, populasi, jarak ekonomi, nilai tukar riil, kualitas pelabuhan dan FDI Indonesia dari tahun 2014-2018. Data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga terkait lainnya

seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI), *World Integrated Trade Solution* (WITS), *World Development Indicator* (WDI), UNCTAD, dan jurnal-jurnal penelitian serta literatur-literatur yang terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Negara Tradisional dan Non Tradisional

Dalam penelitian ini, definisi negara tradisional dan non tradisional merujuk kepada hasil penelitian yang dilakukan oleh ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (2019). Negara tradisional merupakan negara yang konsisten masuk 15 besar secara berturut-turut selama 30 hingga 40 tahun sebagai sasaran ekspor Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa negara yang didefinisikan sebagai negara tradisional dalam penelitian ini terdiri dari 14 negara meliputi (1) Australia, (2) Hong Kong, (3) India, (4) Jepang, (5) Korea Selatan, (6) Philipina, (7) Singapura, (8) Thailand, (9) Uni Eropa, (10) Amerika Serikat, (11) United Kingdom, (12) Malaysia, (13) Arab Saudi, dan (14) China. Kemudian, negara-negara yang Tidak konsisten 15 besar sebagai sasaran ekspor Indonesia dalam kurun waktu 30 hingga 40 tahun merupakan

definisi dari negara non tradisional. Pada penelitian ini terdapat 111 negara yang didefinisikan sebagai negara non tradisional diantaranya Canada, Myanmar, New Zealand, Norway, Mexico, Pakistan, Switzerland, Egypt, Arab Rep., Jordan, Yugoslavia, Chad, Brunei, Antigua and Barbuda, Ecuador, Sierra Leone, Bahrain, Central African

Republic, Niger, Congo, Rep., Cote d'Ivoire, Guinea, Guyana, Nicaragua, Paraguay, Cuba, Gabon, Brazil, Kuwait, Suriname, Turkey, Kenya, Argentina, Mali, Benin, Togo, Albania, Malawi, Zimbabwe, Burkina Faso, Israel, Russian Federation, Barbados, dan lain-lain (Tabel 1).

Tabel 1. Negara-negara Non Tradisional

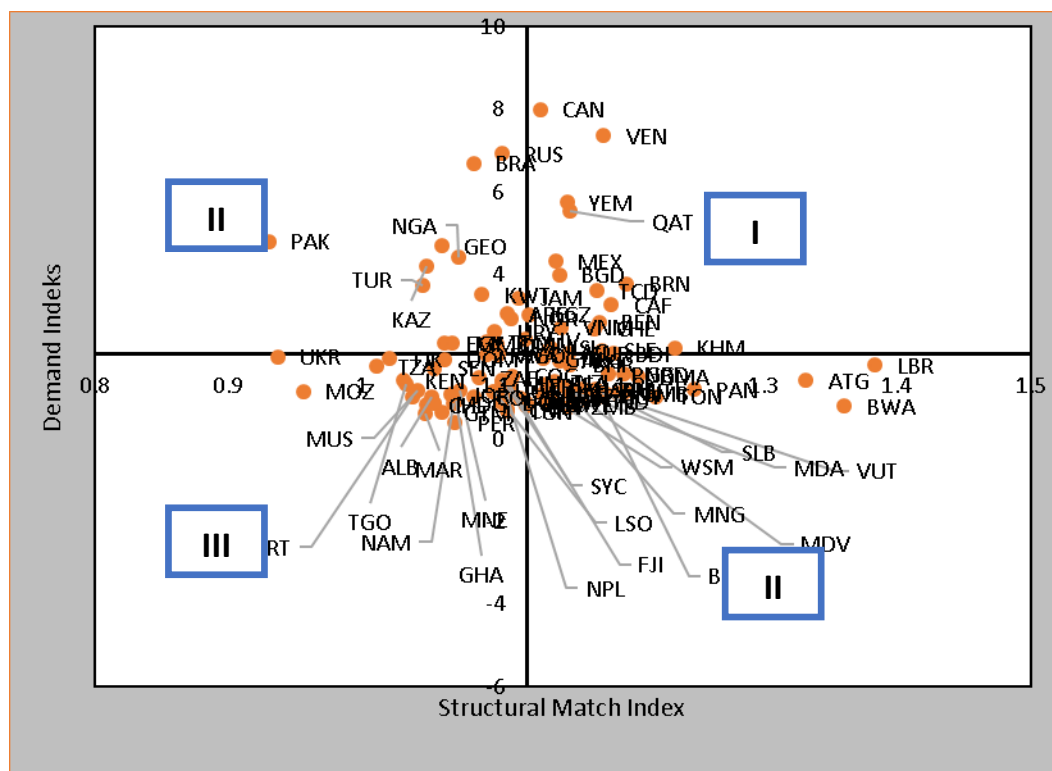
Negara-negara Non Tradisional			
Canada	Morocco	Mozambique	Ecuador
Myanmar	Sri Lanka	Vietnam	Sierra Leone
New Zealand	Venezuela	Cambodia	Bahrain
Norway	Panama	Guatemala	Central African Republic
Mexico	Oman	Liberia	Qatar
Pakistan	Bangladesh	Zambia	United Arab Emirates
Switzerland	Nigeria	Mauritania	Honduras
Egypt, Arab Rep.	Tanzania	Uruguay	Niger
Jordan	Yemen	Bolivia	Congo, Rep.
Brazil	Chile	Cameroon	Cote d'Ivoire
Kuwait	Afghanistan	Ghana	Guinea
Suriname	Tunisia	Trinidad and Tobago	Guyana
Turkey	Colombia	Uganda	Nicaragua
Kenya	Senegal	Angola	Paraguay
Argentina	South Africa	Moldova	Cuba
Mali	Lao PDR	Mongolia	Gabon
Benin	Papua New Guinea	Nepal	Barbados
Togo	Peru	Rwanda	Belize
Albania	Madagascar	Samoa	Burundi
Malawi	Dominica	Seychelles	Costa Rica
Zimbabwe	Dominican Republic	Tonga	Djibouti
Burkina Faso	El Salvador	Ukraine	Kazakhstan
Israel	Fiji	Vanuatu	Kyrgyz Republic
Russian Federation	Gambia, The	Solomon Islands	Maldives
Yugoslavia	Georgia	Tajikistan	Mauritius
Chad	Grenada	Botswana	Armenia
Brunei	Haiti	Lesotho	Jamaica
Antigua and Barbuda	Iceland	Namibia	Montenegro

Sumber: WITS 2020, (diolah)

Ekspor Non Migas Indonesia di Negara-Negara Non Tradisional: *Demand Index* dan *Structural Match Index*

Pada penelitian ini, dari 111 negara hanya 108 negara non tradisional yang dapat dilanjutkan ke tahap analisis posisi ekspor non migas

Indonesia ke negara-negara non tradisional menggunakan pendekatan analisis *demand index* dan *Struktural Match Index* (SMI). Hal ini dikarenakan adanya kendala keterbatasan data terhadap tiga negara seperti Yugoslavia, Cuba, dan Djibouti.



Gambar 3. *Demand Index* dan *Structural Match Index*

Sumber: WDI dan WITS (2020), diolah

Hasil analisis *demand index* dan SMI akan dilakukan persilangan untuk menggabungkan kedua metode analisis sehingga dapat menyimpulkan posisi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat

posisi (kuadran) ekspor non migas Indonesia di negara non tradisional (Gambar 3). Kuadran I menunjukkan bahwa nilai *demand index* dan SMI tinggi (di atas nilai rata-rata). Hal ini menunjukkan bahwa tingginya posisi permintaan negara tersebut terhadap

ekspor non migas Indonesia. Namun, tingkat kecocokan antara komoditas ekspor non migas Indonesia terhadap impor non migas negara tersebut dinilai kurang cocok. Kemudian, kuadran II menunjukkan nilai *demand index* yang tinggi (di atas nilai rata-rata) serta SMI yang rendah (di bawah nilai rata-rata). Kondisi ini menunjukkan bahwa dari posisi permintaan negara tersebut terhadap ekspor non migas Indonesia tinggi dan tingkat kecocokan antara ekspor non migas Indonesia dengan impor negara tujuan dinilai cocok. Kuadran III dan kuadran IV sama-sama menunjukkan potensi permintaan impor negara tujuan yang rendah, namun pada kuadran III nilai SMI rendah atau tingkat kecocokan tinggi, dan kuadran IV nilai SMI tinggi menunjukkan tingkat kecocokan yang rendah.

Berdasarkan Gambar 3, maka Tabel 2 menunjukkan hasil irisan antara *demand index* dengan *Structural Match Index*. Pada penelitian ini, negara yang akan dianalisis ke tahap analisis selanjutnya atau faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional

ialah negara yang diidentifikasi sebagai potensial sasaran ekspor non migas.

Pada penelitian ini, negara yang akan dianalisis ke tahap analisis selanjutnya atau faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional adalah negara yang diidentifikasi sebagai potensial sasaran ekspor non migas. Hasil studi Stankovsky & Wolfmayr (2004) menunjukkan bahwa negara yang berpotensi sebagai sasaran ekspor suatu negara merupakan negara dengan nilai *demand index* tinggi dan nilai SMI rendah. Kondisi dengan nilai *demand index* yang tinggi mengindikasikan bahwa peluang permintaan negara tersebut tinggi sedangkan kondisi dengan nilai SMI yang rendah menunjukkan terdapat kecocokan yang tinggi antara ekspor negara eksportir dengan impor negara importir. Kuadran II merupakan negara non tradisional yang termasuk sebagai kategori negara potensial sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia.

Tabel 2. Negara Non Tradisional Berdasarkan *Demand Index* dan *Structural Match Index*

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
Bangladesh	Brazil	Jordan	Antigua and Barbuda
Benin	Cote d'Ivoire	Kenya	Argentina
Brunei	Egypt, Arab Rep.	Sri Lanka	Armenia
Burundi	Georgia	Chile	Bahrain
Cambodia	Jamaica	Tunisia	Barbados
Canada	Kazakhstan	Colombia	Belize
Central African Republic	Kuwait	Senegal	Bolivia
Chad	Myanmar	South Africa	Botswana
Iceland	Nigeria	Peru	Burkina Faso
Kyrgyz Republic	Norway	Madagascar	Dominica
Lao PDR	Oman	Mozambique	El Salvador
Mexico	Pakistan	Guatemala	Gabon
	Russian Federation	Mauritania	Gambia, The
Qatar	Trinidad and Tobago	Cameroon	Grenada
Sierra Leone	Turkey	Ghana	Guinea
Suriname	United Arab Emirates	Uganda	Guyana
Switzerland	Uruguay	Angola	Haiti
Venezuela		Ecuador	Honduras
Vietnam		Niger	Israel
Vietnam		Congo, Rep.	Liberia
Yemen		Nicaragua	Malawi
		Paraguay	Maldives
		Mali	Moldova
		Togo	Mongolia
		Albania	New Zealand
		Costa Rica	Panama
		Dominican Republic	Papua New Guinea
		Fiji	Samoa
		Mauritius	Solomon Islands
		Nepal	Tonga
		Rwanda	Vanuatu
		Seychelles	Zambia
		Tajikistan	Zimbabwe
		Lesotho	
		Namibia	
		Montenegro	
		Morocco	
		Tanzania	
		Ukraine	

Sumber: WDI dan WITS (2020), diolah

Berdasarkan Tabel 2, negara non tradisional yang diklasifikasikan sebagai negara non tradisional potensial sasaran ekspor merupakan negara yang masuk ke dalam wilayah kuadran II diantaranya Brazil, Cote d'Ivoire (Pantai Gading), Egypt Arab

Rep (Mesir), Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, dan Uruguay.

Tabel 3. Perbedaan Negara Non Tradisional yang Diidentifikasi Potensial Sasaran Ekspor oleh ITAPS FEM IPB dan BI (2019) dengan Penelitian ini

Penelitian ini	ITAPS FEM IPB dan BI (2019)
Trinidad and Tobago, Uruguay, Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Norway, Pakistan, dan Russian Federation.	Kanada, Meksiko, Switzerland, Tanzania, Bangladesh, Qatar, Republik Congo, Guinea, Grenada, dan Iceland.

Sumber: Hasil olahan dan ITAPS FEM IPB dan BI (2019)

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan hasil penelitian oleh ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (2019) dalam mengidentifikasi negara potensial sasaran ekspor non migas Indonesia menggunakan metode pendekatan demand index dan Structural Match Index. Persamaan negara yang diidentifikasi oleh ITAPS FEM IPB dan Bank Indonesia (2019) dengan penelitian ini meliputi Myanmar, Brazil, Kuwait, Turkey, Oman, Nigeria, United Arab Emirates, Cote d'Ivoire, dan

Egypt, Arab Rep. Kemudian, perbedaan negara-negara yang diidentifikasi sebagai non tradisional potensial sasaran ekspor oleh ITAPS dan BI (2019) dengan penelitian ini disajikan pada Tabel 3. Perbedaan ini didasarkan dari tahun penelitian dari kedua penelitian ini. Ruang lingkup yang dianalisis oleh ITAPS dan BI (2019) menggunakan pendekatan tahun analisis data 2012 hingga 2016. Sedangkan pada penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu pendekatan tahun 2014 hingga 2018.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Indonesia ke Negara-Negara Non Tradisional

Estimasi model yang dapat digunakan pada data panel untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan model, yaitu metode estimasi *Pooled Least Square* (PLS), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Metode Analisis model yang dapat dilakukan untuk menentukan pilihan terhadap ketiga model tersebut dengan pendekatan uji Chow, uji Hausman dan Uji *Lagrange Multiplier* (Tabel 4).

Tabel 4. Hasil Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier

Uji Model Terbaik	Nilai Probabilitas	Kesimpulan
Uji Chow	0.000	FEM terbaik
Uji Hausman	0.323	REM terbaik
Uji LM	0.000	REM terbaik

Sumber: Hasil Olahan Stata SE 11

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, menunjukkan bahwasanya keputusan model yang terbaik digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan model REM. Dari hasil analisis uji Chow memutuskan bahwasanya ketika membandingkan antara model PLS

dengan FEM maka keputusan yang diambil ialah FEM merupakan model terbaik. Kemudian, berdasarkan uji Hausman untuk membandingkan antara model REM dan FEM disimpulkan bahwasanya REM merupakan model yang paling baik untuk digunakan. Serta hasil uji LM untuk membandingkan antara model PLS dengan REM juga menunjukkan kondisi keputusan yang sama yakni menyimpulkan bahwasanya pada penelitian ini model yang paling baik digunakan adalah estimasi model REM.

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 menunjukkan nilai dari *R-Square* sebesar 0.762. Kondisi tersebut menunjukkan bahwasanya perubahan nilai ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional 76.20% dijelaskan oleh variabel di dalam model seperti variabel GDP riil negara non tradisional potensial sasaran ekspor, jumlah populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor, jarak ekonomi, nilai tukar rill (Rp/LCU), kualitas pelabuhan Indonesia, dan nilai *Foreign Direct Investment* (FDI) Indonesia. Sedangkan sebesar 23.80% atau sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model.

Tabel 5. Faktor-faktor yang Memengaruhi Ekspor non Migas Indonesia ke Negara Non Tradisional

Variabel	Koefisien	Probabilitas
LN_RGDPj	0,246	0,001*
LN_Popj	0,644	0,000*
LN_EDit	-0,453	0,121
LN_EXit	0,255	0,004*
LN_QPLi	4,999	0,016*
LN_SFDI	1,247	0,055**
A	-25,362	0,012*
R-Squared		0.762
Prob (F-statistic)		0.000

Sumber: Hasil Olahan Stata SE 11

Keterangan: *) signifikan pada taraf nyata 5 %

**) signifikan pada taraf nyata 10%

Pendekatan uji statistik yang dapat dilakukan untuk melihat serta mengetahui variabel independen secara bersamaan memengaruhi variabel terikat (dependen) yaitu menggunakan pendekatan uji F-statistik. Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari uji F-statistik sebesar 0.000 atau kurang dari taraf nyata (α) 5%. Hal ini menunjukkan, di dalam model penelitian setidaknya perubahan nilai ekspor non migas Indonesia terhadap negara-negara non tradisional dipengaruhi oleh salah satu variabel bebas secara nyata ataupun signifikan.

Uji t-statistik digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap perubahan nilai ekspor non migas

Indonesia ke negara non tradisional. Berdasarkan hasil estimasi Tabel 5. menunjukkan bahwa variabel-variabel GDP riil dan jumlah populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor, nilai tukar riil rupiah terhadap mata uang negara non tradisional potensial sasaran ekspor, kualitas pelabuhan Indonesia dan variabel alpha (α) signifikan pada taraf nyata 5% dan positif berpengaruh terhadap perubahan nilai ekspor non migas Indonesia. Kemudian, nilai *Foreign Direct Investment* (FDI) Indonesia signifikan pada taraf nyata 10% dan berhubungan positif terhadap perubahan nilai ekspor non migas Indonesia. sedangkan variabel jarak ekonomi antar Indonesia dengan negara importir tidak signifikan dan memiliki hubungan negatif terhadap perubahan nilai ekspor non migas Indonesia.

Uji Pelanggaran asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh model yang bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Akan tetapi, menurut Gujarati (2004) apabila estimasi menggunakan model REM maka uji pelanggaran asumsi klasik tidak perlu dilakukan. Kondisi ini dikarenakan pada model estimasi

Random Effect Model variabel-variabel yang digunakan di dalam model tersebut diasumsikan sudah bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimated*). Uji normalitas pada model REM diasumsikan menyebar normal. Hal ini dikarenakan menurut Gujarati (2004) model tersebut diasumsikan bersifat *central limit theorem* serta jumlah data observasi lebih dari 30 ($n > 30$). Pada model pendekatan REM uji pelanggaran asumsi autokorelasi tidak perlu dilakukan. Hal ini disebabkan variabel-variabel dalam model tersebut sudah diasumsikan tidak ada korelasi antar *error* atau terbebas masalah autokorelasi. Selain itu, Asumsi dasar model REM terbebas dari autokorelasi dikarenakan metode estimasi menggunakan pendekatan *Generalized Least Square* (GLS), bahkan pada model *Random Effect Model* (REM) variansi sisaan erornya bersifat konstan (Gujarati, 2004). Selanjutnya uji asumsi klasik multikolinearitas tetap perlu dilakukan untuk melihat dan menunjukkan kondisi hubungan antara variabel bebas (independen) yang digunakan. Hasil uji menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen di dalam model tersebut atau memenuhi kondisi non multikolinearitas. Hal ini

juga dibuktikan dari Tabel 6. yang menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	1/VIF
RGDPj	1,60	0.625
Popj	1,59	0.630
Edit	1,10	0.911
Exit	1,11	0.904
QPLi	3,43	0.291
SFDI	3,41	0.293
Mean VIF		2,04

Sumber: Hasil Olahan Stata SE 11

Berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 5, diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor non migas Indonesia terhadap negara non tradisional adalah GDP riil jumlah populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor, jarak ekonomi, nilai tukar riil, kualitas pelabuhan Indonesia, dan nilai *Foreign Direct Investment* (FDI) Indonesia. Hasil estimasi model pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel GDP riil negara non tradisional potensial sasaran ekspor, FDI Indonesia, kualitas pelabuhan Indonesia, populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor, dan nilai tukar riil signifikan dan positif berpengaruh terhadap nilai ekspor non migas Indonesia. sedangkan variabel jarak ekonomi antar negara Indonesia dan negara non tradisional potensial sasaran ekspor

berpengaruh negatif namun tidak signifikan memengaruhi nilai ekspor non migas Indonesia.

Pengaruh GDP Riil Negara Non Tradisional Potensial Sasaran Ekspor Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

GDP riil negara non tradisional potensial sasaran ekspor adalah penjumlahan pendapatan nasional dari negara tersebut berdasarkan pendekatan harga konstan pada periode tertentu. Pendekatan variabel ini juga mengindikasikan keadaan dari daya beli masyarakat tersebut. Berdasarkan estimasi pada Tabel 5 menunjukkan bahwasanya *slope* dari GDP riil negara non tradisional potensial sasaran ekspor signifikan dan positif memengaruhi perubahan nilai ekspor non migas Indonesia dengan koefisien sebesar 0,246. Hal ini didukung dari hasil probabilitas kurang dari α ($0.000 < 0.05$). Kondisi ini juga menunjukkan peningkatan GDP riil (daya beli) negara non tradisional potensial sasaran ekspor sebesar berapa 10% akan meningkatkan nilai ekspor non migas Indonesia sebesar 2,46% ke negara tersebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasri (2016), dimana

hasil tersebut menunjukkan bahwa GDP riil negara mitra dagang signifikan dan positif memengaruhi nilai ekspor. Kemudian, hasil penelitian Kahfi (2017) juga menunjukkan hubungan yang sama antara GDP riil negara mitra dengan nilai ekspor yaitu signifikan dan berpengaruh positif terhadap nilai ekspor.

Pengaruh Populasi Negara Non Tradisional Potensial Sasaran Ekspor Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

Jumlah populasi suatu negara menjadi indikasi yang memengaruhi permintaan impor negara tersebut terhadap negara eksportir. Berdasarkan estimasi pada Tabel 5 menunjukkan bahwasanya *slope* dari jumlah populasi negara non tradisional potensial sasaran ekspor signifikan dan berpengaruh positif terhadap perubahan nilai ekspor non migas Indonesia dengan koefisien dugaan sebesar 0,644. Kondisi ini mengindikasikan apabila terjadi peningkatan populasi dari negara non tradisional potensial sasaran ekspor sebesar 10% maka akan berdampak terhadap meningkatnya nilai ekspor non migas Indonesia sebesar 6.44% dengan asumsi *ceteris paribus*. Penelitian oleh Wardani *et al.* (2018)

sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa jumlah populasi negara mitra dagang signifikan dan positif memengaruhi nilai ekspor.

Pengaruh Nilai Tukar Riil Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

Berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 5, variabel nilai tukar riil (Rp/LCU) signifikan dan berpengaruh positif pada taraf nyata 10% terhadap perubahan nilai ekspor non migas Indonesia dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,255. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan dari nilai tukar riil (Rp/LCU) sebesar 1%, maka kondisi ini mengindikasikan nilai tukar rupiah mengalami depresiasi sedangkan nilai tukar negara non tradisional potensial sasaran ekspor mengalami apresiasi sehingga nilai ekspor non migas Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2,55% dengan asumsi *ceteris paribus*. Kondisi tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ulfa dan Andriyani (2019) serta Kang dan Dagli (2018) yang menunjukkan hasil bahwa nilai tukar riil berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor.

Pengaruh Jarak Ekonomi Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

Jarak ekonomi diindikasikan sebagai biaya transportasi yang harus

dikeluarkan untuk melangsungkan perdagangan. Hasil estimasi pada Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel jarak ekonomi antar Indonesia dan negara non tradisional potensial sasaran ekspor berkorelasi negatif dan tidak berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien dugaan sebesar -0.453. Hal ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tersebut, maka kondisi ini mengindikasikan bahwa biaya transportasi yang harus dikeluarkan semakin besar. Akhirnya tidak akan menurunkan nilai ekspor Indonesia ke negara non tradisional potensial sasaran ekspor dengan asumsi *ceteris paribus*.

Jarak ekonomi tidak signifikan memengaruhi nilai ekspor Indonesia ke negara non tradisional potensial sasaran ekspor. Kondisi ini mengindikasikan bahwa jauh atau dekatnya jarak Indonesia dengan negara non tradisional potensial sasaran ekspor tidak memengaruhi besaran nilai ekspor non migas Indonesia. Hasil penelitian tentang pengaruh jarak terhadap ekspor ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faruk (2015) yang menunjukkan bahwa jarak tidak berpengaruh signifikan terhadap

perdagangan atau ekspor Bangladesh. Selain itu menurut Zahro (2013) salah satu penyebab jarak ekonomi tidak signifikan terhadap perdagangan dikarenakan semakin canggihnya fasilitas perdagangan terutama fasilitas transportasi serta penerimaan dari perdagangan yang semakin tinggi.

Pengaruh Kualitas Infrastruktur Pelabuhan Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

Kualitas pelabuhan Indonesia (QPI) yang diindikasikan menggunakan pendekatan nilai indek signifikan pada α 5% serta memiliki pengaruh positif terhadap perubahan ekspor non migas Indonesia dengan nilai koefisien dugaan sebesar 4,999. Kondisi ini menunjukkan bahwasanya apabila terjadi peningkatan kualitas pelabuhan Indonesia sebesar 10% akan akan meningkatkan nilai ekspor non migas Indonesia ke negara non tradisional potensial sasaran ekspor sebesar 12,47% dengan asumsi *ceteris paribus*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Portugal-Perez & Wilson (2012), Isdiana & Aminata (2019) dan Grainger A (2007) yang menunjukkan bahwa kualitas pelabuhan Indonesia berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja ekspor Indonesia.

Pengaruh *Foreign Direct Investment* Indonesia Terhadap Nilai Ekspor Non Migas Indonesia

Hasil estimasi regresi data panel menunjukkan bahwa variabel *Foreign Direct Investment* Indonesia memengaruhi ekspor non migas. Hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel FDI Indonesia berpengaruh positif dan signifikan pada taraf nyata 10% dengan nilai koefisien dugaan sebesar 1,247. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan FDI Indonesia sebesar 10% maka akan meningkatkan nilai ekspor non migas Indonesia ke negara-negara non tradisional potensial sasaran ekspor sebesar 12.47% dengan asumsi *ceteris paribus*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Uysal & Mohamoud (2018) juga menjelaskan bahwa variabel FDI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor di kawasan Asia Timur.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan definisi negara non tradisional yang diadopsi dari penelitian terdahulu adalah negara yang tidak konsisten berada diposisi 15 besar sebagai sasaran ekspor non migas Indonesia selama kurun waktu 30

hingga 40 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 111 negara yang terdefiniskan sebagai negara non tradisional tersebut.

Hasil SMI dan *Demand Index* menunjukkan ada 17 negara tujuan ekspor non tradisional yang berpotensi sebagai diversifikasi ekspor non migas Indonesia. Mereka adalah Brazil, Cote d'Ivoire (Pantai Gading), Egypt Arab Rep (Mesir), Georgia, Jamaica, Kazakhstan, Kuwait, Myanmar, Nigeria, Norway, Oman, Pakistan, Russian Federation, Trinidad and Tobago, Turkey, United Arab Emirates, dan Uruguay. Hasil pemodelan menggunakan regresi data panel menunjukkan bahwa model yang terbaik/tepat untuk pemodelan nilai ekspor non migas Indonesia adalah *Random Effect Model* (REM), dimana variabel GDP riil negara tujuan, populasi negara tujuan, dan nilai tukar riil berpengaruh positif dan signifikan secara statistik pada taraf nyata 1% terhadap nilai ekspor non migas ke negara tujuan non tradisional, sedangkan kualitas pelabuhan dan *Foreign Direct Investment* berpengaruh positif dan signifikan pada taraf nyata 5% dan 10%. Namun, jarak ekonomi antara Indonesia dan negara tujuan ekspor tidak signifikan memengaruhi

nilai ekspor non migas Indonesia ke negara tujuan ekspor non tradisional.

Skenario yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor non migas Indonesia yaitu negara-negara yang teridentifikasi sebagai pasar ekspor non tradisional layak untuk dijangkau sebagai negara tujuan ekspor Indonesia. Relevan dengan hal tersebut perlu dilakukan intelejen pasar mengenai kebutuhan dan selera dari masing-masing negara tersebut atas produk Indonesia.

Positif dan signifikannya koefisien kualitas pelabuhan Indonesia dalam regresi data panel menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelabuhan Indonesia untuk meningkatkan ekspor non migas ke negara tujuan non tradisional.

Selain kualitas pelabuhan Indonesia, FDI juga memiliki koefisien yang positif dan signifikan, yang mengindikasikan perlunya melakukan berbagai kebijakan tambahan yang memberikan insentif untuk menarik *Foreign Direct Investment* ke Indonesia semisal kompleksitas sistem perpajakan ataupun pemberian *tax privileges* untuk para investor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh Tim Buletin

Ilmiah Litbang Perdagangan, Departemen Ilmu Ekonomi IPB dan seluruh pihak terkait dalam penulisan karya ini atas seluruh kesempatan, kontribusi dan bantuan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z & Mawardi, MK. (2017). Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi pada tahun 2009-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis* 3(50):163-171.
- Asmarantika & Oktaviani. (2009). Gejolak Harga Komoditas Pangan Internasional: Dampak Dan Implikasi Kebijakan Bagi Ketahanan Pangan Indonesia. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*. 3(1): 36-49.
- Damayanti, F; Indira, N; Wahyuni, RS; Prayoga, MR; Kevin, G. (2018). ASEAN di tengah rivalitas AS dan Cina: kerja sama ASEAN dengan RCEP dalam mengurangi dampak perang. *Indonesian Perspective*. 3(2):145-158.
- Faruk, MO. (2015). Impact of distance on Bangladeshi export a cross sectional analysis. *International Journal of Economics, Commerce and Management* 3 (11):217-223.
- Firduas, M. (2018). *Aplikasi Ekonometrika Untuk Data Panel dan Time Series*. Bogor (ID): IPB Press.
- Grainger, A. (2007). Custom and Trade Facilitation: From Concept to Implementation. *World Custom Jurnal*. 2(1):17-29.
- Gujarati, D. (2004). *Basic Econometrics, Fourth Edition*. The McGraw-Hill Companies.
- Hadiyanto, YR. (2015). Pengaruh Diversifikasi Ekspor Terhadap Pertumbuhan Nilai Tambah Per Tenaga Kerja Sektor Manufaktur Berbasis Agro dan Non Agro. *Jurnal Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 2(9):179-200.
- Haryotejo, B. (2013). Analisis Diversifikasi Pasar Ekspor Komoditi Udang Indonesia. *Jurnal Sosial dan Ekonomi KP* 8(1):85-91.
- Isdiana, FN & Aminata, J. (2019). Analisis ekspor Indonesia dengan anggota Apec melalui moda transportasi laut. *Diponegoro Journal of Economics*. 1(1):131.
- ITAPS FEM IPB, [BI] Bank Indonesia. (2019). Laporan Potensi Kerjasama Ekonomi dan Keuangan dengan Pasar Non-Tradisional. (bukan untuk dipublikasi).
- Kahfi, AS. (2017). Determinants Of Indonesia's Exports Of Manufactured Products: A Panel Data Analysis. *Jurnal Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 2(10):187-202.
- Kang, JW & Dagli, S. (2018). International trade and exchange rates. *Journal of Applied Economics*. 21(1):84-105.
- Kementerian Perdagangan (Kemendag). (2019). Neraca perdagangan Indonesia tahun 2013-2018. [diunduh 2019 Februari]. Tersedia pada : www.kemendag.go.id.
- Lubis, AD. (2010). Analisis yang Memengaruhi Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia. *Jurnal Buletin Litbang Perdagangan*. 1(4):1-13.
- Mardiah, S. (2019). Fasilitas Perdagangan dan Ekspor Manufaktur Unggulan Indonesia Ke RCEP (skripsi). Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Oktaviani, R; Novianti, T & Widyastutik. (2008). Integrasi Perdagangan dan Dinamika Ekspor Indonesia ke Timur Tengah (Studi Kasus: Turki, Tunisia, dan Moroko). *Jurnal agro ekonomi* 26 (2):167-189.
- Oktaviani, R & Tanti Novianti. (2008). *Teori Perdagangan Internasional Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Bogor (ID): IPB Press.

- Portugal-Perez A, Wilson JS. (2012). Export Performance and Trade Facilitation Reform Hard and Soft Infrastructure. *Policy Research Working Paper*. 40(7):1295-1307.
- Sabaruddin. (2013). Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non Tradisional. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. 12(2):1-17.
- Salvatore, D. (1997). *Ekonomi Internasional*. Haris Munandar, penerjemah. Jakarta (ID): Erlangga. Ed ke-5.
- Stankovsky, J & Wolfmayr, Y. (2004). Potential Markets for Austrian Exports. *Austrian Economic Quarterly* 3(2004). :115-126
- Sugema, I. (2012). Krisis Keuangan Global 2008-2009 dan Implikasinya pada perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*. 17(3):145–152.
- Ulfa, R & Andriyani, D. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komiditi Non Migas Di Indonesia Tahun 1985-2017. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*. 2(3):128-140.
- Uysal, O & Mohamoud AS. (2018). Determinants of Export Performance In East Africa. *Proceedings of The IIER International Conference*, Warsaw, Poland, 16 January 2018.
- Wardani, MA; Mulatsih, S & Rindayati, W. (2018). Competitiveness and Factors Affecting Indonesian Food Industry's Export to Regional Comprehensive Economic Partnership. *Etikonomi: Jurnal Ekonomi*. 17(2):185 – 198.
- World Integrated Trade Solution (WITS). (2019). Ekspor non migas Indonesia ke negara-negara seluruh dunia [internet]. [diunduh 2019 Februari]. Tersedia pada <https://www.WITS.co.id>.
- World Development Indicator (WDI) dan World Integrated Trade Solution (WITS). (2019). *Demand index dan Structural Match Index* (diolah) [internet]. [diunduh 2019 Februari]. Tersedia pada <https://www.WITS.co.id>.
- Yasri, B. (2016). Analisis Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia Ke Uni Eropa. *Jurnal Ilmiah EDUKASI*. 4(3):259-280.
- Zahro, BA. (2013). Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia di Kawasan ASEAN dan China [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

POSISI GVC INDONESIA DI WILAYAH ASEAN-KANADA

Indonesia's Position on the GVC in the ASEAN-Canada Region

Siti Mir'atul Khasanah, Dian Dwi Laksani, Nur Ulfa Mutiara Suwari

Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jl. M.I. Ridwan Rais 5, Jakarta Pusat, 10110, DKI Jakarta, Indonesia

Email: [sitimiratulhasanah@gmail.com](mailto:sitimiratulkhasanah@gmail.com)

Naskah diterima: 12/12/2019; Naskah direvisi: 21/02/2020; Disetujui diterbitkan: 24/08/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Rantai Nilai Global atau *Global Value Chain* (GVC) adalah alat yang berguna untuk melacak pola pergeseran dari produksi global. Kontribusi Indonesia dalam GVC di wilayah ASEAN-Kanada masih rendah, hal ini dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai *final input*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi GVC Indonesia di wilayah ASEAN-Kanada. Penelitian ini menggunakan analisis input-output dengan berdasar pada data *World Input Output Databases* (WIOD). Hasil studi ini menunjukkan bahwa dalam lingkup ASEAN, kontribusi Indonesia dalam GVC masih rendah, dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dari nilai *final input*. Bila dibandingkan dengan negara-negara lain ASEAN (yang memiliki ekspor terbesar ke Kanada) yaitu Vietnam, Thailand, dan Malaysia, persentase ekspor barang *intermediate* Indonesia hanya sebesar 48,3%, lebih rendah dibandingkan negara-negara lainnya. Indonesia harus terus mengambil peran aktif di GVC. Di masa depan, Indonesia harus lebih aktif untuk dapat meningkatkan nilai tambah pada ekspor sebagai *intermediate input*, sehingga akan berdampak pada positif perekonomian Indonesia secara berkelanjutan.

Kata Kunci: ASEAN-Kanada FTA, GVC, Nilai Tambah

Abstract

Global Value Chain (GVC) is a useful tool to track shifting patterns of global production. Indonesia's contribution in GVC is still low, this can be seen from the lower intermediate input value compared to the final input value. The result of this study aims to analyze the position of Indonesia in the GVC in ASEAN-Canada region. The study used input-output analysis based on World Input Output Databases (WIOD). The study shows that within ASEAN, Indonesia's contribution in GVC is low, it can be seen from the input intermediate value which is lower than the final input value. When compared with other ASEAN countries (which have the largest exports to Canada), as Vietnam, Thailand, and Malaysia, the percentage of Indonesia's intermediate exports is only 48.3%, which is lower than those of these countries. Indonesia should continue to take active role on GVC. In the future, Indonesia should be proactive to be able to increase added value on export as intermediate input. To indeed it will positively impact Indonesia's economy in a sustainable manner.

Keywords: ASEAN-Canada FTA, GVC, Added Value

JEL Classification: A11, B17, B22, B41

PENDAHULUAN

ASEAN-Kanada FTA termasuk kerja sama jangka panjang untuk memperkuat koneksi ekonomi yang

bertujuan untuk menghilangkan tarif dan hambatan non-tarif dalam hampir semua perdagangan barang. ASEAN-Kanada FTA menjadi salah satu strategi

bisnis untuk kondisi ekonomi Indonesia, terutama untuk perbaikan daya saing di pasar global. ASEAN-Kanada FTA merupakan upaya ASEAN untuk memperluas dan memperdalam keterlibatan ekonomi dengan Kanada. Peluang akses pasar dapat mendorong pertumbuhan industri dalam negeri untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, baik dari bahan baku ke barang setengah jadi untuk kemudian diproses menjadi barang jadi, sehingga Indonesia dapat menjadi bagian dari rantai nilai global.

Kanada menjadi negara tujuan ekspor ke- 31 bagi Indonesia pada tahun 2019. ASEAN-Kanada FTA merupakan dorongan eksternal untuk mereformasi kondisi ekonomi Indonesia, terutama untuk peningkatan daya saing, hal ini karena saat ini (per 2011) kontribusi ekspor Indonesia terhadap GDP hanya 20%, dibandingkan dengan Malaysia (79,3%), Thailand (66,2%), dan Singapura (157,6%) serta peluang akses pasar yang lebih besar dengan *rules* yang seragam, dengan adanya *Rules of Origin* (ROO) yang seragam akan mendorong pertumbuhan industri di dalam negeri dengan memanfaatkan *supply chain* yang semakin efisien dan Indonesia menjadi bagian dari

jaringan produksi global (*global supply chain*).

Kerja sama ASEAN-Kanada FTA dapat memfasilitasi perdagangan Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah dalam kerangka rantai nilai global. Hal ini dibuktikan bahwa perjanjian perdagangan bebas meningkatkan perdagangan *Global Value Chain* (GVC). Integrasi yang lebih dalam menumbuhkan fragmentasi produksi dengan struktur yang lebih seimbang di mana bahkan negara-negara yang kurang berkembang berpartisipasi di tahap hulu dan berkontribusi lebih banyak nilai domestik ditambahkan ke dalam rantai pasokan (Rubinova, 2017).

Perkembangan *global value chain* telah menyebabkan meningkatnya pemisahan proses produksi di seluruh dunia. Pergeseran ini memerlukan perubahan paradigma dalam pembuatan kebijakan. Indonesia seperti banyak negara lain memiliki keinginan besar untuk memperbaiki posisinya dalam *global value chain*.

Menurut Skabic (2019), partisipasi GVC telah menjadi salah satu indikator yang paling banyak digunakan untuk mengukur penyebaran proses produksi di antara berbagai negara. Partisipasi dalam GVC mampu meningkatkan nilai

tambah pada sektor industri barang dan jasa. Tentu hal ini menjadi bukti bahwa GVC dapat memainkan peran sebagai opsi perdagangan bagi negara berkembang.

Pemerintah Indonesia sendiri sangat yakin bahwa rantai global ini mampu meningkatkan keunggulan komparatif pada komoditas ekspor unggulan. Indonesia saat ini telah mengembangkan 10 komoditas utama antara lain: tekstil dan produk tekstil (TPT), elektronik, karet dan produk karet, sawit, produk hasil hutan, alas kaki, otomotif, udang, kakao, dan kopi. Selain itu Indonesia memiliki 10 komoditas potensial yang juga diminati pasar internasional, seperti: produk kulit, peralatan medis, tanaman obat, makanan olahan, minyak atsiri, ikan dan produk perikanan, kerajinan, perhiasan, rempah-rempah dan peralatan kantor. Sehingga konsep *global value chain* sangat penting sebagai landasan memperbesar hubungan perdagangan internasional yang diawali dalam kerangka ASEAN-Kanada FTA.

Inisiasi ASEAN - Kanada perdagangan kerja sama dalam kerangka FTA pertama kali dibahas dalam SEOM-8 di Laos pada 2016. Sampai saat ini, keseriusan kedua belah pihak telah diwujudkan dalam dua

kegiatan pertemuan melalui konferensi video yang berfokus pada diskusi tentang rencana pelaksanaan *Joint Feasibility Study* (JFS).

Terkait dengan GVC dalam rangka ASEAN-Canada, dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi Indonesia di GVC di kawasan ASEAN-Kanada dengan menganalisis *backward linkage* dan *forward linkage* untuk sektor ekonomi di Indonesia dalam kerangka ASEAN-Kanada. Berdasarkan perhitungan indeks *backward linkage* dan indeks *forward linkage*, tingkat partisipasi Indonesia dalam GVC akan dianalisis dalam ruang lingkup ASEAN-Kanada.

Dalam penelitian sebelumnya mengenai *Indonesia Global Value Chain Participation in Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)*, partisipasi Indonesia dalam rantai nilai global dalam ruang lingkup RCEP masih didominasi oleh *Low Technology Industry* yang menghasilkan bahan baku seperti logam dan mineral. Industri dalam kelompok ini adalah buruh industri intensif dan bahan bakunya berasal dari sumber daya alam di mana Indonesia memiliki keunggulan komparatif sebagai pemasok bahan bakunya (Ingot & Laksani, 2019).

GVC tidak hanya mencerminkan struktur input-output yang berbeda dari industri suatu negara secara lebih akurat, tetapi juga memberikan alasan yang kuat untuk menetapkan FTA (Zhou et al, 2019). Partisipasi dalam GVC sangat penting karena dapat menciptakan peluang-peluang pertumbuhan sehingga akan berdampak positif pada perkembangan ekonomi suatu kawasan (Sudhana, 2017). Dengan mengetahui posisi Indonesia di GVC di ASEAN-Kanada, ini akan membantu untuk membuat strategi ekonomi untuk Indonesia di masa yang akan datang.

METODE

Dalam menganalisis GVC terdapat beberapa metode yang bisa digunakan. Beberapa metode yang bisa digunakan yaitu *Trade in Value Added* (TiVA) dan Model Input-Output. TiVA digunakan untuk mengukur seberapa banyak nilai tambah dari produksi barang atau jasa suatu negara yang diekspor ke negara lain. Partisipasi GVC diukur dengan jumlah nilai asing ekspor atau impor di Indonesia dan jumlah nilai domestik yang ditambahkan di ekspor / impor negara lain (Ingot & Laksani, 2019). Database TiVA terdiri dari serangkaian tools yang bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih baik tentang

jaringan produksi global dan rantai pasokan dibandingkan dengan statistik perdagangan konvensional (OECD, 2019). Sedangkan model IO adalah teknik yang mengkuantifikasi saling ketergantungan dalam sistem ekonomi yang saling berhubungan (Xing, 2017).

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis IO. Metode ini dipilih karena dengan menggunakan IO dapat melihat ekspor atau impor dari *intermediate* atau *final goods* dari suatu negara. Selain itu, data yang digunakan dalam metode IO lebih *update* dibandingkan dengan TiVA. Sektor-sektor dalam tabel IO dapat dianggap sebagai poin sementara antar-sektor dalam memberikan kontribusi *value stream* untuk ditimbang dan diarahkan dalam pembangunan pengaturan model. Dalam pertimbangan dari kedua ketersediaan dan otoritas, tabel IO menjadi sumber data prioritas pertama untuk membentuk model matematika, misalnya, dapat menunjukkan arus barang dan jasa akhir dan menengah. Selain itu, disediakan dalam matriks, yang dapat secara langsung atau dengan sedikit perubahan diadopsi sebagai pendekatan matriks ketetanggaan dalam membangun perpotongan yang lebih terarah.

Indikator yang digunakan dalam perhitungan IO yaitu *intermediate input* dan *final demand*. Selain itu indikator tersebut digunakan untuk membandingkan besaran GVC dengan negara ASEAN lainnya untuk melihat besaran keterlibatan Indonesia dalam Kanada.

Menurut Gereffi & Stark (2011) dan Johnson & Noguera (2012) dalam Lu (2017), di dalam analisis GVC mengidentifikasi empat dimensi analisis GVC, yaitu struktur input-output, ruang lingkup geografis, tata kelola dan konteks kelembagaan. Dalam empat

dimensi, struktur input-output menjadi dasar analisis GVC. Namun, karena adanya perhitungan *accounting* yang ganda dan rantai produksi multi-negara, data perdagangan konvensional menjadi kurang dapat diandalkan untuk mengukur nilai yang berkontribusi oleh suatu negara. World Input-Output Database (WIOD) dibangun dan diterbitkan oleh proyek yang didanai oleh *European Commission*. WIOD ini juga terbuka untuk akses publik. Hal ini memungkinkan kami untuk membuat analisis komprehensif tentang GVC dunia.

Tabel 1. Data Input-Output Internasional

	Intermediate demand/input							Final demand (destination)							Output		
	Country	Country	...	Country	...	Country	...	ROW	Country	Country	...	Country	...	Country		...	ROW
	1	2	...	r	...	s	...	R	1	2	...	r	...	s		...	R
									F_1	F_2	...	F_r	...	F_s	...	F_R	X
Country 1	$\underline{X}_{11}$	$\underline{X}_{12}$	...	$\underline{X}_{1r}$	...	$\underline{X}_{1s}$	...	$\underline{X}_{1R}$	Y_{11}	Y_{12}	...	Y_{1r}	...	Y_{1s}	...	Y_{1R}	X_1
Country 2	$\underline{X}_{21}$	$\underline{X}_{22}$	...	$\underline{X}_{2r}$	...	$\underline{X}_{2s}$	...	$\underline{X}_{2R}$	Y_{21}	Y_{22}	...	Y_{2r}	...	Y_{2s}	...	Y_{2R}	X_2
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Country r	$\underline{X}_{r1}$	$\underline{X}_{r2}$	...	$\underline{X}_{rr}$	...	$\underline{X}_{rs}$	...	$\underline{X}_{rR}$	Y_{r1}	Y_{r2}	...	Y_{rr}	...	Y_{rs}	...	Y_{rR}	X_r
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Country s	$\underline{X}_{s1}$	$\underline{X}_{s2}$	...	$\underline{X}_{sr}$	...	$\underline{X}_{ss}$	...	$\underline{X}_{sR}$	Y_{s1}	Y_{s2}	...	Y_{sr}	...	Y_{ss}	...	Y_{sR}	X_s
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
ROW R	$\underline{X}_{R1}$	$\underline{X}_{R2}$	...	$\underline{X}_{Rr}$	...	$\underline{X}_{Rs}$	...	$\underline{X}_{RR}$	Y_{R1}	Y_{R2}	...	Y_{Rr}	...	Y_{Rs}	...	Y_{RR}	X_R
Value-added	V_1	V_2	...	V_r	...	V_s	...	V_R									
Output	X_1	X_2	...	X_r	...	X_s	...	X_R									

Sumber: Kuboniwa (2014)

Keterangan:

X_{rs} ($s \neq r$): matriks ekspor bruto intermediate input negara r ke negara s atau matriks impor bruto untuk intermediate input negara r.

X_{rr} : matriks intermediate input negara r yang diproduksi di dalam negeri

V_r : vektor nilai tambah negara r

Munculnya *World Input Output Database* (WIOD) secara teoritis dan empiris dapat membuat analisis GVC menjadi lebih baik, data WIOD terdiri dari rantai nilai industri internasional dan domestik yang sangat banyak, karena *World Input Output Tables* (WIOT) menyediakan alur global perdagangan bilateral secara konsisten, memungkinkan melihat perbandingan jaringan produksi di berbagai daerah (Tabel 1).

Untuk menunjukkan posisi Indonesia di GVC di ASEAN-Kanada, analisis ini menggunakan Analisis Input-Output untuk melihat dan membandingkan hubungan sektoral antar negara di ASEAN, khususnya Indonesia dan Kanada. Kapan nilai ekspor sebagai input antara lebih tinggi dari keterkaitan rantai nilai global yang lebih baik. Indikator ini didukung oleh indikator utama yaitu sektor ekspor Indonesia ke Kanada, sektor utama ekspor Kanada ke Indonesia, sektor dengan nilai ekspor terbesar untuk *intermediate input* dalam struktur ekspor Indonesia ke Kanada, sektor dengan nilai ekspor terbesar untuk *intermediate input* dalam struktur ekspor Kanada ke Indonesia, sektor dengan nilai ekspor terbesar untuk kategori *final product* dalam struktur ekspor Indonesia ke Kanada, dan sektor dengan nilai ekspor

terbesar untuk kategori *final product* dalam struktur ekspor Kanada ke Indonesia.

Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data sekunder dikumpulkan dari WIOD tahun terakhir yaitu tahun 2016, BPS, dan *Trademap*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *input output*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam interaksi industri globalisasi saat ini, metode GVC adalah alat yang berguna untuk melacak pergeseran pola produksi global, hubungan aktivitas tersebar dan pelaku industri, dan menentukan peran mereka bermain di negara lain.

Dengan mengintegrasikan negara-negara ke dalam ekonomi dunia, globalisasi telah menghasilkan spesialisasi regional industri serta pemindahan produksi dan konsumsi barang atau jasa. Oleh karena itu, setiap negara harus hati-hati menunjukkan posisi dalam rantai pasokan global dan menyesuaikan struktur industri mereka untuk mendorong pembangunan ekonomi dan penggunaan energi yang berkelanjutan pada saat yang bersamaan (Chen et al, 2019).

Nilai ekspor yang tinggi tidak selalu merepresentasikan nilai tambah

ekonomi suatu negara, tetapi juga dengan mempertimbangkan nilai impor negara lain (Hummels et al. 2001). Nilai tambah diilustrasikan dengan produksi iPhone, pembuatannya berlangsung di Cina, sementara perangkat keras diproduksi di Jepang, memori datang dari Korea Selatan, dan prosesor berasal dari AS, untuk pemasaran ritel lebih lanjut di AS dan yang bagian lainnya dari negara lain (Dedric et al. 2010). Proses ini akan membentuk GVC di mana masing-masing negara menyediakan bahan baku, barang setengah jadi hingga barang jadi yang akan digunakan konsumen (Gereffi, 2014).

Rantai nilai menggambarkan rangkaian lengkap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan pekerja untuk produk dari konsepsinya hingga penggunaan akhir dan seterusnya. Kegiatan termasuk desain, produksi, pemasaran, distribusi, dan dukungan pada konsumen akhir. Kegiatan yang terdiri dari: rantai nilai dapat terkandung dalam satu perusahaan atau dibagi di antara perusahaan yang berbeda (globalvaluechains.org, 2019). Banga (2016), partisipasi suatu negara dalam GVC ditentukan oleh sejauh mana keterlibatannya dengan suatu bagian tertentu dari suatu proses produksi,

yaitu perdagangan barang dan jasa dengan hasil setengah jadi.

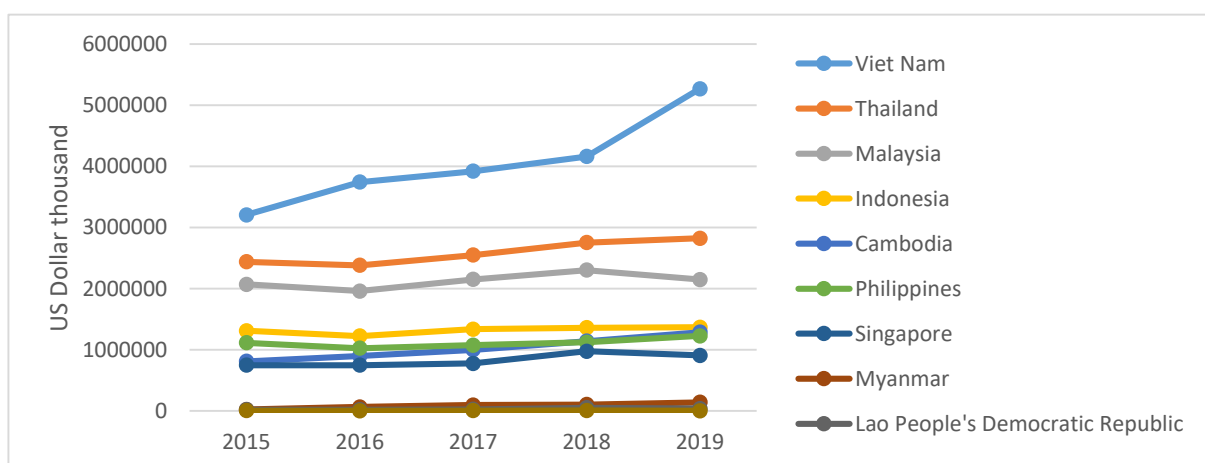
Ekonomi global semakin terstruktur di antara rantai nilai global yang menyumbang meningkatnya pangsa perdagangan internasional, PDB global, dan lapangan kerja. Evolusi GVC di sektor yang beragam seperti komoditas, pakaian, elektronik, pariwisata, dan *outsourcing* layanan bisnis memiliki implikasi yang signifikan dalam hal perdagangan global, produksi, pekerjaan dan bagaimana perusahaan di negara berkembang, produsen serta para pekerja yang terintegrasi dalam ekonomi global (Gereffi & Stark, 2011).

Industri GVC ditemukan tidak hanya di negara tertentu, tetapi juga di banyak negara dan dari banyak sektor lainnya. Sebagai contoh kasus dari tiga negara di mana negara pertama memproduksi barang setengah jadi dan barang jadi untuk negara yang kedua (Meng, 2011; Koopman et al. 2010); dan negara kedua memproduksi untuk kebutuhan domestik negaranya serta selanjutnya di ekspor ke negara ketiga. Proses pembuatan di negara kedua membutuhkan bahan baku berupa barang, modal dan tenaga kerja. Adapun untuk ekspor ke negara ketiga ini dapat berbentuk barang setengah

jadi dan barang akhir. Artinya, karena barang tersebut di produksi di beberapa negara sehingga proses produksi tersebut memiliki implikasi di masing-masing negara yang memproduksi dan hal tersebut akan menjadi nilai tambah tertentu dalam suatu perdagangan (Timmer et al. 2014). Proses yang sama melibatkan banyak negara akan membentuk GVC di mana masing-masing negara dengan sumber dayanya berpartisipasi satu atau lebih dari suatu proses produksi (Johson & Noguera, 2012).

GVC menjadi fenomena global sejak 1980-an ketika nilai ekspor tidak lagi mewakili manfaat nyata dari ukuran ekonomi suatu negara. Pengukuran GVC yang menerapkan pendekatan tabel IO telah cukup berkembang pesat (Ahmad, dkk, 2018). GVC adalah

revolusi sistem produksi di abad ke-21 dimana produksi dan distribusi barang diadakan bersama beberapa negara. Satu tahap produksi proses produksi tunggal diadakan di satu negara sedangkan tahap berikutnya dilakukan di negara lain. GVC cenderung meningkat dengan komunikasi dan logistik revolusi teknologi. Salah satu contoh GVC adalah sistem produksi kendaraan bermotor di Asia yang telah melibatkan produksi dan distribusi satu jenis kendaraan di beberapa negara di kawasan itu di mana komponen dari kendaraan bermotor yang diproduksi di berbagai negara saat perakitan dilakukan di negara-negara lain di Asia (EU-Indonesia Trade Cooperation Facility, 2015). Indonesia dalam hal eksportir di Kanada dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Daftar Pemasok Pasar Kanada dari ASEAN

Sumber: Trademap (2020)

Pada Gambar 1 menunjukkan pada tahun 2019 Indonesia berada di posisi empat sebagai pemasok ke pasar Kanada setelah Vietnam, Thailand dan Malaysia dengan total USD 1.367.658 ribu. Salah satu indikator makroekonomi adalah GDP. Dari Tabel 2 diketahui bahwa GDP ASEAN pada lima tahun terakhir terus mengalami peningkatan, untuk tahun 2019 GDP ASEAN sebesar

3.190 miliar USD. Sedangkan GDP Kanada dalam lima tahun terakhir juga mengalami kenaikan meskipun pada tahun 2016 mengalami penurunan. Diantara Negara-Negara di ASEAN, Indonesia merupakan negara dengan jumlah GDP terbesar yaitu 1.163 miliar USD pada tahun 2019 dan dalam kurun waktu lima tahun terakhir GDP Indonesia selalu mengalami kenaikan.

Tabel 2. GDP ASEAN Kanada (2015-2019)

NEGARA	Tahun (dalam miliar USD)				
	2015	2016	2017	2018	2019
ASEAN	2,476	2,606	2,791	2,946	3,190
Brunei	13	11	12	14	14
Cambodia	18	20	22	25	27
Canada	1,557	1,528	1,650	1,716	1,740
Indonesia	861	932	1,015	1,042	1,163
Laos	14	16	17	18	17
Malaysia	301	301	319	359	369
Myanmar	63	65	67	68	76
Philippines	292	304	313	331	359
Singapore	308	318	338	364	365
Thailand	401	412	455	505	544
Vietnam	237	252	277	303	340

Sumber: The Economist Intelligence Unit (2020)

Selain GDP, populasi juga merupakan indikator makroekonomi suatu negara. Populasi dari ASEAN-Kanada dapat dilihat pada Tabel 3. Pada tahun 2015-2019 di antara negara-negara anggota ASEAN dan Kanada yang memiliki populasi terbesar yaitu Indonesia dengan jumlah

sebanyak 265,3 juta jiwa pada tahun 2019 dan dalam kurun waktu lima tahun terakhir populasi Indonesia selalu mengalami kenaikan yang cukup banyak. Sedangkan untuk wilayah ASEAN, populasi pada tahun 2019 adalah sebanyak 654,8 juta jiwa.

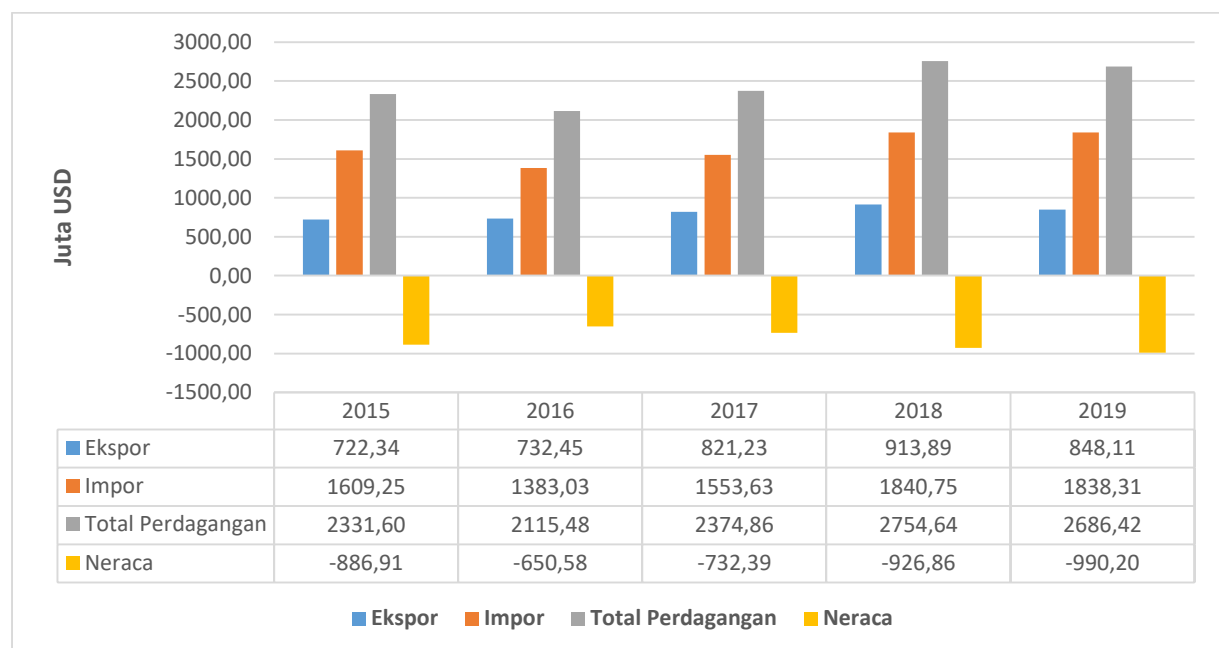
Tabel 3. Populasi ASEAN-Kanada (2015-2019)

NEGARA	Tahun (dalam Juta Jiwa)				
	2015	2016	2017	2018	2019
ASEAN	630	636.4	642.6	648.7	654.8
Brunei	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Cambodia	15.5	15.8	16	16.3	16.5
Canada	36	36.4	36.7	37.1	37.4
Indonesia	255.8	258.2	260.6	262.9	265.3
Laos	6.7	6.8	7	7.1	7.2
Malaysia	30.3	30.7	31.1	31.5	32
Myanmar	52.7	53	53.4	53.7	54.1
Philippines	102.1	103.7	105.2	106.7	108.1
Singapore	5.5	5.6	5.6	5.6	5.7
Thailand	68.7	69	69.2	69.4	69.6
Vietnam	92.7	93.6	94.6	95.6	96.5

Sumber: The Economist Intelligence Unit (2020)

Populasi Kanada dalam lima tahun terakhir mengalami kenaikan meskipun hanya sedikit. Pada tahun 2019 jumlah populasi Kanada sebanyak 37,4 juta jiwa.

Kinerja perdagangan antara Indonesia dan Kanada dapat dilihat melalui neraca perdagangan kedua negara (Gambar 2).



Gambar 2. Neraca Perdagangan Indonesia-Kanada

Sumber: BPS (2020)

Dari Gambar 2 dapat diketahui bahwa dari tahun 2015 - 2019 kinerja perdagangan Indonesia di Kanada mengalami defisit. Ekspor Indonesia ke Kanada selama lima tahun terakhir mengalami kenaikan dengan *trend* sebesar 5.57%, meskipun pada tahun 2019 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Sedangkan untuk impor

Indonesia dari Kanada memiliki *trend* yang positif yaitu sebesar 5.68% di mana lebih tinggi daripada *trend* kenaikan ekspornya. Dari tahun 2015-2019 total perdagangan terbesar Indonesia-Kanada terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar USD 2754.64 Juta. Jika dilihat berdasarkan produk, ekspor Indonesia ke Kanada lihat Tabel 4.

Tabel 4. Ekspor Indonesia ke Kanada

No	HS	URAIAN	NILAI : Juta USD				
			2015	2016	2017	2018	2019
1	400122	Rubber; Technically Specified Natural Rubber (Tsnr), In Primary Forms Or In Plates, Sheets Or Strip (Excluding Latex And Smoked Sheets)	108.41	94.94	151.12	124.34	101.23
2	640411	Sports Footwear; Tennis Shoes, Basketball Shoes, Gym Shoes, Training Shoes And The Like, With Outer Soles Of Rubber Or Plastics And Uppers Of Textile Materials	18.68	22.83	15.22	17.76	31.20
3	721420	Iron Or Non-Alloy Steel; Bars And Rods, Hot-Rolled, Hot-Drawn Or Hot-Extruded, Containing Indentations, Ribs, Grooves Or Other Deformations Produced During The Rolling Process Or Twisted After Rolling	0.00	0.00	8.10	23.09	31.20
4	870850	Vehicle Parts; Drive-Axles With Differential, Whether Or Not Provided With Other Transmission Components, And Non-Driving Axles; Parts Thereof	0.00	0.00	13.92	47.13	27.57
5	480256	Uncoated Paper And Paperboard (Not 4801 Or 4803); Printing, Writing Or Graphic, 10% Or Less By Weight Of Mechanical Or Chemi-Mechanical Processed Fibre, Weight 40-150G/M2, In Sheets 435Mm Or Less By 297Mm Or Less (Unfolded)	23.56	25.32	18.16	29.74	24.85
6	090111	Coffee; Not Roasted Or Decaffeinated	23.11	21.59	22.08	19.20	23.63
7	180400	Cocoa; Butter, Fat And Oil	18.88	44.30	45.11	42.23	22.17

No	HS	URAIAN	NILAI : Juta USD				
			2015	2016	2017	2018	2019
8	640319	Sports Footwear; (Other Than Ski-Boots, Snowboard Boots Or Cross-Country Ski Footwear), With Outer Soles Of Rubber, Plastics, Leather Or Composition Leather And Uppers Of Leather	12.34	13.01	15.64	18.72	18.07
9	730630	Iron Or Non-Alloy Steel (Excluding Cast Iron); Tubes And Pipes (Not Seamless), Welded, Of Circular Cross-Section, N.E.C. In Chapter 73	0.73	0.92	5.00	9.14	16.93
10	841199	Turbines; Parts Of Gas Turbines (Excluding Turbo-Jets And Turbo-Propellers)	0.01	0.00	0.00	6.12	15.10
Sub Total			205.72	222.92	294.34	337.47	311.95
Lainnya			516.63	509.53	526.89	576.42	536.15
Jumlah			722.34	732.45	821.23	913.89	848.11

Sumber: Trade map (2020), diolah

Sepuluh produk ekspor utama Indonesia ke Kanada dalam lima tahun terakhir jika dilihat dari HS 6 digit BTKI tahun 2017 di dominasi oleh *Rubber; Technically Specified Natural Rubber (Tsnr), In Primary Forms Or In Plates, Sheets Or Strip (Excluding Latex And Smoked Sheets)* sebanyak USD 101.23 juta pada tahun 2019, di urutan kedua adalah *Sports Footwear; Tennis Shoes, Basketball Shoes, Gym Shoes, Training Shoes And The Like, With Outer Soles Of Rubber Or Plastics And Uppers Of Textile Materials* sebanyak USD 31.20 juta pada tahun 2019 dan *Iron Or Non-Alloy Steel; Bars And Rods, Hot-Rolled,*

Hot-Drawn Or Hot-Extruded, Containing Indentations, Ribs, Grooves Or Other Deformations Produced During The Rolling Process Or Twisted After Rolling sebanyak USD 31.20 juta pada tahun 2019.

Jika dilihat dari total ekspor untuk 10 produk tersebut dengan sejumlah USD 311.95 juta pada tahun 2019, jumlah tersebut berkontribusi sebanyak 37% dari total keseluruhan ekspor Indonesia ke Kanada yaitu sebanyak USD 848.11. Sementara jika dilihat berdasarkan produk, maka impor Indonesia dari Kanada dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Impor Indonesia dari Kanada

No	HS	URAIAN	NILAI : juta USD				
			2015	2016	2017	2018	2019
1	100199	Cereals; Wheat And Meslin, Other Than Durum Wheat, Other Than Seed	533.31	445.48	485.36	571.68	701.94
2	310420	Fertilizers, Mineral Or Chemical; Potassic, Potassium Chloride	425.32	310.82	301.69	361.29	300.35
3	470321	Wood Pulp; Chemical Wood Pulp, Soda Or Sulphate, (Other Than Dissolving Grades), Semi-Bleached Or Bleached, Of Coniferous Wood	182.60	196.64	253.39	304.54	192.77
4	470200	Wood Pulp; Chemical Wood Pulp, Dissolving Grades	72.52	72.84	72.12	82.50	70.40
5	120190	Soya Beans; Other Than Seed, Whether Or Not Broken	13.51	3.70	5.88	24.73	52.70
6	880330	Aircraft And Spacecraft; Parts Of Aeroplanes Or Helicopters N.E.C. In Heading No. 8803	1.41	2.84	13.43	20.50	49.94
7	470100	Wood Pulp; Mechanical Wood Pulp	39.29	37.67	47.90	60.87	34.83
8	030614	Crustaceans; Frozen, Crabs, In Shell Or Not, Smoked, Cooked Or Not Before Or During Smoking; In Shell, Cooked By Steaming Or By Boiling In Water	15.15	13.03	28.66	23.70	30.32
9	260111	Iron Ores And Concentrates; Non-Agglomerated	15.34	15.20	34.22	44.24	22.48
10	470311	Wood Pulp; Chemical Wood Pulp, Soda Or Sulphate, (Other Than Dissolving Grades), Unbleached, Of Coniferous Wood	7.97	14.94	13.87	20.51	19.28
Subtotal			1306.42	1113.15	1256.53	1514.55	1475.01
Lainnya			302.83	269.88	297.10	326.20	363.30
Total			1609.25	1383.03	1553.63	1840.75	1838.31

Sumber: Trademap (2020), diolah

Sepuluh produk impor utama Indonesia dari Kanada dalam lima tahun terakhir jika dilihat dari HS 6 digit BTKI tahun 2017 di dominasi oleh *Cereals; Wheat And Meslin, Other Than Durum Wheat, Other Than Seed* sebanyak USD 701.94 juta pada tahun 2019, di urutan kedua adalah *Fertilizers, Mineral*

Or Chemical; Potassic, Potassium Chloride sebanyak USD 300.35 Juta pada tahun 2019 dan *Wood Pulp; Chemical Wood Pulp, Soda Or Sulphate, (Other Than Dissolving Grades), Semi-Bleached Or Bleached, Of Coniferous Wood* sebanyak USD 192.77 Juta pada tahun 2019.

Jika dilihat dari total impor untuk 10 produk tersebut dengan sejumlah USD 1475.01 Juta pada tahun 2019, jumlah tersebut berkontribusi sebanyak 80% dari total keseluruhan impor Indonesia dari Kanada yaitu sebanyak USD 848.11 Juta

Analisis *World Input Output Database* (WIOD)

Analisis WIOD merupakan Tabel *Input-Output* antar negara yang dipublikasi oleh Uni Eropa (EU). Data WIOD yang dipublikasi mencakup 43 negara dengan 56 sektor klasifikasi 4 ISIC. Dibandingkan data *Input-Output* antar negara yang lain, data WIOD termasuk data tabel *Input-Output* dunia yang relative selalu menampilkan data terbaru.

Untuk mengukur seberapa besar dampak atau manfaat yang akan ditimbulkan dengan adanya FTA ASEAN-Kanada bagi Indonesia, maka penting untuk diperhatikan keterkaitan sektoral antara Kanada dan Indonesia.

Oleh karena itu digunakan tabel *World Input Output Database* (WIOD) yang dihitung dan dipublikasikan oleh Timmer et al (2016). Data WIOD yang digunakan adalah data WIOD tahun 2014 yang dipublikasikan pada tahun 2016 dan mencakup 43 negara dan 56 sektor.

Bila dilihat dari Tabel 4, struktur perdagangan Indonesia-Kanada, maka sebagian besar ekspor Kanada ke Indonesia dan juga sebaliknya lebih didominasi oleh produk-produk yang dapat dikategorikan sebagai barang *intermediate*. Dengan kata lain, produk tersebut digunakan kembali sebagai input dalam produksi. Persentase produk *intermediate* pada struktur ekspor kedua belah negara adalah 48,3% untuk ekspor Indonesia ke Kanada dan 71,9% untuk ekspor Kanada ke Indonesia.

Berdasarkan Tabel 6, Apabila dibandingkan dengan Negara ASEAN lainnya (yang memiliki ekspor terbesar

Tabel 6. Analisis Input-Output

Export	Indonesia ke Kanada	Kanada ke Indonesia	Vietnam ke Kanada	Thailand ke Kanada	Malaysia ke Kanada
Total trade (million USD)	1,714,343	3,252,175	375,214	905,058	786,760
Share Export ke Kanada	0.094%	0.042%	0.132%	0.425%	0.268%
% export as intermediate input	48.3%	71.9%	52.2%	50.6%	66.3%
% export as final demand	51.7%	28.1%	47.8%	49.4%	33.7%

Sumber: WIOD (2019), diolah

ke Kanada) yaitu Vietnam, Thailand, dan Malaysia maka persentase ekspor *intermediate input* Indonesia hanya sebesar 48,3% dimana jumlah tersebut lebih rendah dibandingkan dengan

Negara-Negara tersebut. Jika nilai *intermediate input*nya tinggi maka Negara tersebut memiliki keterkaitan rantai nilai global yang lebih bagus.

Tabel 7. Sepuluh Sektor Utama Ekspor Indonesia ke Kanada

No	Sectors	total export (million USD)	%total
1	Manufacture of textiles, wearing apparel and leather products	688.84	35.1%
2	Manufacture of rubber and plastic products	346.93	17.7%
3	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	278.80	14.2%
4	Manufacture of furniture; other manufacturing	143.83	7.3%
5	Manufacture of computer, electronic and optical products	88.73	4.5%
6	Crop and animal production, hunting and related service activities	57.44	2.9%
7	Manufacture of basic metals	37.92	1.9%
8	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	36.00	1.8%
9	Manufacture of chemicals and chemical products	33.99	1.7%
10	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	33.96	1.7%

Sumber: WIOD (2019)

Secara lebih rinci, Tabel 7 menyajikan 10 sektor utama yang memiliki nilai ekspor terbesar untuk ekspor Indonesia ke Kanada. Secara umum dapat dilihat bahwa ekspor Indonesia ke Kanada didominasi oleh sektor tekstil, karet, dan produk makanan, yakni sebesar 48,3% dari total nilai ekspor Indonesia ke Kanada. Sektor tekstil merupakan kontribusi ekspor terbesar dari Indonesia ke Kanada yaitu sebesar 35,1%.

Selain tekstil, karet dan sektor produk makanan juga memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap

total ekspor Indonesia ke Kanada, yakni masing-masing sebesar 17,7% dan 14,2%. Secara keseluruhan, ketiga sektor di atas telah menyumbang sebesar lebih dari 50% dari total nilai ekspor Indonesia ke Kanada. Hal tersebut mencerminkan adanya peluang bagi Indonesia untuk melakukan penetrasi pasar Kanada lebih dalam lagi, khususnya dengan memfokuskan kepada sektor-sektor lain yang memiliki daya saing tinggi. Jika melihat struktur Kanada ekspor ke Indonesia, Tabel 8 menunjukkan bahwa Kanada ekspor juga masih

terkonsentrasi di empat sektor utama, yaitu sektor pertambangan dan mineral, sektor peralatan transportasi, makanan sektor produk hewani tanaman dan sektor *basic metal*. Secara bersama-sama keempat sektor tersebut berkontribusi sebesar 51,7% dari total nilai ekspor Kanada ke Indonesia. Satu yang menarik adalah ada keterkaitan yang cukup erat antara sektor *basic metal* Kanada dengan Indonesia.

Dapat disimpulkan dengan mempertimbangkan keluarnya sektor *basic metal* sebagai salah satu sektor

utama penyumbang nilai ekspor terbesar baik itu pada struktur ekspor Indonesia ke Kanada atau sebaliknya. Kajian yang lebih mendalam tentu sangat diperlukan untuk menjawab hal tersebut. Terlepas dari keutamaan keempat sektor di atas, Indonesia juga bukan merupakan pasar utama bagi Kanada. Hal ini terlihat pada persentase *market share* dari keempat sektor utama penyumbang nilai ekspor Kanada ke Indonesia terbesar, yakni sebesar kurang dari 2% untuk keempat sektor tersebut.

Tabel 8. Sepuluh Sektor Utama Untuk Ekspor Kanada ke Indonesia

No.	Sectors	total export (million USD)	%total
1	Wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles	6008.08	14.6%
2	Land transport and transport via pipelines	5086.78	12.3%
3	Computer programming, consultancy and related activities; information service activities	3581.62	8.7%
4	Manufacture of other transport equipment	2766.40	6.7%
5	Accommodation and food service activities	2330.55	5.6%
6	Financial service activities, except insurance and pension funding	1826.33	4.4%
7	Manufacture of computer, electronic and optical products	1456.70	3.5%
8	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	1402.64	3.4%
9	Mining and quarrying	1330.83	3.2%
10	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	1301.26	3.2%

Sumber: WIOD (2019)

Mengacu kembali ke pernyataan awal, ekspor kedua negara didominasi oleh produk *intermediate*. Oleh karena itu, penting untuk dilihat struktur ekspor dengan mempertimbangkan jenis dari

barang yang diekspor. Tabel 9 menyajikan sepuluh sektor utama dengan nilai ekspor terbesar untuk *intermediate input* pada ekspor Indonesia ke Kanada. Secara umum

dapat ditunjukkan bahwa kontribusi lima sektor sudah mencapai 61% dari total ekspor produk *intermediate* Indonesia ke Kanada. Kelima sektor tersebut adalah sektor *basic metal*, sektor karet dan produk plastik, sektor kimia, sektor

tekstil, pakaian jadi dan produk kulit, dan sektor *fabricated metal products*. Kondisi ini mencerminkan bahwa kelima sektor tersebut cukup penting bagi industri Kanada.

Tabel 9. Sepuluh Sektor Dengan Nilai Ekspor Terbesar Untuk Intermediet Input Dalam Struktur Ekspor Indonesia ke Kanada

No	Sectors	Export (million USD)	%total
1	Manufacture of rubber and plastic products	311.62	40%
2	Manufacture of furniture; other manufacturing	86.21	11%
3	Manufacture of computer, electronic and optical products	82.46	11%
4	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	44.44	6%
5	Manufacture of textiles, wearing apparel and leather products	39.09	5%
6	Crop and animal production, hunting and related service activities	31.28	4%
7	Manufacture of basic metals	30.24	4%
8	Manufacture of paper and paper products	28.22	4%
9	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	28.14	4%
10	Accommodation and food service activities	17.35	2%

Sumber: WIOD (2019)

Sektor *manufacture of rubber and plastic products* terlihat cukup dominan dengan persentasenya mencapai 40%, jauh di atas sektor *manufacture of furniture; other manufacturing*. Hal ini mengindikasikan pernyataan sebelumnya bahwa sektor *manufacture of rubber and plastic product* merupakan sector tertinggi dalam ekspor Indonesia ke Kanada.

Jika mempertimbangkan aliran perdagangan sebaliknya, yakni ekspor

Kanada ke Indonesia, maka untuk produk *intermediate*, ekspor Kanada didominasi oleh hanya dua sektor utama, yakni sektor *Crop and animal production, hunting and related service activities*. Secara bersama-sama kedua sektor tersebut menyumbang sebesar 38% dari nilai total ekspor Kanada ke Indonesia untuk kategori barang input *intermediate*. Tabel 10 juga menunjukkan bahwa ekspor sektor manufaktur Kanada ke Indonesia juga

cukup besar, namun jauh lebih kecil dibandingkan sektor yang telah dipaparkan sebelumnya. Persentase ekspor sektor manufaktur hanya

sebesar 14%, jauh lebih kecil dibandingkan sektor *Crop and animal production, hunting and related service activities*.

Tabel 10. Sepuluh Sektor Dengan Nilai Ekspor Terbesar Untuk Intermediet Input Dalam Struktur Ekspor Kanada ke Indonesia

No	Sectors	Export (million USD)	% total
1	Crop and animal production, hunting and related service activities	374.29	38%
2	Manufacture of chemicals and chemical products	137.67	14%
3	Manufacture of paper and paper products	134.13	14%
4	Mining and quarrying	43.10	4%
5	Manufacture of other transport equipment	37.88	4%
6	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	36.39	4%
7	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	36.23	4%
8	Manufacture of computer, electronic and optical products	16.34	2%
9	Forestry and logging	15.95	2%
10	Printing and reproduction of recorded media	14.70	2%

Sumber: WIOD (2019)

Sejalan dengan kategori produk *input intermediate*, ekspor Indonesia ke Kanada yang selanjutnya digunakan sebagai *final product* juga didominasi oleh hanya dua sektor, yakni sektor tekstil, pakaian jadi dan produk kulit, dan sektor makanan jadi dan minuman. Sektor tekstil, pakaian jadi dan produk kulit memang merupakan salah satu sektor ekspor unggulan Indonesia ke

dunia, bukan hanya Kanada. Namun jika dilihat dari besaran persentase kedua sektor di atas yang mencapai 75%, maka menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan ekspor Indonesia ke Kanada khususnya pada sektor selain sektor tekstil, pakaian jadi dan produk kulit, dan sektor makanan jadi dan minuman.

Tabel 11. Sepuluh Sektor Dengan Nilai Ekspor Terbesar Untuk Kategori Produk Akhir Dalam Struktur Ekspor Indonesia ke Kanada

No	Sectors	Export (million USD)	% total
1	Manufacture of textiles, wearing apparel and leather products	649.74	55%
2	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	234.37	20%
3	Manufacture of furniture; other manufacturing	57.61	5%
4	Manufacture of rubber and plastic products	35.31	3%
5	Other service activities	30.56	3%
6	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	29.97	3%
7	Crop and animal production, hunting and related service activities	26.16	2%
8	Manufacture of chemicals and chemical products	22.38	2%
9	Manufacture of basic pharmaceutical products and pharmaceutical preparations	22.26	2%
10	Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment	14.46	1%

Sumber: WIOD (2019)

Struktur ekspor Kanada ke Indonesia untuk kategori produk final Indonesia untuk produk yang dijadikan *final product*, juga tidak jauh berbeda. 68% dari total nilai ekspor Kanada ke *wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles* yaitu sebanyak 15%.

Tabel 12. Sepuluh Sektor Dengan Nilai Ekspor Terbesar Untuk Kategori Produk Akhir Dalam Struktur Ekspor Kanada ke Indonesia

No	Sectors	Export (million USD)	%total
1	Wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles	6006.47	15%
2	Land transport and transport via pipelines	5085.92	13%
3	Computer programming, consultancy and related activities; information service activities	3580.76	9%
4	Manufacture of other transport equipment	2728.52	7%
5	Accommodation and food service activities	2317.47	6%
6	Financial service activities, except insurance and pension funding	1825.39	5%
7	Manufacture of computer, electronic and optical products	1440.35	4%
8	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	1366.42	3%
9	Mining and quarrying	1287.73	3%
10	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	1264.88	3%

Sumber: WIOD (2019)

Oleh karena itu, Indonesia perlu meningkatkan keterkaitan dalam rantai nilai global. Strategi GVC, menawarkan peluang ekonomi baru bagi *offshoring* bagian dari proses produksi mereka, dan karena itu “*upgrade*” dalam rantai nilai. Indonesia perlu lebih fokus pada industri yang maju dan *backward linkage* yang telah diatur sedemikian rupa sehingga sumber daya tidak terbuang untuk membuat hubungan baru. Indonesia memiliki peluang besar di bidang peralatan elektronik, manufaktur kendaraan, dan pertanian. Guna meningkatkan partisipasi Indonesia dalam GVC, maka strategi yang dapat dilakukan:

1. Meningkatkan daya saing dalam negeri di kedua saing biaya dan kapasitas daya saing, khususnya: akses murah untuk pembiayaan
2. Memperbaiki iklim investasi untuk menarik FDI ke Indonesia
3. Meningkatkan Inovasi dan Kualitas SDM Domestik
4. Peningkatan Standar Mutu Produksi begitu bertemu dengan Standar Internasional
5. Meningkatkan Hubungan Antara Lokal dan Internasional Perusahaan

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kontribusi Indonesia dalam GVC masih rendah, hal ini dapat dilihat dari nilai *intermediate input* yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai final input. Bila dibandingkan dengan negara-negara lain ASEAN (yang memiliki ekspor terbesar ke Kanada), yaitu Vietnam, Thailand, dan Malaysia, persentase ekspor *intermediate input* Indonesia hanya sebesar 48,3% dimana jumlah tersebut lebih rendah dibandingkan dengan Negara-negara tersebut. Jika nilai *intermediate input*nya tinggi maka Negara tersebut memiliki keterkaitan rantai nilai global yang lebih bagus.

Oleh karena itu, Indonesia perlu memanfaatkan peluang yang ada sehingga sektor-sektor di Indonesia dapat berpartisipasi dalam rantai nilai global, terutama pada sektor-sektor yang memiliki nilai tambah tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh redaksi Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Mitra Bestari, dan seluruh pihak terkait atas kesempatan, kontribusi, dan bantuan yang telah diberikan dalam penulisan karya tulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Tauhid, dkk. (2018). *Global Value Chain Of Indonesian Pulp And Paper Industry*. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 15 No. 2.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Sistem Informasi Statistik Ekspor Impor. Diakses dari http://sister.kemendag.go.id/?token=548YOa3CNxnP&sess_id=jlmqdaukm2s5fdaig2tond7ol9jhkf42
- Banga, Karishma. (2016). *Impact of Global Value Chains on Employment in India*. Journal of Economic Integration. Vol.31 No.3, September 2016, 631-673.
- Chen, et al. (2019). Global overview for energy use of the world economy: Householdconsumption-based accounting based on the world input-output database (WIOD). Elsevier Journal, Energy Economics Volume 81, June 2019, Pages 835-847
- Dedrick J, Kraemer KL, Linden G. (2010). *Who Profits From Innovation in Global Value Chains?: A Study of The Ipad and Notebook Pcs*. Industrial and Corporate Change 19(1):81–116. <https://doi.org/10.1093/icc/dtp032>
- EU-Indonesia Trade Cooperation Facility. (2015). Diakses dari https://ec.europa.eu/europeaid/projects/eu-indonesia-trade-cooperation-facility-tcf_en
- Gereffi, G; Stark, KF. (2011). *Global Value Chain Analysis: A Primer*.
- Gereffi, G. (2014). *A Global Value Chain Perspective on Industrial Policy And Development In Emerging Markest*. Duke Journal of Comparative & International Law 24: 433.
- Hummels, et al. (2001). *The Nature and Growth of Vertical Specialization in Worls Trade*. Journal of International Economics, Elsevier Volume 54, Issue 1, June 2001, Pages 75-96.
- Ingot, Steven Raja., & Laksani, Dian Dwi. (2019). *Indonesia Global Value Chain Participation in Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)*. Advances in Economics, Business and Management Research.
- Johnson, R; Noguera, G. (2012). *Accounting for Intermediates: Production Sharing And Trade in Value-Added*. Journal of International Economics 86(2): 224–236. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2011.10.003>
- Koopman, R; Powers, W; Wang, Z; Wei SJ. (2010). *Give Credit to Where Credit is Due: Tracing Value Added In Global Production Chains*. NBER Working Paper 16426.
- Kuboniwa, Masaaki. (2014). *Russia's Global Value Chain using a Modified World Input-Output Data*, Japan: Institute of Economic Research Hitotsubashi University.
- Lu, Yingying. (2017). *China's electrical equipment manufacturing in the global value chain: A GVC income analysis based on World Input-Output Database (WIOD)*. Elsevier Journal, International Review of Economics and Finance No 52 (2017) 289–301.
- Meng, B. (2011). *Trade Pattern and Global Value Chain in East Asia: From Trade in Goods to Trade in Tasks*. World Trade Organizations - IDE JETRO. Diakses dari https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/stat_tradeptat_globvalchains_e.pdf
- OECD. (2019). *Guide to OECD's Trade in Value Added (TiVA) Indicators*. OECD, Directorate for Science, Technology and Innovation.
- Rubinova, Stela. (2017). *The Impact of New Regionalism on Global Value Chains Participation*. Geneva: CTEI Working Papers.

- Skabic, Ines Kersan. (2019). *The drivers of global value chain (GVC) participation in EU member states*. Diakses dari: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2019.1629978>
- Sudhana, Pranakusuma. (2017). *Tinjauan Posisi Industri Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia dalam Global Value Chain*. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan V 2017. Diakses dari: <https://core.ac.uk/download/pdf/289705284.pdf>
- The Economist Intelligence Unit. (2020). Diakses dari https://data.eiu.com/Default.aspx?pubtype_id=913181276.
- The Global Value Chains Initiative. (2019). *Concepts & Tools*. Diakses dari <http://www.globalvaluechains.org/>
- Timmer, MP; Erumban, AA; Los, B; Stehrer, R; Gaaitzen, J; De Vries. (2014). *Scaling up Global Value Chains*. Journal of Economics Perspectives 28(2): 99–118. <https://doi.org/10.1257/jep.28.2.99>
- Timmer, M. P., Los, B., Stehrer, R. & de Vries, G. J. (2016). *An Anatomy of the Global Trade Slowdown based on the WIOD 2016 Release*. GGDC research memorandum number 162, University of Groningen.
- Trademap. (2020). Diakses dari <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- WIOD. (2019). Diakses dari <http://www.wiod.org/database/wiots16>
- Xing, L. (2017). *Analysis of Inter-country Input-Output Table Based on Citation Network: How to Measure the Competition and Collaboration between Industrial Sectors on the Global Value Chain*, PLoS ONE 12 (9): e0184055
- Zhou, et al. (2019). *Global value chain, regional trade networks and Sino-EU FTA*. Elsevier Journal, Structural Change and Economic Dynamics Volume 50, September 2019, Pages 26-38.

REVITALISASI PASAR DAN STABILISASI HARGA KOMODITAS PANGAN

Market Revitalization and Stabilization of Food Commodity Prices

Dwi Ariestiyanti¹, Vid Adrison²

¹ Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, Badan Pengkajian & Pengembangan Perdagangan, Kementerian Perdagangan, Jl. M.I Ridwan Rais No.5, Jakarta 10110, DKI Jakarta, Indonesia

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Jakarta, 10430, DKI Jakarta, Indonesia
Email: dwi.ariestiyanti@yahoo.com

Naskah diterima: 18/02/2020; Naskah direvisi: 29/10/2020; Disetujui diterbitkan: 04/11/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara pelaksanaan program revitalisasi pasar dengan stabilisasi harga komoditas pangan. Penelitian ini dilihat dari sudut pandang pemerintah dan juga menggunakan data pasar dari 95 Kabupeten/kota yang ada di Indonesia. Pelaksanaan revitalisasi pasar rakyat berbeda-beda di tiap daerah di Indonesia. Hal ini dilihat dari berapa anggaran yang dikeluarkan di daerah tersebut, kepadatan penduduk, total pasar serta pasar yang direvitalisasi dan juga pendapatan per kapita. Penelitian ini menggunakan data harga 10 komoditas dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional, data anggaran revitalisasi pasar yang diperoleh dari Kementerian Perdagangan dan juga data Potensi Desa (PODES) 2014 dan 2018 dari Badan Pusat Statistik (BPS) untuk melihat data jumlah pasar permanen dan semi permanen. Penelitian ini menggunakan metode data panel dari koefisien variasi dan laju perubahan harga dari 10 komoditi pangan per bulan dari tahun 2016-2019 dari 95 kabupaten/kota di Indonesia. Di estimasi dengan model *Random Effect*. Studi ini membuktikan bahwa pelaksanaan revitalisasi/pembangunan baru pasar rakyat hanya dari sisi anggaran revitalisasi berkorelasi dengan stabilitas harga komoditas pangan. Oleh karena itu, pemberian anggaran untuk revitalisasi pasar harus di awasi karena apabila digunakan secara tepat oleh daerah akan dapat menciptakan stabilisasi harga komoditi di pasar yang sudah direvitalisasi.

Kata kunci : Stabilitas Harga, Revitalisasi Pasar, Harga Komoditas Pangan, *Random Effect*.

Abstract

This study aims to look at the relationship between the implementation of the market revitalization program and the stabilization of food commodity prices. This research is seen from the perspective of the government and uses market data from 95 districts/cities in Indonesia. The revitalization of people's markets varies in each region in Indonesia. This can be seen from the amount of budget spent in the area, population density, total market and revitalized market and per capita income. This study uses 10 commodity price data from the National Strategic Food Price Information Center (PIHPS), market revitalization budget data obtained from the Ministry of Trade and also 2014 Village Potential Data (PODES) and 2018 from the Central Statistics Agency (BPS) to see market number data permanent and semi-permanent. This study uses panel data method from the coefficient of variation and the rate of change in prices of 10 food commodities per month from 2016-2019 from 95 districts / cities in Indonesia. Estimated by the Random Effect model. This study proves that the implementation of revitalization/new development of people's markets only in terms of revitalization budget correlates with the stability of food commodity prices. Therefore, the granting of a budget for market revitalization must be monitored because if it is used properly by the regions, it will be able to create commodity price stabilization in a revitalized market.

Keyword: Price Stability, Market Revitalization, Food Commodity Prices, Random Effects

JEL Classification: D40, E63, E64

PENDAHULUAN

Harga dan fluktuasi pangan memiliki dampak langsung dan besar pada kesejahteraan rumah tangga terutama di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Hal ini terjadi karena sebagian besar anggaran rumah tangga dihabiskan untuk makanan. Sehingga secara politik maupun ekonomi, fluktuasi harga komoditas pangan penting untuk diteliti (Ceballos, et al, 2017; Nugraheni, 2014)

Fluktuasi harga komoditas pangan sebagian besar diteliti secara makro baik dilihat dari sisi ekspor dan impor, juga banyak dilihat dari pengaruh transmisi harga komoditas pangan dunia terhadap harga komoditas pangan dalam negeri (Hegerty, 2016). Fluktuasi harga pangan dapat disebabkan oleh berbagai hal, antara lain pengaruh dari jumlah stok yang stabil, tidak kekurangan hasil produksi, memaksimalkan fungsi pasar dan biaya transaksi, stabilitas sistem pemerintah (politik) dan juga harga internasional karena dapat memengaruhi harga dalam negeri terutama untuk komoditas pangan impor (Kornher & Kalkuhl, 2013).

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga mengalami harga komoditas pangan yang fluktuatif,

terutama beras. Hal ini memberikan dampak bagi kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat berpenghasilan rendah karena komoditi beras merupakan makanan pokok utama mereka. (Jensen & Manrique, 1998; Nugraheni, 2014).

Di Indonesia, fluktuasi dari komoditas pangan dapat disebabkan oleh jumlah penawaran dan permintaan yang terkadang tidak stabil, kegagalan panen karena ketidakpastian cuaca, dan juga terganggunya saluran distribusi antar daerah (Rizaldy, 2017). Selain itu, integrasi antar pasar juga memberikan pengaruh terhadap fluktuasi harga yang terjadi di pasar. Hal ini dikarenakan informasi harga yang tidak sama antar pedagang di pasar-pasar tersebut menyebabkan informasi harga yang sampai ke konsumen berbeda-beda (Nuraeni, et al, 2015).

Terjadinya fluktuasi harga komoditas pangan menandakan kurangnya stabilisasi di suatu negara. Dengan adanya kestabilan harga pembangunan ekonomi berjalan lancar dan kondusif untuk mendukung terciptanya stabilitas sosial, politik, dan keamanan. Masyarakat pun juga menginginkan kestabilan harga karena berimplikasi pada risiko dan ketidakpastian yang harus dihadapi

dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, stabilisasi harga pangan di Indonesia menjadi hal yang selalu digaungkan pemerintah.

Dilihat dari latar belakang, penyebab dari fluktuasi harga di negara berkembang disebabkan oleh banyak faktor antara lain ketidakseimbangan permintaan dan penawaran, cuaca yang tidak tentu, *anomaly* produksi, dan lain-lain (Irawan, 2016; Rizaldy, 2017). Untuk mengurangi fluktuasi harga pemerintah telah menerapkan berbagai kebijakan yang langsung berhubungan dengan komoditas pangan itu sendiri agar tercipta stabilisasi dan kepastian harga seperti penetapan Harga Eceran Tertinggi untuk komoditi Beras dan Harga Patokan Petani untuk komoditi gula pasir.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 57/M/DAG/PER/08/2017 tentang penetapan Harga Eceran Tertinggi Beras, Pemerintah telah melakukan beberapa kebijakan untuk menjaga stabilitas dan kepastian harga, serta keterjangkauan harga di beberapa komoditas pangan. Pemerintah menerapkan Harga Eceran Tertinggi yang beras dan juga penetapan harga acuan pembelian di petani serta harga acuan penjualan di konsumen untuk

beberapa komoditi pangan lainnya yang tertuang dalam Permendag RI Nomor 96 Tahun 2018.

Pada tahun 2015, pemerintah melakukan upaya pengendalian ketersediaan dan kestabilan harga Barang Kebutuhan Pokok (Pangan) dan Barang Penting secara nasional. Oleh karena itu, baik pemerintah pusat dan daerah, sesuai kewenangannya, memiliki 12 tugas yang harus dilaksanakan dua diantaranya mengembangkan infrastruktur dan sarana perdagangan. Hal ini termasuk program revitalisasi/pembangunan pasar di Indonesia yang tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) RI nomor 71 tahun 2015 tentang Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Penting.

Program revitalisasi dan atau pembangunan 5000 pasar rakyat (tradisional) yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun anggaran 2015-2019. Mengapa program 5000 Pasar Rakyat? Pasar rakyat merupakan salah satu aspek penting dalam sistem perdagangan nasional karena sebagai tempat bagi petani dan atau nelayan lokal untuk menjual hasil panen atau tangkapannya kepada konsumen.

Selain itu, dalam Permendag nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 menyebutkan bahwa program ini dilakukan juga untuk mengubah sudut pandang masyarakat terhadap pasar rakyat dan merawat eksistensi pasar sehingga memiliki daya saing dan mampu bertahan dalam era persaingan bebas.

Salah satu misi dari revitalisasi/pembangunan pasar rakyat adalah meningkatkan pendapatan para pedagang pasca revitalisasi dan meningkatkan peran pasar sebagai penyangga ketersediaan barang kebutuhan pokok (Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, 2017). Hal ini sesuai dengan salah satu poin prinsip revitalisasi dari sisi ekonomi, dalam Permendag nomor 37/M-DAG/PER/5/2017, adalah peningkatan instrumen stabilisasi harga khususnya terhadap barang kebutuhan pokok.

Dalam Perpres nomor 71 Tahun 2015, terdapat 11 jenis barang yang termasuk ke dalam barang kebutuhan pokok, antara lain beras, kedelai sebagai bahan baku tahu tempe, cabe, bawang merah, gula, minyak goreng, tepung terigu, daging sapi, daging ayam ras, telur ayam ras, dan ikan segar (bandeng, kembung, dan tongkol/tuna/cakalang). Dikatakan

sebelumnya bahwa pasar memiliki peran sebagai penyangga ketersediaan barang kebutuhan pokok. Hal ini dapat menjadi barometer stabilisasi harga pangan di tingkat nasional.

Pelaksanaan revitalisasi pasar rakyat ini masih berjalan pelaksanaannya. Telah terdapat beberapa penelitian mengenai revitalisasi pasar rakyat ini tetapi dengan cakupan yang kecil, seperti dalam wilayah tertentu dan juga hanya membandingkan pasar satu dengan pasar yang lainnya, harga jual barang setelah revitalisasi dan juga lebih memfokuskan kepada penelitian mengenai kenaikan pendapatan para pedagang pasar. Hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang menghubungkan revitalisasi/pembangunan pasar rakyat dengan stabilisasi harga komoditi barang kebutuhan pokok.

Salah satu penelitian mengenai revitalisasi pasar yaitu mengenai dampak dari revitalisasi pasar yang mengakibatkan kenaikan harga komoditi yang dijual di Pasar BSD (Ranjani, Ayu S, & Nurhikmah, 2018). Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan yang terjadi di Pasar Sei Sikambing Medan, Sumatera Utara, harga yang ditawarkan di pasar tersebut

masih terjangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen walaupun telah dilakukan revitalisasi pasar (Sihombing, Dewi, & Astika, 2019). Program revitalisasi ini juga dilakukan di Pasar Adat Intaran Sanur. Setelah direvitalisasi di Pasar tersebut konsumen tidak mengeluhkan tingkat harga jual barang-barang yang ada di pasar tersebut (Arimbawa & Marhaeni, 2017).

Revitalisasi pasar yang terjadi di beberapa pasar di Kampung Lalang Medan memberikan dampak yang positif bagi konsumen dan pedagang. Dari beberapa indikator, kesegaran bahan kebutuhan pokok yang dijual dan juga harga yang masih dapat di tawar serta masih dibawah harga di retail modern menjadi pendorong konsumen untuk tetap berbelanja di pasar-pasar tersebut (Sihombing, et al, 2019).

Selain itu, alokasi pendanaan dalam pelaksanaan revitalisasi pasar di Pasar Bulu Kota Semarang ternyata tidak dilakukan secara tepat karena fasilitas yang seharusnya terbangun dengan pelaksanaan revitalisasi ini tidak ada di pasar tersebut (Nurlaela & Hariani, 2017). Terdapat juga perbedaan antara pasar tradisional zaman dahulu dan sekarang mulai dari segi jenis dagangan, peran pasar,

bentuk interaksi, dan sistem rotasi pasar. Dampak yang ditimbulkan oleh revitalisasi yaitu dari segi bangunan menjadi lebih bagus, lebih bersih, tidak becek lagi jika hujan, tetapi dari segi pendapatan, tidak semua pasar mengalami peningkatan setelah direvitalisasi (Ismayati, 2017).

Untuk menciptakan stabilisasi harga yang dilihat dari sisi sarana perdagangan masih belum banyak dilakukan. Pasar Rakyat merupakan salah satu sarana perdagangan. Revitalisasi/pembangunan pasar rakyat dikatakan sebagai instrumen revitalisasi ekonomi untuk stabilisasi harga komoditas pangan. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan dari revitalisasi/pembangunan pasar dengan stabilisasi dan perubahan harga komoditas pangan di Indonesia. Stabilisasi harga direpresentasi dengan menggunakan laju perubahan harga dan juga koefisien variasi.

Kebijakan Revitalisasi Pasar

Rancangan awal RPJMN 2015-2019, pengembangan kapasitas perdagangan nasional dapat dilakukan dengan melalui dua arah yaitu dari sisi perdagangan dalam negeri dan luar negeri. Pengembangan kapasitas perdagangan dalam negeri tahun 2015-

2019 memiliki lima target, antara lain turunnya rata-rata biaya logistik terhadap PDB sebesar 5% setiap tahunnya, menurunnya waktu *dwelling time* hingga 3-4 hari di tahun 2019, PBD riil subkategori perdagangan besar dan eceran meningkat, koefisien variasi harga kebutuhan pokok antarwaktu berada di bawah 9% dan dibawah 14,2% untuk antarwilayah, serta revitalisasi/pembangunan 5000 pasar rakyat selama lima tahun.

Dapat dilihat bahwa program revitalisasi/pembangunan pasar rakyat masuk ke dalam target kebijakan pengembangan kapasitas perdagangan dalam negeri di RPJMN Tahun 2015-2019. Pasar rakyat sebagai salah satu sarana perdagangan perlu ditingkatkan ketersediaan, kelayakan, dan kualitasnya (nyaman, bersih dan sehat) untuk memperlancar arus distribusi barang kebutuhan pokok, terutama untuk daerah-daerah yang masih sedikit memiliki sarana perdagangan.

Mengembangkan infrastruktur dan sarana perdagangan dapat diartikan sebagai melakukan revitalisasi dari pasar rakyat seperti yang tertuang dalam RPJMN 2015-2019. Oleh karena itu pemerintah pusat dan daerah memiliki tugas untuk mengembangkan infrastruktur dan sarana perdagangan

dengan tujuan mengendalikan ketersediaan dan kestabilan harga barang kebutuhan pokok (Pangan) dan barang penting di Indonesia.

Dalam Permendag nomor 37/M-Dag/Per/5/2017, yang dimaksud sarana perdagangan antara lain pasar rakyat, gudang yang tidak bersistem resi gudang, dan pusat distribusi yang bertujuan untuk mendukung kelancaran arus distribusi barang. Selain itu, yang dimaksud pembangunan/revitalisasi dari sarana perdagangan yaitu berusaha meningkatkan atau memberdayakan sarana dan prasarana fisik, manajemen, sosial budaya, dan ekonomi dari sarana perdagangan.

Untuk pembiayaan atau anggaran program revitalisasi/ pembangunan baru pasar rakyat dapat bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui Dana Tugas Pembantuan dan Dana Alokasi Khusus. Dana Tugas Pembantuan (TP) merupakan dana yang berasal dari APBN yang dilaksanakan oleh daerah dan desa yang mencakup semua penerimaan dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan tugas pembantuan. Dana Alokasi Khusus (DAK) merupakan dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu dengan tujuan untuk

membantu mendanai kegiatan khusus yang menjadi urusan daerah sesuai dengan prioritas nasional.

Revitalisasi pasar rakyat dilakukan melalui 4 (empat) prinsip yaitu revitalisasi fisik, manajemen, ekonomi, dan sosial. Dengan kata lain, melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas, kondisi fisik pasar serta sistem manajemen pengelolaan pasar yang jelas. Revitalisasi pasar dapat menciptakan lingkungan yang menarik sehingga memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial masyarakat. Pada akhirnya dapat mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal (*local economic development*) dan juga sebagai instrumen peningkatan stabilitas harga kebutuhan bahan pangan pokok.

Revitalisasi pasar rakyat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan omset para pedagang sehingga tingkat kesejahteraan bertambah, memperlancar arus distribusi dan logistik bahan kebutuhan, serta menguatkan pasar dalam negeri di era perdagangan global saat ini. Terdapat beberapa kriteria pemilihan lokasi prioritas revitalisasi atau pembangunan pasar rakyat yaitu pasar yang telah berusia lebih dari 25 tahun, mengalami kebakaran, pasca bencana alam dan

konflik sosial, pasar di daerah tertinggal atau daerah yang kurang memiliki sarana perdagangan, terakhir daerah yang memiliki potensi perdagangan besar. Tujuan dari revitalisasi pasar meningkatkan pendapatan tidak hanya pedagang tetapi juga pelaku-pelaku ekonomi di sekitarnya. Selain itu juga mempermudah transaksi jual beli.

METODE

Penelitian ini menggunakan data panel dari data Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional Bank Indonesia (BI) Tahun 2016-2019, Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, dan juga Kementerian Pertanian. PIHPS melakukan survei terhadap 10 komoditas pangan (Beras, Bawang Merah, Bawang Putih, Cabai Merah, Cabai Rawit, Daging Sapi, Daging Ayam Ras, Telur Ayam Ras, Gula Pasir, dan Minyak Goreng).

Data PIHPS terpilih sebagai sampel karena memuat data harga rata-rata per bulan dari 10 komoditas di 95 kabupaten/kota yang berasal dari seluruh pasar yang disurvei BI. Data harga yang disurvei adalah harga eceran hasil transaksi yang terjadi antara penjual (pedagang eceran) dan pembeli (konsumen) dalam satuan standar harga yang telah ditetapkan BI.

Data BPS digunakan untuk melihat data kepadatan penduduk dari 95 kabupaten/kota dan juga data Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita dari setiap kabupaten/kota. Data kepadatan penduduk digunakan sebagai pembagi dari dana anggaran pasar yang diperoleh dari kabupaten/kota. Selain data kepadatan penduduk dan PDRB per kapita, penelitian juga menggunakan data Potensi Desa (PODES) tahun 2014 dan 2018 dari BPS. Data PODES digunakan untuk melihat jumlah pasar permanen dan semi permanen di setiap kabupaten/kota. Jumlah pasar permanen dan semi permanen akan menjadi pembagi dalam variabel rasio pasar.

Untuk data Kementerian Perdagangan memuat data anggaran pasar untuk program revitalisasi dan atau pembangunan baru pasar rakyat tersebut. Data yang diperoleh dari tahun 2015-2018 di seluruh kabupaten kota. Data anggaran ini, nantinya akan di mundurkan satu tahun dengan asumsi bahwa revitalisasi /pembangunan baru membutuhkan waktu kurang lebih satu tahun dari tahun pertama program ini dijalankan. Selain data anggaran, penelitian ini juga menggunakan jumlah

pasar yang direvitalisasi di kabupaten/kota. Data ini akan menjadi pembentuk dari variabel rasio pasar. Selanjutnya data Kementerian Pertanian digunakan untuk melihat daerah penghasil komoditas hortikultur dan beras. Data tersebut yang menjadi dasar dari penentuan dummy hortikultur.

Penelitian ini menggunakan variabel koefisien variasi dan laju perubahan harga. Koefisien variasi (simpangan terhadap rata-rata) dari masing-masing komoditas dihitung berdasarkan data harga secara runtun waktu menggambarkan fluktuasi digunakan untuk mengetahui stabilitas harga suatu komoditas. Semakin kecil nilai koefisien variasi (CV) dapat diinterpretasikan bahwa harga relatif stabil atau memiliki fluktuasi yang rendah, begitu pula sebaliknya. Koefisien variasi diperoleh dari standar deviasi suatu variabel dibagi dengan rata-ratanya, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CV = \frac{\text{Standard Deviasi}}{\text{Rata-rata}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (P - \bar{P})^2}{n}}}{\bar{P}}$$

Perubahan harga (*Growth*) dihitung untuk melihat laju perubahan harga yang terjadi pada masing-masing komoditas yang menjadi objek penelitian. Laju perubahan harga yang

terjadi setiap bulannya di rata-ratakan menjadi satu tahun untuk melihat laju perubahan harga per tahun. Hal ini berkaitan dengan pemberian anggaran program revitalisasi pasar yang dilakukan per tahun. Perhitungan laju perubahan harga diperoleh dari pengurangan harga pada bulan berjalan dikurangkan dengan bulan sebelumnya dibagi dengan harga pada bulan sebelumnya, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Growth = \frac{Harga_t - Harga_{(t-1)}}{Harga_{(t-1)}} \times 100\%$$

Penelitian menggunakan data panel dengan model *random effect*. Penggunaan model *random effect* dikarenakan adanya penggunaan variabel kontrol *dummy* untuk

merepresentasikan ketidaktahuan tentang model yang sebenarnya yang tidak dapat dilakukan dengan model *fixed effect* (Gujarati & Porter, 2009).

Selain itu, model *random effect* mengasumsikan bahwa efek individu tidak berkorelasi dengan regresor manapun maka estimasi varians error dispesifikan untuk kelompok atau waktu. Oleh karena itu, ε_{it} adalah komponen komposit *error*. Inilah mengapa model *random effect* disebut sebagai *Error Component Model*. Baik intercept maupun slope sama antar individu. Perbedaan diantara individu atau periode waktu terletak dalam *error* spesifik individu bukan pada intersepnya (Susanti, 2013).

$$CVKomoditi_{it} = \beta_0 + \beta_1 AnggaranDens_{it} + \beta_2 RasioPasar_{it} + \beta_3 PDRBKap_{it} + \beta_4 dRevitalisasi_{it} + \beta_5 dKota_{it} + \beta_6 dHorti_{it} + \beta_7 dPulau_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(1)$$

dan

$$HKomoditi_{it} = \beta_0 + \beta_1 AnggaranDens_{it} + \beta_2 RasioPasar_{it} + \beta_3 PDRBKap_{it} + \beta_4 dRevitalisasi_{it} + \beta_5 dKota_{it} + \beta_6 dHorti_{it} + \beta_7 dPulau_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(2)$$

Dimana $CVKomoditi_{it}$ adalah Koefisien Variasi Harga dari masing-masing komoditas; $HKomoditi_{it}$ adalah laju perubahan harga dari masing-masing komoditas; *AnggaranDensity* adalah Variabel anggaran pasar revitalisasi dibagi dengan kepadatan penduduk di

masing-masing kabupaten/kota; *Rasio Pasar* adalah variabel rasio pasar dari total pasar yang direvitalisasi dibagi dengan total pasar yang ada di tiap Kabupaten/Kota; *PDRBCap* adalah variabel nilai PDRB per kapita dari setiap kabupaten/kota; *dRevitalisasi*

adalah variabel dummy untuk adanya pelaksanaan revitalisasi pada tahun t (1 = ada); $dKota$ adalah variabel dummy untuk kabupaten/kota, (1 = Kota); $dHortikultur$ adalah variabel dummy untuk kabupaten/kota penghasil tanaman hortikultur (1 = penghasil hortikultur); $dPulau$ adalah variabel dummy untuk kabupaten/kota yang berada di pulau jawa (1 = berada di pulau jawa); ε adalah *error term*; i adalah data kabupaten/kota (1,2,...,95); dan t adalah unit waktu 2016-2019.

Penelitian menggunakan satu variabel penjelas utama yaitu anggaran revitalisasi. Data anggaran revitalisasi direpresentasikan dengan nilai anggaran yang diperoleh untuk melakukan revitalisasi/pembangunan baru per kabupaten/kota. Dalam hal ini data anggaran yang diperoleh akan di bagi dengan data kepadatan penduduk di setiap kabupaten/kota yang di observasi. Hal ini dikarenakan dalam Permendag Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 disebutkan bahwa jumlah pembangunan pasar tradisional di suatu daerah perlu melihat kepadatan penduduk. Oleh karena adanya perbedaan tahun antara data harga dari PIHPS dengan data pasar dari Kementerian Perdagangan, maka data anggaran revitalisasi dimundurkan

satu tahun menjadi tahun 2016-2019 dengan asumsi tidak ada informasi mengenai kapan pasar tersebut selesai dilakukan revitalisasi/pembangunan baru sehingga dapat digunakan kembali.

Selain variabel penjelas utama, penelitian juga menggunakan beberapa variabel kontrol berupa karakteristik dari kabupaten/kota, pasar, dan juga hal yang memengaruhi perubahan harga. Variabel kontrol yang digunakan antara lain, rasio pasar, Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita di tiap kabupaten/kota, jenis kabupaten/kota, penghasil komoditas, dan lokasi pasar.

Variabel kontrol pertama yaitu rasio pasar. Rasio ini berasal dari jumlah pasar yang di revitalisasi dengan jumlah pasar (total dari pasar permanen dan semi permanen) yang ada di 95 kabupaten/kota. Rasio ini digunakan untuk melihat perbandingan jumlah pasar yang direvitalisasi dengan total jumlah pasar yang ada di kabupaten/kota itu. Pasar permanen dan semi permanen digabungkan karena pada pasar yang di revitalisasi tidak dijelaskan apakah pasar yang di revitalisasi merupakan pasar semi permanen atau permanen. Walaupun dalam Permendag Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang

Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan disebutkan bahwa pasar semi permanen yang menjadi embrio dalam program revitalisasi. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Subdirektorat Pengembangan Sarana Distribusi, Direktorat Sarana Distribusi Logistik, Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan dalam pelaksanaannya terdapat pula pasar yang sudah berupa pasar permanen yang direvitalisasi.

Variabel kontrol kedua yaitu Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita. Semakin besar nilai PDRB per kapita di suatu kabupaten/kota maka tingkat kesejahteraan masyarakat di kabupaten/kota tersebut semakin tinggi. Variabel kontrol ketiga adalah *dummy* revitalisasi. Pelaksanaan revitalisasi tidak dilaksanakan secara serentak di 95 kabupaten/kota sampel penelitian. Pelaksanaan revitalisasi/pembangunan baru pasar rakyat tersebut dilihat dari kesiapan pemerintah daerah dalam memenuhi data-data yang diminta oleh pemerintah pusat untuk pelaksanaan revitalisasi/pembangunan baru pasar rakyat tersebut.

Variabel kontrol selanjutnya adalah *dummy* jenis kota yang dikelompokkan menjadi kabupaten dan kota. Jenis kota menggambarkan perbedaan yang dimiliki dari kabupaten dan kota terutama perbedaan dalam hal perekonomian, kependudukan dan sosial budaya yang dilihat berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 38/2007 tentang pembagian urusan Pemerintahan.

Variabel kontrol selanjutnya adalah *dummy* penghasil komoditas yang dikelompokkan menjadi daerah penghasil beras-hortikultura dan bukan keduanya. Tanaman hortikultur yang dimaksud adalah tanaman sayuran semusim yang berumur kurang dari satu tahun dan tidak dibedakan lahan dan daerah tanamnya. Asumsi penggunaan *dummy* penghasil hortikultur yaitu di Indonesia harga untuk komoditas hortikultur dan beras lebih berfluktuasi dibandingkan dengan komoditas lainnya. Oleh karena itu, untuk daerah penghasil beras dan hortikultur seharusnya tidak mengalami fluktuasi harga yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan daerah lainnya apabila sedang mengalami anomaly produksi (Irawan, 2016).

Variabel kontrol yang terakhir adalah *dummy* lokasi pasar yang menggambarkan apakah kabupaten/kota sebagai lokasi pasar dibangun/direvitalisasi berada di pulau jawa atau tidak. Hal ini untuk melihat jalur distribusi dari komoditas yang ada. Semakin Panjang jalur distribusi komoditas, terutama komoditas impor, maka akan memengaruhi fluktuasi harga komoditas di pasar (Kornher & Kalkuhl, 2013). Selain itu juga, apabila terjadi kondisi gagal panen dari komoditas yang sebagian besar diproduksi dipulau jawa akan memengaruhi stok dan fluktuasi harga di pasar.

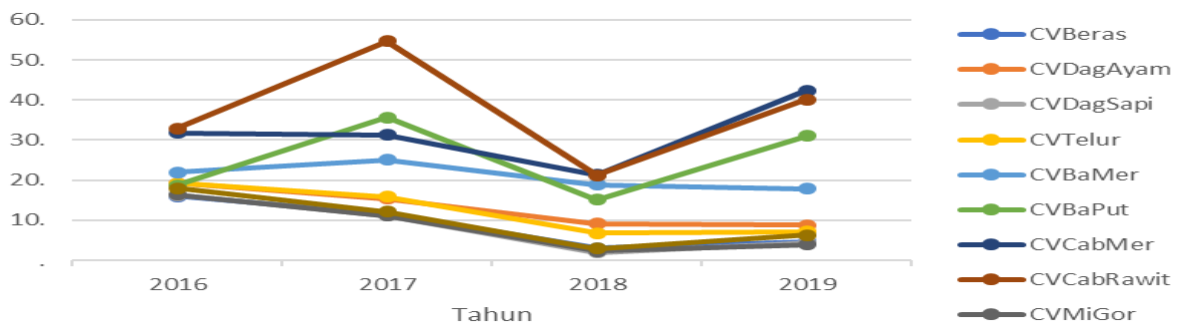
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pasar dapat dikatakan menjadi tempat yang dapat memengaruhi fluktuasi harga komoditas karena apabila di suatu daerah hanya memiliki jumlah pasar yang sedikit kemungkinan jumlah pedagang juga sedikit. Oleh karena sedikitnya jumlah pedagang, maka akan dapat memengaruhi harga jual ke konsumen. Pasar yang jumlah pedagang sedikit berbeda dengan pasar di daerah lain yang jumlah pasar dan pedagangnya lebih banyak (Crucini et al., 2010; Irawan, 2016; Sharp & Uebele, 2013).

Homogenitas dan melimpahnya komoditas pertanian yang akan dijual membuat petani tidak mempunyai *bargaining position* untuk memengaruhi harga dan menerima hanya sebagai *price taker*. Sebaliknya untuk tingkat pedagang pengumpul atau tengkulak yang jumlahnya relatif sedikit cenderung membentuk pasar oligopoli sehingga mempunyai kekuatan untuk memengaruhi harga. Seringkali para pedagang pengumpul/tengkulak tersebut membentuk sebuah kartel yang dapat membuat kesepakatan dan membentuk harga pasar (Pindyck & Rubinfeld, 2013). Oleh karena itu, penelitian ini memilih revitalisasi pasar dihubungkan dengan fluktuasi harga yang diinterpretasikan dari koefisien variasi dan laju perubahan harga.

Program revitalisasi atau pembangunan baru pasar di mulai pada tahun 2015, dengan asumsi proses revitalisasi/pembangunan baru selesai dan dapat digunakan kembali tahun berikutnya. Salah satu tujuan program ini adalah untuk mewujudkan stabilisasi harga komoditas pangan, dapat dilihat dari koefisien variasi harga komoditas. Nilai koefisien variasi ini diperoleh dari total standar deviasi dibagi dengan total rata-rata harga per bulan setiap tahunnya dari tahun 2016-2019.



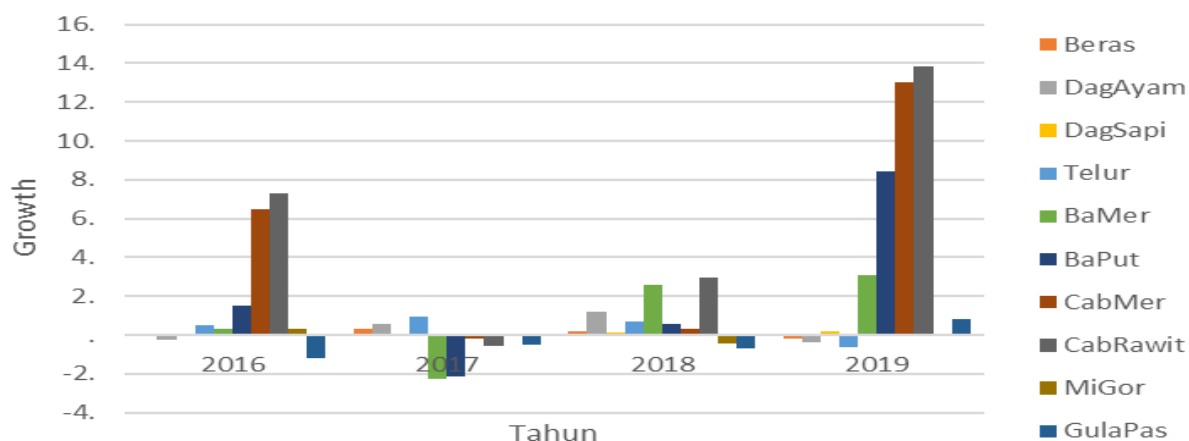
Gambar 1. Koefisien Variasi Harga Komoditas Harga Pangan, 2016-2019

Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2019), diolah

Pada Gambar 1 terlihat nilai koefisien variasi 10 komoditas pangan dari 95 kabupaten/kota. Terlihat bahwa nilai koefisien variasi dari cabai rawit dan bawang putih yang mengalami gejolak harga yang cukup signifikan bila dibandingkan ketujuh komoditi yang lainnya. Apabila melihat perubahan harga dari tahun 2016 ke tahun 2017, koefisien variasi harga untuk tiga komoditas pangan yang mengalami kenaikan yaitu bawang merah, bawang putih dan cabai rawit. Namun hanya cabai rawit mengalami lonjakan harga yang cukup signifikan, dikarenakan adanya kenaikan harga yang cukup

signifikan pada awal tahun 2017 yang disebabkan adanya kelangkaan pasokan di awal tahun.

Selain menggunakan koefisien variasi harga, stabilisasi harga dapat dilihat menggunakan laju perubahan harga. Nilai laju perubahan harga diperoleh dari pengurangan harga pada bulan berjalan dengan harga pada bulan sebelumnya dibagi dengan harga pada bulan sebelumnya. Hasil dari perhitungan tersebut dirata-ratakan menjadi tahunan dan dipersentasekan. Gambar 2. merupakan rata-rata laju perubahan per tahun dari 95 kabupaten/kota.



Gambar 2. Laju Perubahan Harga Komoditas Pangan

Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2019), diolah

Pada Gambar 2. dapat dilihat rata-rata laju perubahan harga 10 komoditas pangan dari 95 kabupaten/kota setiap tahunnya. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 dan tahun 2019 dari 10 komoditas yang diteliti, hanya terdapat tiga komoditas yang mengalami tren kenaikan harga antara lain bawang putih, cabai merah, cabai rawit. Pada tahun 2019, rata-rata laju perubahan harga untuk komoditi bawang putih sebesar 8,43%, untuk komoditi cabai merah 13%, dan 13,85% untuk komoditi cabai rawit.

Dengan melihat laju perubahan harga pada komoditas cabai rawit dan cabai merah, selama tahun 2019 kedua komoditas tersebut sering mengalami gagal panen di daerah penghasilnya. Akibat kegagalan panen tersebut maka harga jual di pasar menjadi sangat

berfluktuatif. Hal ini menjadikan kedua komoditas tersebut memberikan andil terhadap inflasi yang terjadi pada tahun 2019 (Media Indonesia, 2019).

Hasil Estimasi

Berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 1., variabel anggaran per kepadatan (*density*) menunjukkan korelasi negatif dengan koefisien variasi pada tingkat signifikansi pada $\alpha < 1\%$, kecuali untuk komoditas bawang merah dan cabai merah tingkat signifikansi $\alpha < 5\%$. Setiap kenaikan anggaran per kepadatan mulai dari Rp 301,- hingga Rp 531,- akan menurunkan nilai koefisien variasi harga dari masing-masing komoditas pangan. Komoditas daging ayam ras, daging sapi, telur, bawang merah, bawang putih, cabai merah, cabai rawit dan gula pasir juga menunjukkan tingkat signifikansi $\alpha < 1\%$

dan $\alpha < 5\%$ pada variabel anggaran per kepadatan (*density*).

Hal ini menunjukkan bahwa pemberian anggaran untuk revitalisasi/ pembangunan baru pasar rakyat yang sesuai tingkat kepadatan penduduk akan dapat menurunkan fluktuasi harga yang dilihat dari koefisien variasi harga tersebut. Hal ini dikarenakan jumlah pembangunan pasar tradisional di suatu daerah perlu melihat kepadatan penduduk. Apabila pasar yang direvitalisasi menjadi lebih besar sesuai dengan jumlah kepadatan penduduk tersebut kemungkinan besar akan semakin banyak masyarakat yang berbelanja di pasar yang telah direvitalisasi tersebut.

Untuk variabel *dummy* jenis kota, menunjukkan bahwa ada bedanya stabilisasi harga di pasar yang terletak di kabupaten dengan yang di kota. Untuk variabel *dummy* hortikultur pun menunjukkan bahwa hanya komoditi cabe rawit yang menunjukkan ada bedanya stabilisasi harga bila daerah sekitar pasar tersebut penghasil hortikultur dan bila terjadi anomali produksi.

Untuk rasio pasar, PDRB per kapita, pelaksanaan revitalisasi, dan lokasi pasar di luar pulau Jawa tidak menunjukkan adanya perbedaan untuk

penelitian mengenai stabilisasi harga komoditi berkorelasi revitalisasi pasar. Pada rasio pasar, jumlah pasar yang direvitalisasi masih lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pasar yang ada. Oleh karena itu, jumlah pasar yang direvitalisasi tidak terlalu terlihat pengaruhnya.

Pelaksanaan revitalisasi pasar baru dapat dirasakan adanya perbedaan terhadap stabilisasi harga pada tahun 2018 dan 2019 atau tiga tahun setelah program revitalisasi berjalan. Pelaksanaan revitalisasi berkorelasi dengan stabilisasi harga pada komoditas-komoditas tersebut.

Laju perubahan harga yang terjadi di masing-masing komoditas menunjukkan tingkat inflasi di tingkat komoditas tersebut. Berdasar Tabel 2. mengenai korelasi laju perubahan harga dan revitalisasi pasar hanya variabel anggaran per kepadatan (*density*) yang menunjukkan tingkat signifikansi pada $\alpha < 1\%$ dan $\alpha < 5\%$. Hasil estimasi menunjukkan korelasi dari perubahan harga dengan revitalisasi pasar dibedakan menjadi korelasi positif dan negatif.

Untuk komoditas beras, bawang putih, dan cabai merah menunjukkan korelasi positif antara laju perubahan harga dengan revitalisasi pasar.

Pelaksanaan revitalisasi pasar dapat meningkatkan laju perubahan harga dari ketiga komoditas tersebut. Untuk daging ayam, daging sapi, telur dan cabai rawit menunjukkan korelasi negatif antara laju perubahan harga dengan revitalisasi pasar. Pelaksanaan revitalisasi pasar dapat mengurangi laju perubahan harga dari keempat komoditas tersebut. Sedangkan untuk tiga komoditi lainnya tidak menunjukkan korelasi dari laju perubahan harga yang terjadi dari pelaksanaan revitalisasi pasar ini.

Pada tahun pelaksanaan revitalisasi dan lokasi pasar yang berada di kota/kabupaten menunjukkan adanya perbedaan pada komoditi gula pasir saja. Untuk pasar yang terletak di daerah penghasil hortikultur yang menunjukan adanya perbedaan pada komoditi bawang merah dan cabe rawit. Begitu juga dengan pasar yang terletak diluar pulau jawa, menunjukkan adanya perbedaan bagi komoditi telur dan cabai rawit. Perbedaan tersebut dilihat dari pelaksanaan revitalisasi jika dikorelasikan dengan laju perubahan harga.

Sama halnya dengan hasil estimasi koefisien variasi, pada estimasi laju perubahan harga ini pun terdapat beberapa variabel yang tidak menunjukkan perbedaan pelaksanaan revitalisasi pasar. Pada Tabel 2 hanya rasio pasar

dan PDRB per kapita yang tidak menunjukkan adanya perbedaan untuk penelitian mengenai stabilisasi harga komoditi berkorelasi revitalisasi pasar. Pada estimasi laju perubahan harga berkorelasi dengan revitalisasi pasar ini, juga baru dapat dirasakan adanya perbedaan dari pelaksanaan revitalisasi pasar terhadap stabilisasi harga pada tahun 2018 dan 2019 atau tiga tahun setelah program revitalisasi berjalan.

Tabel 1 dan Tabel 2, keduanya menunjukkan variabel anggaran per kepadatan (*density*) yang berdampak signifikan. Oleh karena itu, pemberian anggaran dari pemerintah untuk pelaksanaan revitalisasi pasar memiliki andil yang cukup penting bagi pasar tersebut dimana pada akhirnya juga akan berkorelasi dengan stabilitas harga komoditi bahan kebutuhan pangan pokok.

Namun, apabila melihat kembali kepada penelitian terdahulu, yang memberikan hasil bahwa konsumen tidak terlalu khawatir dengan tingkat harga yang ditawarkan di pasar setelah direvitalisasi dapat dikatakan sejalan dengan penelitian. Hal ini dikarenakan jika harga komoditi kebutuhan pokok yang mengalami fluktuasi harga seperti pada hasil estimasi, konsumen atau masyarakat akan tetap membelinya.

Tabel 1. Hasil Estimasi Koefisien Variasi Harga dan Revitalisasi Pasar

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Cvberas	Cvdagayam	cvdagsapi	cvtelur	cvbamer	cvbaput	cvcabmer	cvcabrawit	cvnigor	cvgulapas	
anggarandensity	-0.00400*** (0.00147)	-0.00436*** (0.00142)	-0.00380*** (0.00147)	-0.00531*** (0.00143)	-0.00301** (0.00144)	-0.00365*** (0.00134)	-0.00315** (0.00129)	-0.00409*** (0.00137)	-0.00420*** (0.00147)	-0.00433*** (0.00146)
rasiopasar	0.0101 (0.0140)	0.00982 (0.0136)	0.0125 (0.0139)	0.0109 (0.0137)	0.00750 (0.0132)	0.00680 (0.0145)	0.00422 (0.0146)	-0.00830 (0.0111)	0.00830 (0.0133)	0.00981 (0.0128)
pdrbkap	-0.00866 (0.0117)	-0.0133 (0.0117)	-0.00935 (0.0115)	-0.00878 (0.0107)	-0.00662 (0.00997)	-0.00943 (0.00932)	-0.00964 (0.00833)	0.00509 (0.00804)	-0.00905 (0.0120)	-0.00852 (0.0111)
drevitalisasi	2.497 (4.588)	3.557 (4.412)	2.710 (4.577)	3.066 (4.476)	3.280 (4.336)	3.186 (4.424)	0.579 (4.586)	0.977 (4.718)	2.732 (4.536)	2.346 (4.513)
dkota	-9.453*** (3.507)	-8.728** (3.505)	-9.124** (3.571)	-8.309** (3.369)	-6.576* (3.477)	-5.740* (3.319)	-5.196* (2.924)	-4.131 (3.402)	-9.302*** (3.488)	-8.726** (3.458)
dhortikultur	-1.075 (2.661)	-3.780 (2.646)	-1.789 (2.680)	-1.384 (2.587)	0.839 (2.653)	-1.865 (2.616)	1.013 (2.414)	8.838*** (2.834)	-1.787 (2.640)	-1.706 (2.616)
dpulau	0.782 (3.111)	-0.208 (3.343)	0.488 (3.168)	0.147 (2.969)	2.804 (3.362)	-0.502 (3.165)	-1.391 (3.411)	1.994 (3.621)	0.105 (3.054)	0.214 (3.003)
2017.tahun	-4.469 (6.048)	-3.992 (5.911)	-5.035 (6.044)	-3.491 (5.960)	2.916 (5.789)	16.69*** (5.645)	-0.403 (5.728)	21.64*** (5.565)	-5.291 (6.056)	-5.845 (6.015)
2018.tahun	-12.98*** (4.413)	-10.09** (4.258)	-14.26*** (4.364)	-12.57*** (4.290)	-3.221 (4.170)	-3.670 (4.336)	-10.45** (4.085)	-11.87*** (4.046)	-14.13*** (4.405)	-15.11*** (4.351)
2019.tahun	-11.28** (4.770)	-10.32** (4.587)	-11.65** (4.758)	-12.05** (4.723)	-4.210 (4.652)	12.26*** (4.552)	10.66** (4.650)	6.983 (4.941)	-12.36*** (4.787)	-11.60** (4.734)
Observations	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Number of provkab	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Keterangan : * p < 0,10; ** p < 0,05; *** p < 0,010
() robust standard error

Tabel 2. Hasil Estimasi Laju Perubahan Harga dan Revitalisasi Pasar

VARIABLES	(1) beras	(2) Dagayam	(3) dagsapi	(4) telur	(5) baner	(6) baput	(7) cabmer	(8) cabrawit	(9) migor	(10) gulapas
anggarandensity	5.96e-05*** (1.57e-05)	-0.000531*** (4.81e-05)	-7.97e-05*** (1.66e-05)	-0.000235*** (5.76e-05)	5.15e-05 (6.64e-05)	0.000347** (0.000142)	0.000337** (0.000145)	-0.000554*** (0.000150)	5.11e-06 (1.84e-05)	1.33e-06 (2.27e-05)
rasiopasar	-0.00473 (0.00763)	0.0122 (0.0287)	0.00471 (0.00629)	0.00525 (0.0193)	-0.0314 (0.0431)	-0.0207 (0.0319)	0.0229 (0.120)	0.0814 (0.0870)	0.0169 (0.0120)	-0.0222 (0.0186)
pdrbkap	0.000284 (0.000229)	4.48e-05 (0.000514)	0.000225 (0.000282)	0.000183 (0.000367)	-1.99e-05 (0.000569)	-4.53e-05 (0.00120)	0.000341 (0.00166)	-0.000813 (0.00273)	0.000451 (0.000428)	0.000177 (0.000344)
drevitalisasi	0.0131 (0.0778)	-0.187 (0.294)	-0.0757 (0.0928)	-0.0273 (0.245)	0.771 (0.523)	-0.376 (0.340)	-1.263 (1.174)	-0.724 (1.127)	-0.216 (0.155)	0.382** (0.173)
dkota	0.0543 (0.0423)	-0.161 (0.134)	0.0336 (0.0506)	-0.146 (0.208)	-0.169 (0.199)	0.501 (0.323)	0.298 (0.481)	-0.0728 (0.522)	0.00931 (0.0528)	-0.250*** (0.0748)
dhortikultur	-0.00412 (0.0534)	-0.155 (0.158)	-0.00740 (0.0699)	0.144 (0.158)	0.329* (0.200)	-0.0474 (0.270)	0.797 (0.494)	1.486*** (0.518)	-0.00886 (0.0477)	0.0657 (0.0732)
dpulau	-0.00323 (0.0520)	0.0124 (0.161)	-0.00439 (0.0690)	-0.248* (0.136)	-0.219 (0.230)	-0.341 (0.224)	0.641 (0.450)	2.273*** (0.555)	-0.0537 (0.0476)	0.114 (0.0771)
2017.tahun	0.222*** (0.0785)	0.807*** (0.234)	0.00576 (0.0755)	0.447* (0.248)	-2.480*** (0.298)	-3.730*** (0.520)	-6.816*** (0.741)	-7.912*** (0.860)	-0.221*** (0.0634)	0.722*** (0.116)
2018.tahun	0.0790 (0.0685)	1.424*** (0.224)	0.0986 (0.0768)	0.155 (0.239)	2.337*** (0.228)	-1.019*** (0.194)	-6.216*** (0.844)	-4.331*** (0.798)	-0.763*** (0.0756)	0.572*** (0.111)
2019.tahun	-0.291*** (0.0839)	-0.114 (0.271)	0.159* (0.0905)	-1.157*** (0.255)	2.832*** (0.307)	6.812*** (0.347)	6.360*** (0.732)	6.533*** (0.891)	-0.397*** (0.0722)	2.075*** (0.145)
Observations	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Number of provkab	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Keterangan : * p < 0,10; ** p < 0,05; *** p < 0,010
() robust standard error

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Hasil estimasi dengan menggunakan variabel dependen koefisien variasi harga. Program revitalisasi pasar di representasikan dengan variabel anggaran per kepadatan. Pada hasil estimasi pada koefisien variasi, menunjukkan korelasi antara revitalisasi/ pembangunan pasar dengan koefisien variasi. Hal ini dapat diartikan pemberian anggaran dari pemerintah untuk pelaksanaan revitalisasi pasar memiliki andil yang cukup penting bagi pasar tersebut dimana pada akhirnya juga akan berkorelasi dengan stabilitas harga komoditi bahan kebutuhan pokok karena dapat menurunkan fluktuasi harga yang terjadi.

Untuk laju perubahan harga, program revitalisasi dapat mengurangi laju perubahan harga pada empat komoditi yaitu daging ayam, daging sapi, telur, dan cabai rawit. Terdapat 3 komoditi yang memiliki kenaikan laju perubahan harga karena adanya revitalisasi pasar yaitu beras, bawang putih, dan cabai merah.

Berdasarkan kesimpulan, untuk menjaga stabilitas harga komoditas dan pelaksanaan revitalisasi/ pembangunan baru pasar rakyat di

daerah, maka pelaksanaan program revitalisasi/ pembangunan baru pasar rakyat agar tetap mengikuti peraturan mengenai pembangunan pasar yang memperhatikan kepadatan penduduk daerah Kabupaten/Kota tersebut karena hal ini dapat memengaruhi besar atau kecilnya pasar yang akan dibangun. Selain itu, juga dapat memengaruhi jumlah pedagang dan konsumen di pasar tersebut.

Pemerintah pusat tetap melakukan monitoring dan evaluasi terhadap daerah yang menerima program revitalisasi/pembangunan baru pasar rakyat sehingga tidak akan timbul tindakan yang merugikan yang dilakukan oleh pihak pasar ataupun pemerintah daerah. Pemerintah juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang mengakibatkan terjadinya fluktuasi harga komoditas seperti jumlah permintaan dari konsumen dan juga jumlah stok/*supply* dari komoditas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Magister Perencanaan Ekonomi dan Kebijakan Publik (MPEKP) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, pihak Kementerian Perdagangan, serta reviewer yang sudah membantu. Ucapan terima kasih

juga penulis sampaikan kepada Pusbindiklatren Bappenas yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arimbawa, I. G. N. A. A., & Marhaeni, A. A. I. N. (2017). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. *Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Universitas Udayana*, 13 (1), 18-26.
- Ceballos, F., Hernandez, M. A., Minot, N., & Robles, M. (2017). Grain Price and Volatility Transmission from International to Domestic Markets in Developing Countries. *Elsevier World Development* Vol. 94, 305–320.
- Crucini, M. J., Shintani, M., & Tsuruga, T. (2010). The Law of One Price without the border: The role of distance versus sticky prices. *Economic Journal*, 120(544), 462–480.
- Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan. (2017). Percepatan Revitalisasi Pasar Rakyat. Di Unduh tanggal 14 Oktober 2019 dari <http://ditjenpdn.kemendag.go.id/detail/artikel/4/percepatan-revitalisasi-pasar-rakyat>
- Gujarati, Damodar N.; Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (Fifth Edit). New York: The McGraw-Hill/Irwin.
- Hegerty, S. W. (2016). Commodity-price volatility and macroeconomic spillovers: Evidence from nine emerging markets. *North American Journal of Economics and Finance*, 35, 23–37.
- Irawan, B. (2016). Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(4), 358–373.
- Ismiyati. (2017). "Standar Revitalisasi Pasa Tradisional Di Indonesia (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kota Semarang)," *Jurnal Karya Teknik Sipil S1 Undip*, 2017.
- Jensen, H. H., & Manrique, J. (1998). Demand for food commodities by income groups in Indonesia. *Applied Economics*, 30(4), 491–501.
- Kornher, L., & Kalkuhl, M. (2013). Food Price Volatility in Developing Countries and its determinants. 53rd annual conference Berlin, German (p. 30). Berlin, German: German Association of Agricultural Economists (GEWISOLA).
- Media Indonesia. (1 Agustus 2019). Mahalnya Harga cabai menjadi biang kerok inflasi. Diunduh tanggal 9 Desember 2019 dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/250723-mahalnya-harga-cabai-jadi-biang-kerok-inflasi>
- Nugraheni, S. R. (2014). *Volatilitas Harga Pangan Utama Indonesia Dan Faktor Yang Memengaruhinya*. Bogor: IPB.
- Nuraeni, D., Anindita, R., & Syafrial. (Desember 2015). Analysis of Price Variation and Shallot Market Integration in West Java. *Habitat*, Vol. 26 No. 3, 163-172.
- Nurlaela, I., & Hariani, D. (2017). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Bulu Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 6(2), 515-531.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 56/M-Dag/Per/9/2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-Dag/Per/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan

- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 57/M-Dag/Per/8/2017 tentang penetapan Harga Eceran Tertinggi Beras.
- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 96 Tahun 2018 tentang penetapan Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen
- Peraturan Presiden RI No. 71 Tahun 2015 tentang Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Penting
- Peraturan Presiden No.38 tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota
- Pindyck, Robert S., Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics 8th Edition* (8th Edition).
- Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional, (2019). Informasi Harga Pangan. Diunduh tanggal 9 Agustus 2019 dari <https://hargapangan.id/tabel-harga/pasar-tradisional/daerah>
- Rancangan Awal Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019, Buku I, Agenda Pembangunan Nasional.
- Ranjani, Ayu S, L., & Nurhikmah, M. (2018). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (studi kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto). *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Vol. 9 No. 1, 45-61.
- Rizaldy, D. Z. (2017). Pengaruh Harga Komoditas Pangan Terhadap Inflasi Di Kota Malang Tahun 2011-2016. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 No. 2, 171-183.
- Sharp, P. R., & Uebele, M. (2013). Rural Infrastructure and Agricultural Market Integration in the United States: A Long Run Perspective. *SSRN Electronic Journal*.
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Al Madany, K. (2019). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen Di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 8(1), 12-25.
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Astika, A. (2019, August). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pasar Tradisional Sebagai Dampak Dari Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Medan. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* (Vol. 2, No. 1).
- Susanti, S. (2013). Pengaruh produk domestik regional bruto, pengangguran dan indeks pembangunan manusia terhadap kemiskinan di Jawa Barat dengan menggunakan analisis data panel. *Jurnal Matematika Integratif*, ISSN, 1412-6184.

ORGANIC FOOD MARKET IN JAVA AND BALI: CONSUMER PROFILE AND MARKETING CHANNEL ANALYSIS

Pasar Pangan Organik di Jawa dan Bali: Profil Konsumen dan Analisis Saluran Pemasaran

Mukhamad Najib, Ujang Sumarwan, Stevia Septiani

Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB, Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga,
Bogor, 16680, Jawa Barat, Indonesia

Email: najib@apps.ipb.ac.id

Naskah diterima: 28/07/2020; Naskah direvisi: 23/11/2020; Disetujui diterbitkan: 01/12/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Tren keamanan pangan menjadi isu sensitif dalam industri pangan saat ini. Pertanian organik dapat menjadi alternatif solusi karena memiliki keseimbangan lingkungan, kesehatan, dan kebermanfaatan bagi petani lokal. Namun, tingginya harga produk serta skala produksi yang masih rendah menjadi faktor yang membatasi pertumbuhan pasar pangan organik di dalam negeri. Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumen pangan organik, menganalisis saluran pemasaran dan memformulasikan alternatif saluran pemasaran pangan organik dalam negeri. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive dimana kriteria responden adalah mereka yang mengetahui pangan organik dan berdomisili di lima kota besar pulau Jawa dan Bali. Survei saluran pemasaran dilakukan di Jakarta dan Jawa Barat dengan mewawancarai aktor-aktor di setiap rantai nilai. Hasil penelitian menunjukkan peluang pasar pangan organik cukup besar, karena umumnya responden telah menyadari bahwa pangan organik baik untuk kesehatan. Konsumen pangan organik saat ini termasuk kelompok middle class segment berusia 20-50 tahun, pekerja kantoran dan berpenghasilan di atas Rp 9 juta. Bagi konsumen, label sertifikasi pangan organik lebih penting dari merek. Saluran pemasaran organik sangat bervariasi. Pada pasar B2C pemanfaatan digital marketing dapat meminimalisir risiko finansial petani organik. Sementara pasar B2B dapat dioptimalkan melalui kerja sama perhotelan, restoran, kafe, rumah sakit, dan industri pengolahan makanan sehat, serta didukung kebijakan pemerintah yang selaras.

Kata Kunci: Pangan Organik, Perilaku Konsumen, Saluran Pemasaran, Negara Berkembang

Abstract

The trend of food safety is a sensitive issue in the food industry today. Organic agriculture can be an alternative solution because it has a right balance in terms of the environment, health and benefits for local farmers. However, high prices for organic products and low production scale limit the growth of the domestic organic food market. This research aims to analyze organic food's consumer behavior, analyze the existing marketing channels and formulate alternative marketing channels for the domestic organic food supply chain. Sampling was carried out by purposive sampling method in which the criteria for respondents were those who know about organic food and live in five big cities in Java and Bali. The marketing channel survey was conducted in Jakarta and West Java by interviewing each actor in the value chain. The results showed that organic food's market opportunity was quite large, because the respondents were generally aware that organic food was good for health. Organic food consumers are currently included in the middle-class segment, aged 20-50 years, office workers, and income more than IDR 9 million a month. For consumers, certification labels are more important than brands in organic food. On the one hand, organic marketing channels still vary widely. In the B2C market, the use of digital marketing can minimize the financial risks of organic farmers. On the other hand, the B2B market can be optimized through

cooperation in hotels, restaurants, cafes, hospitals, and the healthy food processing industry, supported by government policies.

Keywords: Organic Food, Consumer Behavior, Marketing Channels, Developing Countries

JEL Classifications: D11, F10, F18,

INTRODUCTION

The Indonesian government has long been concerned with organic farming. Organic farming is expected to support national food security since it can provide safe food products for the community. Moreover, organic farming can also encourage increased competitiveness of local farmers (Septiani, Najib & Sumarwan, 2019). In 2010, the Indonesian republic's agriculture ministry launched the 'go organic' program to support organic farming practices. Then, the Go Organic program was strengthened by developing 1000 organic farming villages program in 2016. The prospect of Indonesia becoming an organic food-producing country is very prospective. In the Asian region, the country ranks fourth in those with the largest organic farming area, with a land area of 208 042 ha and ownership of producers of 17 948 (FiBL, 2019). Data from the Indonesia Organic Alliance shows that in 2018 the domestic market demand for organic food has experienced positive growth, especially due to the

development of online sales carried out by several organic food distributors. Sales growth of packaged organic food in Indonesia in 2017-2022 is forecast to reach 8.4% (Global Organic Trade Guide, 2018).

Although organic food has good prospects in the Indonesian market, the actual growth is still relatively low compared to their potential. The market share of organic food is still very small compared to the conventional product. The high price of organic products and the low production scale limit the domestic organic food market's growth. Strategic efforts to increase the growth of Indonesia's organic food market and maintain current market growth are needed. However, the organic farming system is still considered riskier by Indonesian farmers, in which at the initial stage the costs required are greater while in terms of productivity levels are lower than conventional farming (Hubeis et al., 2013). Some farmers are also hesitant in adopting an organic farming system because they consider the process too complicated,

especially in the certification process, and feel the production costs are too high while the farmers do not have enough capital (Harris et al., 2000; Soltani et al., 2014).

The higher production costs affect the price of organic food at the consumer level. Organic food becomes more expensive than conventional food (Radman, 2005). In general, consumers who are not aware of organic food's benefits often do not want to buy products at high prices (Muzayanah et al., 2015; Wang et al., 2019). Moreover, according to Rodríguez-Bermúdez et al. (2020), most studies have found that price remains to be a barrier to the widespread consumption of organic products. As a result, farmers are worried about implementing organic farming systems since they are worried about limited markets while farmers themselves do not have enough ability to properly market their products (Groff et al., 1993).

Considering the above obstacles that the organic food market faces, organic farming will continue to grow if farmers have enough incentive to implement organic farming systems, especially market incentives such as the opportunity to get a premium price and

benefit, higher potential market size, and many more. In this context, an overview of Indonesia's organic food market is essential to be analyzed to convince farmers and other stakeholders about market opportunities and its prospect. The description of market characteristics can also be useful information for farmers and organic farming entrepreneurs to formulate appropriate strategies to develop their markets. Research on the organic food market characteristics has been widely carried out in developed countries (Kaygisiz et al., 2019; Vega-Zamora et al., 2020; Torres-Ruiz et al., 2018). Of course, organic foods' market characteristics have differences between developed and developing countries, especially in terms of value, lifestyle, and purchasing patterns. Therefore, market characteristics, including consumer behavior, must be directed precisely for different regions and countries as perceptions and attitudes vary across the world (Rodríguez-Bermúdez et al., 2020).

This research aims to analyze organic food's consumer behavior, analyze the existing marketing channels in the organic food supply chain, and formulate alternative marketing

channels for the domestic organic food supply chain. This research aims to provide a complete picture of the characteristics of the organic food market in developing countries by analyzing comprehensively from consumers and marketing channels perspectives.

METHODS

A survey has collected primary data into two groups: consumers and actors in marketing channels. Consumer surveys were conducted in the capital of five provinces located on Java and Bali islands, namely Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, and Denpasar. So far, the five provincial capitals are the largest markets for organic foods in Indonesia (Global Organic Trade Guide, 2018).

Data at the consumer level was collected through in-depth interviews and self-administered samples of selected respondents from May-September 2018. Due to the population data is not available, a sample of 550 respondents was obtained through the Lemeshow et al. (1997) approach. Sampling was carried out by purposive sampling method in which the criteria for respondents were those who know about organic food and live in 5 big cities in Java and Bali. The sample was

collected in the modern market, such as supermarkets, hypermarkets, and specialty fruit and vegetable shops. In this case, the buyer who comes to those markets during the survey period can be a target respondent. The marketing channel survey was conducted in DKI Jakarta and West Java by interviewing each actor in the value chain.

The collected questionnaires were then cleaned, incomplete questionnaires were issued, so that the total questionnaires that could be continued in processing data consisted of 527 questionnaires. The primary data of the study were processed with descriptive analysis techniques to see the frequency distribution of consumer characteristics.

The Chi-square analysis was used in this study to assess whether an association exists between the two variables by comparing the observed pattern of responses in the cells to the pattern that would be expected if the variables were genuinely independent of each other. The Chi-Square statistic is most commonly used to evaluate Tests of Independence when using a cross-tabulation analysis (Sotarra & Bentler, 2010). The calculation of the Chi-Square statistic is relatively straightforward, as follow:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \dots\dots\dots (1)$$

Where:

f_o = the observed frequency (the observed counts in the cells)

f_e = the expected frequency if No relationship existed between the variables

If the Asymp value. Sig. (2-sided) Chi-Square count is smaller than α ; then there is a measured relationship between variables. The alpha used is 5 percent ($\alpha = 0.05$). After conducting a consumer survey and analysis, the next step is surveying marketing channel actors. The survey on actors involved in marketing channels was conducted in DKI Jakarta and West Java. Those provinces were chosen because of the large number of organic food producers in the region. Also, the proximity of production locations with marketing channels and consumers is considered in determining the sample.

RESULTS AND DISCUSSION

This section presents the findings of the survey. It begins with an explanation of the general characteristics of the respondents. The demographic profile of organic food consumers can be highlighted at Table 1. Organic food consumers in Indonesia are dominated by the female (69.8%). In terms of age, 42.5% of the respondents were 20-29 years old. The majority of the respondents were bachelor's degrees making up 75%. Additionally, most of them earned more than IDR 9 Million per month (29%). In terms of respondents' profession, the largest proportion making 63% of the sample were those employed as office worker. Based on these data, it can be concluded that organic food's consumer profile is classified as a middle-class segment. This result supports the research conducted by Hughner et al. (2007) that organic food consumers are groups with good education and more women.

Table 1. Profile of Organic Food Consumers

Demographics	Criteria	Frequency (N= 527)	Percentage (100%)
Gender	Male	159	30.2
	Female	368	69.8
Age	Less than 20	8	1.5
	20-29	224	42.5
	30-39	122	23.1
	40-50	116	22
	More than 50	57	10.9
Academic qualification	Under senior high school	10	18
	Senior high school	62	11.8
	Bachelor degree	395	75
	Master/doctoral degree	60	11.4
Monthly income	Less than Rp 3 million	137	26
	Rp 3-5 million	104	19.7
	Rp 5-7 million	85	16.1
	Rp 7-9 million	48	9.2
	More than Rp 9 million	153	29
Job	Office worker	332	63
	Self-employ/entrepreneur	105	20
	Student	90	17
Domicile	Jakarta	111	21
	Bandung	116	22
	Semarang	100	19
	Surabaya	100	19
	Bali	100	19

Consumer Perception, Priority Attribute, and Type of Organic Food

Consumer perception about organic food is essential to be identified as it influences consumers' attitudes and interests towards organic food. There have been many studies on the effect of perceptions on consumers' attitudes and interests (Basha et al., 2015; Iqbal, 2015; Oroian et al., 2017; Sultan et al., 2018) and generally produce the same conclusion where a

positive perception about the product will affect the attitudes and interests of consumers towards the product. This study indicates that Indonesian consumers have a positive perception of organic food (Table 2), where organic food is considered healthier and fresher than conventional food. This positive perception will certainly also have a positive impact on consumer interest in consuming organic food.

Table 2. Consumer Perception on Organic Food

No	Perception	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Better taste	53	10
2	Fresher than other products	126	24
3	Good for health	190	36
4	Not contain pesticides and other chemicals	58	11
5	More expensive	53	10
6	Good for the environment	21	4
7	Trendy/fashionable to consume organic food	26	5

Table 3. Priority Attribute Considered by Consumer

No	Attribute	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Label	57	10.8
2	Sensory aspect	67	12.7
3	Chemical free	98	18.6
4	Nutritious	128	24.3
5	Price	177	33.6

Despite having a positive view of organic products as healthy and fresh, consumers' most important attribute is the price. Table 3 shows the priority attributes of organic foods considered by consumers when buying organic food is dominated by two things: the price and nutritional content in products. This consideration is different from consumers in developed countries such as America, Europe, and Australia, where essential attributes taken into consideration when buying organic food products are fresh and healthy aspects. (Pearson et al., 2010; Shepherd et al., 2005; Magnusson et al., 2003).

Consumers in developing countries are generally price-sensitive, including consumers in Indonesia. (Yee et al., 2011). So it is expected that Indonesian consumers use price as the primary consideration when buying organic products. This study indicates that most organic food products consumed by Indonesian consumers are vegetables, rice, and fruit (Table 4). Rice is the staple food of Indonesian people, and culturally the people of Indonesia consume rice with vegetables. So actually, the product is a daily need for Indonesian consumers.

Usage Characteristic

The majority of respondents (54.6%) in this study consumed organic food within less than a year (Table 5). While those who consume more than three years, only 14%. The majority of respondents (52%) consumption pattern

is occasionally, while those who regularly consume are relatively high, 48 percent. Those who consume regularly, most of them consume organic food once a week (30%), while the highest are those who consume organic food whenever they like (36.4%).

Table 4. Type of Organic Food Product

No	Type of Product	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Vegetable	316	60
2	Rice	265	50.3
3	Fruit	158	30
4	Egg	54	10.2
5	Spice	54	10.2
6	Chicken	37	7
7	Meat	26	5

Note: Every respondent may choose more than one

Table 5. Usage Characteristics

Usage	Characteristic	Frequency (N=527)	Percentage (%)
How long have you used organic food	< 1 year	288	54.6
	1-3 Years	161	30.6
	> 3 years	78	14.8
Pattern of consumption	Never	0	0
	Regular basis	253	48
	Occasionally	274	52
Frequency of consumption	Everyday	69	13.1
	Once a week	158	30.0
	Once a month	108	20.5
	Sometime	192	36.4

The Role of Brands and Labels

Percsi & Fogarassy (2019) found that branding and product labeling are not crucial in the consumer thought to purchase organic products. However, several studies have shown that brands

and labels influence consumer purchasing decisions (Drexler et al., 2017; Jassen & Hamm, 2012; Larceneux et al., 2012; Muhammad et al., 2016). Many studies supported that the brand and label are essential factors

that must be considered by the producer.

In Indonesia's organic food market, labels become more important than the brand (Table 6). However, the effect of label depends on whether the consumers consider the additional information on the label facilitates their perception of the added value of the

organic food products. When the added value of the organic food products could be recognized by consumers, such as country of origin and certification source, organic producers and marketers may benefit from increasing their market power (Kim, Suwunnamek & Toyoda, 2008).

Table 6. The Role of Brand and Label

No	Brand and Label	Role	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Brand	Important	182	34.5
		Not important	345	65.5
2	Label / certification	Important	386	73.2
		Not important	141	27.8

The Place for Buying Organic Food

In Indonesia, organic food products are still considered a specialty good, which implies that products are not always available in many places. So far, modern retail has provided more organic food products compared to the traditional market. Generally,

consumers in traditional markets also do not have enough organic product awareness (Table 7). The sale of organic food in traditional markets is considered less profitable since consumers treat it like ordinary food products where the prevailing price is normal.

Table 7. The Most Preferable Place for Buying Organic Food

No	Place	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Hypermarket	79	15
2	Supermarket	190	36
3	Specialty fruit market	216	41
4	Traditional market	26	5
5	Others	16	3

The majority of consumers obtain organic food products from the specialty

fruit market, followed by supermarkets and hypermarkets. The reason for

selecting the intended market is that it provides more fresh organic products with good quality (reliable). Consumers also consider the variety of products and store distance in choosing where to buy

organic food (Table 8). For consumers who are sensitive to prices, the perception of fair prices is very important in making purchasing decisions (Rodiger et al., 2016).

Table 8. Reason Choosing Type of Market

No	Reason	Frequency (N=527)	Percentage (%)
1	Close to home	107	20
2	Reliable	116	22
3	Variety of products	89	17
4	Fair price	68	13
5	Good service	30	6
6	Fresh products	117	22

Note: Every respondent may choose more than one

Demographic Aspects and Frequency of Consumption

Table 9 shows that demographic aspects that significantly affect (in the level of 0.05) the frequency of consumption are monthly income and education level. Then, the factor which affects (at the level of 0.10) is profession. The data is supported by the interview results from organic producers' perspective. The producers confirm that Indonesia's consumer awareness of organic products has not been as popular as in Western countries, such as English, America, and Aussie.

Nowadays, organic products' potential market covers the big cities in Indonesia, with the middle-up monthly income of customers & well-educated customers, such as Java and Bali Island. These research findings are not really in line with previous studies. Research conducted by Sharma & Singhvi (2018) found that when buying organic products, consumers in different countries are mainly influenced by gender, age, income, level of education, and children's presence in the household.

Table 9. Demographic aspect and frequency of consumption organic food

Category	Value	Df	P-Value
Monthly income vs frequency of consumption	12.370	5	0.002*
Age vs frequency of consumption	21.227	12	0.136
Education vs frequency of consumption	13.651	6	0.005*
Gender vs frequency of consumption	3.013	2	0.486
Profession vs frequency of consumption	5.404	4	0.067*

Organic Food Marketing Channels

Unlike conventional products, organic products have a unique marketing approach. Traditional marketing is considered to be less relevant in promoting organic food. Muzayanah et al. (2015) stated that the inaccessibility constrains people's buying interest in organic products in terms of price and the lack of awareness of organic food benefits. Organic product marketing must pay attention to various aspects, such as consumer affordability, the right price, certification, and education.

The choice of marketing channels is important to provide decent income, especially for organic food producers. Each city had different marketing channels with its own marketing actors. Organic products were produced in five cities based on samples, namely vegetable, pineapple, banana, organic chicken, root and tuber, and rice. In

general, organic consumers consisted of end-users, *horeca* (hotel, restaurant, and café), hospitals and international markets (through exporters). To be able to reach these consumers, there are several intermediary actors involved.

Each distribution channel from *on-farm* to the first distribution channel until the end-user, in general, used the calculation of the Cost of Good Manufactured (COGM) as a fair price determinant. However, there were several obstacles for farmers in accessing modern retail markets, which generally used the consignment approach and the goods return system. Additionally, farmers' marketing access constraints when distributing their products to hotels, restaurants, and cafes were in the payment system which was generally delayed payment. These constraints affected the sustainability of product procurement on the part of farmers and tended to harm farmers.

Tabel 10. General Description of Organic Farming

City	Actor	Produced Product	Potential Market	Sales Coverage
Bogor	Traditional farmer, middleman, Cooperative, Distributor farmer, retail, Individual agent	Vegetable, Pineapple, Banana, Organic Chicken, Root and Tuber	Horeka, Hospital, End User	Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi
Jakarta	Distributor foundation, organic community, exporter	Rice	End User, Exporter	International

City	Actor	Produced Product	Potential Market	Sales Coverage
Cianjur	Association of farmers groups, cooperative, retail, distributor farmer, individual agent	Japanese Vegetable	Horeca End User	National
Tasikmalaya	Association of farmers groups, middleman, exporter, retail	Rice	Exporter End user	International
Bandung	Modern farmer, Modern retail	Vegetable, Seasoning Vegetable	End User Horeka	Bandung

Jakarta Organic Product Marketing Channel

The marketing channel for organic products in Jakarta was divided into three marketing channels, as shown in Figure 1. The whole marketing channel involved four marketing actors, with the final objectives were the end-user and foreign markets. The marketing actors involved were farmers, distributors, retailers, and exporters. Jakarta's organic food marketing channel's uniqueness was that most of its

products were distributed directly to consumers so that there were not too many marketing actors involved, and the marketing margin obtained by the farmer was increasing. One of the reasons was the geographical proximity to the producer. There are many people with middle to upper income in the capital city and are also educated. Direct sales to end-user also have reasonable implications for the producer, namely, the direct payment that is not deferred.

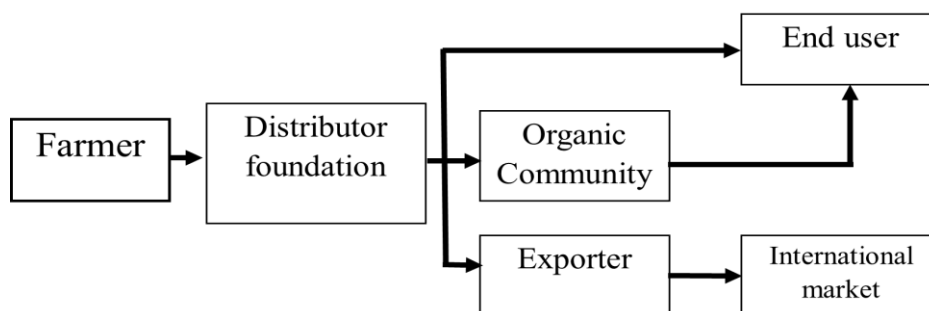


Figure 1. Jakarta Organic Product Marketing Channel

Bogor Organic Product Marketing Channel

The marketing channel for organic products in Bogor was divided into six marketing channels, as in Figure 2. The whole marketing channel involved six marketing actors: farmer, cooperative, middleman, distributor farmer, retailer, and individual agent. The final objectives were the end-user and B2B, which are hospitals and restaurants.

In addition to modern farmers, in Bogor, organic food production was also done by the traditional farmer. Constraints from traditional farmers included difficulties in reaching market share and also the certification process. Therefore, cooperatives were formed to provide added value to farmers' products in branding, packaging, and channeling traditional farmers' products to end users/other marketing institutions with access to end-users. However,

cooperatives had a maximum quantity of product purchases from farmers, so that not all farmers' products were absorbed into the cooperative. The excess products were sold to middlemen at a much cheaper price and the same as conventional products' price.

Modern producers in the city of Bogor already had access to their main sales through sales agents in Greater Jakarta. Modern producers in Bogor were well-known companies that had also succeeded in implementing sales strategies by minimizing farmers' losses, by implementing a system of selling out and not returning. The ability of modern farmers to access markets through the agency system made great demand from modern farmers. Therefore, modern Bogor producers also bought products from farmers/cooperatives and distributed them to the marketing network they had.

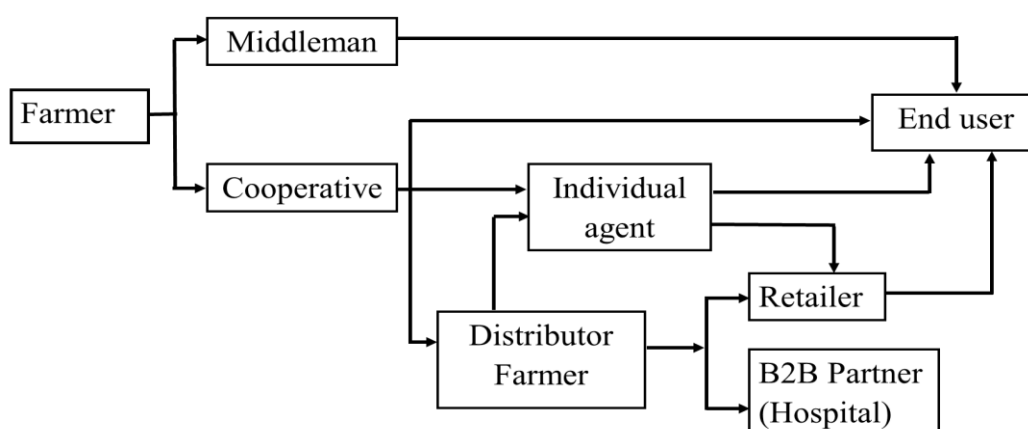


Figure 2. Bogor Organic Product Marketing Channel

In the organic food value chain in the Bogor area, individual agents are the actors who get the largest proportion of the existing price transmission (see Table 11). Individual agents sell organic agricultural products, only organic pineapples with a one-time quantity of $\pm$

50 pineapples once a week. This agent sells pineapples to buyers directly or delivery orders via an Instagram platform called “Kebun_yursayur” and Whatsapp. The grades taken are levels B and C with the following price details:

Table 11. Prices Transmission of Organic Pineapple

Grade	Prices at farmers	Price from the cooperative	Selling price / fruit			
			Agent	Proportion	End Customers	Proportion
B	3 000	5 000	12 000	80%	15 000	20%
C	2 500	4 000	12 000		15 000	

Bandung Organic Product Marketing Channel

The marketing channel for the organic product in Bandung was divided into three marketing channels, as shown in Figure 3. The whole marketing channel involved two marketing actors with the final objectives: the end-user and B2B, such as café and restaurant. The marketing actors involved were farmers and retailers. Similar to Jakarta,

Bandung also had the advantage of being close to consumers demographically. Producers of organic products can directly channel their products through retail in Bandung and to B2B (hotel, restaurant, and café) in the Bandung area. Marketing that was still in one city made it easy for producers to supply goods, handle goods to keep them fresh and reduce transportation costs.

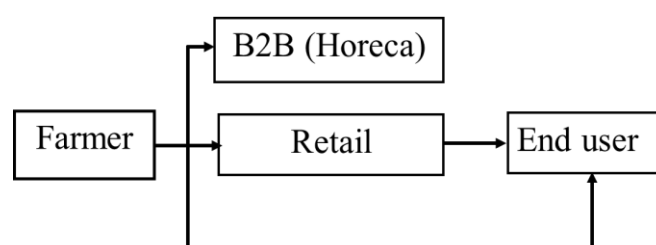


Figure 3. Bandung Organic Product Marketing Channel

Cianjur Organic Product Marketing Channel

The marketing channel for organic products in Cianjur was divided into five types of marketing channels (Figure 4). The entire marketing channel involved eight marketing actors, with the final objectives were the end-user and B2B,

for business consumers, were generally restaurants. Sales with the final objective to B2B (restaurants) made farmers there to have stable demand and not receive goods return, even in terms of payments the delayed payment system was used.

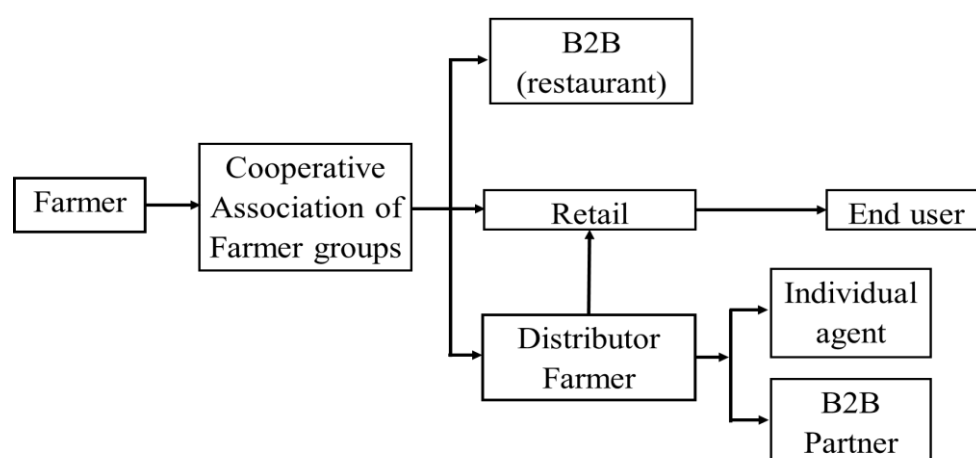


Figure 4. Cianjur Organic Product Marketing Channel

Tasikmalaya Organic Product Marketing Channel

The marketing channel for organic products in Tasikmalaya was divided into four marketing channels, as shown in Figure 5. The entire marketing channel involved six marketing actors with the end-user and the foreign market's final objectives. Gapoktan

(association of farmers groups) in Tasikmalaya was partnering with exporters who sold the products abroad so that the most significant sales were overseas. Price determination from farmers to exporters, distributors, and retail is carried out by negotiation through meetings of internal parties and external parties.

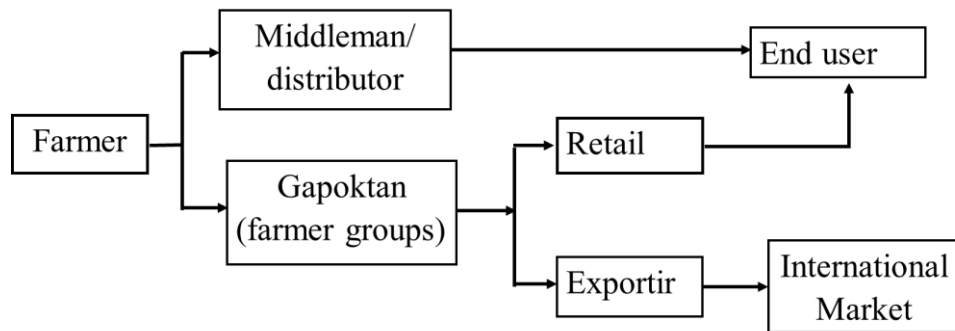


Figure 5. Tasikmalaya Organic Product Marketing Channel

Pricing from farmers to exporters, distributors, and retailers is carried out by negotiation through internal and external party meetings. The standard of quality for goods produced is the

premium export quality for all commodities supplied. The price transmission in the organic food supply chain in Tasikmalaya is shown in Table 12.

Table 12. Price transmission of Simpatik's Gapoktan Rice

Type of Commodity	Prices of Grain (Rp/Kg)	HPP Farmers (Rp/kg)	Exporters (Rp/kg)	Retails (Rp/Kg)	End User (Rp/kg)	Payment System	Portion	
White rice	Gapoktan offers higher prices to farmers above the normal market price and middlemen around Rp. 5.000-5.700	13.000	16.500		± 5-6 Euro	End Selling	75-100 ton	
Brown rice		14.000	17.000		± 5-6 Euro	End Selling		
Black Rice		15.000	18.000		± 5-6 Euro	End Selling		
White rice		13.000		Take profit ± 10% of the consumer price	The range of Rp. 28.000-40.000	Consignment / 1 month deferred	5-10% of export volume	
Brown rice		14.000						
Black Rice		15.000						
White rice		13.000				The range of Rp. 22.000-30.000		Sell End / Cash
Brown rice		14.000						
Black Rice		15.000						

Marketing Channel Analysis

Based on observations on each organic food marketing channel in Jakarta, Bogor, Bandung, Cianjur, and Tasikmalaya, they all have the same goal of creating a sustainable market.

Some experts say that the direct selling system is a sustainable marketing channel for farmers/producers. However, farmers need to be supported by communities such as farmer groups

(Gapoktan) to maintain competitiveness in the market.

On the other hand, although market demand for organic food certification is high, it is still challenging to be met by small farmers. The high price of certification and the lengthy certification process have made things difficult for small farmers. Based on the actors playing in the B-to-B market, some complained about the consignment payment system. The deferred payment system does not seem suitable for a perishable product. Marketing efficiency in the value chain of organic food can be seen from how significant the benefits are received by small farmers (farmers' share). The more intermediaries such as the middleman making organic food chains are getting longer, potentially giving

fewer benefits to the farmers. An efficient marketing channel can be seen in the Bandung area, where small farmers, supported by the organic food community, sell their crops directly to the market without middlemen.

Alternative Marketing Channel

The challenges faced by traditional farmers are oversupply and limited market access — causing the bargaining power of organic products to be weak, as seen from the price of organic products, which are the same as non-organic products' prices. In modern farmers who access retail channels and partly in *horeca*, the suspension of payment can inhibit farmers in the production process. From these findings, alternative marketing channels that can be mapped are as follows (Figure 6).

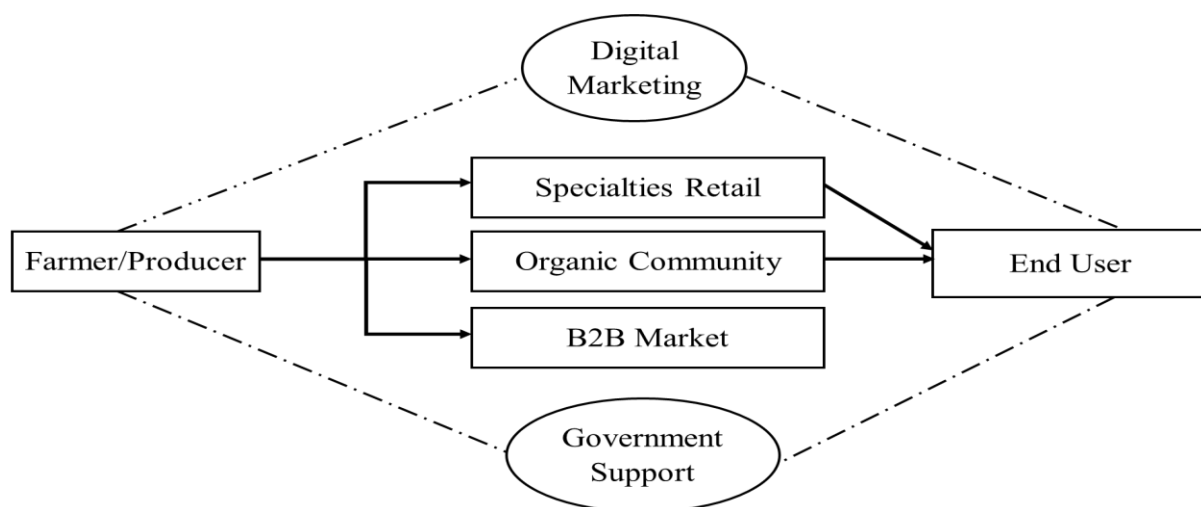


Figure 6. Alternative Organic Food Marketing Channel

From the producers' perspective, organic products' potential marketing in terms of quantity, price, and no refund criteria are through direct marketing by utilizing digital marketing and organic communities. Based on the case of organic product marketing in Indonesia, the results support Nuutila & Kurppa (2017) that collaboration both vertically and horizontally can provide a fairer price share for each actor in the distribution channel. In Indonesia, the most potential alternative markets to be considered are B2B market access, such as hospitality cooperation, restaurants, cafes, hospitals, and the healthy food processing industry. However, B2B access requires strong government support.

CONCLUSION AND POLICY RECOMMENDATION

Based on the study result, we can conclude that basically, the market opportunity for organic food is quite large, especially for female consumers aged between 20-50 years and highly educated. Potential consumers of organic products in Indonesia are those who have an income above 9 million IDR. Differentiating products with certification labeling is an effective marketing strategy for credence goods such as organic food products. Even

nowadays, upper-middle-class society also considers traceability of the products offered through the QR Code.

On the other hand, organic marketing channels in Indonesia are still very varied. The absence of government program in downstream organic products has become an obstacle for producers, especially for traditional farmers. Moreover, marketing management training has not yet become part of the "go organic" government program.

From the producers' perspective, organic products' potential marketing in terms of quantity, price, and no refund criteria are through direct marketing by utilizing digital marketing and organic communities. Both vertically and horizontally, collaboration can provide a fairer price share for each actor in the distribution channel. However, the B2B market needs government support in terms of accessing the *horeca* industry.

Difficulties in obtaining complete data on price changes in each marketing channel become a limitation in this study. Therefore, further research is expected to provide a marketing channel mapping in each region based on margin share distribution for each organic food chain actor in every product category. Likewise, the analysis of each marketing

channel's efficiency and effectiveness is also very interesting for further study.

ACKNOWLEDGMENT

This research was financially supported by a research grant provided by the Ministry of Research, Technology, and Higher Education of the Republic of Indonesia. We would like to thank all those who have assisted us in the process of building this paper.

REFERENCES

- Basha, M.B., Mason, C., Shamsudin, M.F., Hussain, H.I., & Salem, A.M. (2015). Consumer attitude towards organic food. *Procedia Economics and Finance* (31) 444-452. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01219-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01219-8)
- Drexler, D., Fiala, J., Havlickova, A., & Potuckova, A. (2017). The effect of organic food labels on consumer attention. *Journal of Food Products Marketing*. 24(1): 1-15. doi:10.1080/10454446.2017.131815
- FiBL. (2019). The World of Organic Agriculture. In *The World of Organic Agriculture Statistic and emerging trends* 2019. <https://doi.org/10.4324/9781849775991>
- Global Organic Trade Guide. 2018. <https://globalorganictrade.com/country/indonesia>. Accessed online in 2018.
- Groff, A.J., Kreidor, C.R., & Toensmeyer, U.C. (1993). Analysis of the Delaware market for organically grown products. *J. Food Distrib. Res.*, 24, 118–125.
- Harris, B., Burrell, D., & Eicher, S. (2000). Demand for local and organic produce: A brief review of the literature (No. 254A). Institute for Public Policy and Business Research, University of Kansas, Lawrence, Kansas.
- Hubeis, M., Najib, M., Widyastuti, H. & Wijaya. N.H. (2013). Strategi produksi pangan organik bernilai tambah tinggi yang berbasis petani. *Jurnal Ilmu Pertanian Indoensia*. 18(3): 194-199.
- Hughner, R.S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C.J. and Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour* 6(5), 94-110.
- Iqbal, M. (2015). Consumer behaviour of organic food: A developing country perspective. *International Journal of Marketing and Business Communication*. 4(4). doi:10.21863.ijmbc/2015.4.4024
- Jassen, M., & Hamm U. (2012). Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness to pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference*. (25) 9-22. doi: 10.1016/j.foodqual.2011.12.004
- Kaygisiz, F., Bolat, B.A. & Bulut, D. (2019). Determining factors affecting consumer's decision to purchase organic chicken meat. *Braz. J. Poult. Sci.*, 21
- Kim, R., Suwunnamek, O., & Toyoda, T. (2008) Consumer attitude towards organic labeling schemes in Japan. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 20:3, 55-71, DOI: 10.1080/08974430802157622
- Larceneux, F., Moreau, F.B., & Renaudin, V. (2012). Why might organic label fail to influence consumer choices? Marginal labelling and brand equity effects. *Journal of Consumer Policy*. 35(1): 85-104, doi:10.1007/s10603-011-9186-2
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. 1997. Sample size in health research. Jogjakarta: Gajahmada University Press.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U.K., Åberg, L., Sjöden, P.O. (2003). Choice of organic foods is

- related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite* 40:109–117. doi:10.1016/S0195-6663(03)00002-3
- Muhammad, S., Fathelrahman, E., & Ullah, R.U.T. (2016). The significant of consumer's awareness about organic food product in the United Arab Emirates. *Sustainability*, 8(833). doi: 10.3390/su8090833
- Muzayanah, F.N., Suroso, A.I., & Najib, M. (2015). Faktor-faktor yang Memengaruhi Resistensi Pembelian Pangan Organik dan Proses Pendidikan Konsumen. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(3), 163-173.
- Nuutila, J., & Kurppa, S. (2017). Two main challenges that prevent the development of an organic food chain at local and national level—an exploratory study in Finland. *Organic Agriculture*, 7, 379–394. <https://doi.org/10.1007/s13165-016-0163-5>
- Oroian, C.F., Safirescu, C.O., Harun, R., Chiciudean, G.O., Arion, F.H., Muresan, I.C., & Bordeanu, B.M. (2017). Consumers' attitudes towards organic product and sustainable development: A case study of Romania. *Sustainability* (9) 1559. doi: 10.3390/su9091559
- Pearson, D., Henryks, J., & Jone, H. (2010). Organic food: what we know (and do not know) about consumers. *Renewable Agric Food Syst.*, 26(2):171–177. doi:10.1017/S1742170510000499
- Percsi, K.N., & Fogarassy, C. (2019). Important influencing and decision factors in organic food purchasing in Hungary. *Sustainability*, 11(6075). doi:10.3390/su1121675
- Radman, Marija. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4), 263–273
- Rodiger, M., Plabmann, S., & Hamm U. (2016). Price knowledge, willingness-to-pay and purchase decision. *British Food Journal*. 118(11)
- Rodríguez-Bermúdez, M., Miranda, I., Orjales, M.J., Ginzo-Vilamayor, W., Al-Soufi, M., López-Alonso. (2020). Consumers' perception of and attitudes towards organic food in Galicia (Northern Spain). *Int. J. Consum. Stud.*, 44(3), 206-219.
- Septiani, S., Najib, M., & Sumarwan, U. (2019). Egoistic and altruistic motives on the purchasing behavioral model of organic food in the Indonesian market. *Proceedings of the 2019 International Conference on Organizational Innovation*. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.8>
- Sharma, N & Singhvi, R. 2018. Consumers perception and Behaviour towards organic food: A systematic review of literature. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*. 7(2): 2152-2155.
- Shepherd, R., Magnusson, M., & Sjöden, P.O. (2005). Determinants of consumer behavior related to organic foods. *Ambio*, 34(4–5): 352–359. doi:10.1579/0044-7447-34.4.352
- Soltani, S., Azadi, H., Mahmoudi, H., & Witlox, F. (2014). Organic agriculture in Iran: Farmers' barriers to and factors influencing adoption. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 29(2), 126-134.
- Sotarra, A., & Bentler, P.M. (2010). Ensuring Positiveness of the Scaled Difference Chi-square Test Statistic. *Psychometrika*, 75, 243–248.
- Sultan, P., Wong, H.Y., & Sigala M. (2018). Segmentating the Australian organic food consumer market. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 13(1), 163-281, doi: 10.1108/APJML-10-2016-0211.
- Torres-Ruiz, F.J. & Vega-Zamora, M. (2018). Parras-Rosa, M. Sustainable consumption: Proposal of a multistage model to analyse

- consumer behaviour for organic foods. *Bus. Strateg. Environ.*, 27, 588–602.
- Vega-Zamora, M., Parras-Rosa, & Torres-Ruiz, F.J. (2020). You are what you eat: The relationship between values and organic Food consumption. *Sustainability*, 12, 3900.
- Wang, X.H., Pacho, F., Liu, J., & Kajungiro, R. (2019). Factors influencing organic food purchase intention in developing countries and the moderating role of knowledge. *Sustainability*, 11, 209.
- Yee, C.J., San, N.C., & Khoon, C.H. (2011). Customers' perceived quality, perceived value, and perceived risk towards purchase decision on automobile. *American Journal of Economics and Business Administration*, 3, 47-57

EVALUASI KESESUAIAN PASAR RAKYAT KABUPATEN BOGOR BERBASIS KEBUTUHAN PENGGUNA

Evaluation of Traditional Market Suitabilities in Kab. Bogor Based on User Needs

Luksi Paryatno¹, Ernan Rustiadi², Netti Tinaprilla³

¹Program Studi Ilmu Perencanaan Wilayah, Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

²Departemen Ilmu Tanah, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

³Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jalan Meranti, Kampus IPB Darmaga, Bogor, 16680, Jawa Barat, Indonesia
Email: lparyatno@gmail.com

Naskah diterima: 20/12/2019; Naskah direvisi: 23/02/2020; Disetujui diterbitkan: 14/05/2020;
Dipublikasikan online: 18/12/2020

Abstrak

Pasar rakyat merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bogor. Pembangunan pasar mengacu pada Perda Kota Bogor No.11 Tahun 2012 dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat di sekitarnya supaya dapat dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kesesuaian kondisi pasar rakyat dengan SNI pasar dan kebutuhan penggunaannya. Fasilitas yang dievaluasi yaitu sarana prasarana, kebersihan, keamanan, dan aksesibilitas dengan analisis deskriptif terhadap persentase kesesuaian kondisi eksisting dengan SNI pasar. Metode *Important Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur indeks kepentingan dan kinerja fasilitas pasar serta metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur indeks kepuasan pengguna terhadap pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum ada pasar yang 100% sesuai dengan SNI Pasar Rakyat. Berdasarkan persepsi pengguna, terdapat 4 fasilitas penting yang harus diperhatikan pengelola yaitu jumlah hidran air, lokasi hidran air, jumlah CCTV, dan lokasi CCTV. Masih diperlukan kebijakan dalam pengelolaan dan perbaikan pada fasilitas yang tersedia di sebagian besar pasar rakyat yang ada di Kabupaten Bogor, dimana secara keseluruhan tingkat kepuasan pengguna terhadap pasar rakyat kelas I dan kelas II masuk pada kriteria *cause for concern* dan pada pasar kelas III masuk pada kriteria *poor dengan rata-rata kepuasan secara keseluruhan pasar sebesar 70 %*.

Kata Kunci: Pasar Rakyat, Analisis Kepentingan, Tingkat Kepuasan, IPA dan CSI, SNI

Abstract

Traditional market is one of revenue source (PAD) in Kabupaten Bogor. The market development must refer to Bogor local government regulation No. 11 Tahun 2012 and incorporate the needs of society around them to be optimize maximally. This study aims to find the consistency of the traditional market condition against SNI on market and the needs of the users. The evaluated facilities are the condition of infrastructure, cleanliness, security, and accessibility. Analysis using have been carried out with a method of descriptive heading for measuring the percentage of the consistency of the exsisting traditional market condition with SNI Pasar. A method of Important Performance Analysis (IPA) used to measure performance index of interest and facilities as wel as a method of customer satisfaction index (CSI) for measuring user satisfaction index to the traditional market. The results showed that there was no market that was 100% in accordance with the SNI Pasar Rakyat. Based on the users perception, there are 4 important facilities that must be considered which are the number of water hydrants, the location of water hydrants, the number of CCTVs, and the location of

CCTV. Therefore, market management policy is still needed to improve management and facilities at traditional market in Kabupaten Bogor, where overall user satisfaction to the market class I and class II in on the cause for concern and on class III markets enters at the poor overall satisfaction with an average of 70%.

Keywords: *Traditional Market, Performance Analysis, Customer Satisfaction, IPA and CSI, SNI*

JEL Classification: F12, F13, F1

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pondasi yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagian besar masyarakat mencari pendapatan dan juga kebutuhan hidup dengan melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Pasar tradisional di suatu daerah merupakan indikator yang paling nyata untuk melihat kegiatan perekonomian masyarakat (Adiyadnya 2015; Triatmojo 2019) dan mengukur pertumbuhan serta dinamika ekonomi suatu daerah. Tingginya aktivitas di pasar merupakan salah satu indikator dinamisnya perputaran roda perekonomian daerah.

Definisi pasar tradisional diatur dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 yang kemudian diubah menjadi pasar rakyat sesuai UU No.7 Tahun 2014 tentang perdagangan. Berdasarkan PerMendag No. 61/M-DAG/PER/8/2015 tentang pedoman pembangunan pasar, pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah

Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Selanjutnya, dalam rangka penataan lokasi pasar, Pemerintah mengeluarkan Permendagri No. 20 Tahun 2012 tentang pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional yang menyatakan pasar rakyat berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Berbagai kebijakan terkait penataan dan pemberdayaan pasar belum dapat diimplementasikan secara optimal, hal ini terlihat dari sebagian pasar yang telah beroperasi masih

memerlukan perbaikan dalam hal pembangunan dan pengelolaan. Beberapa penelitian yang dilakukan terkait pasar rakyat di berbagai daerah telah dilakukan antara lain pada pasar di wilayah Kota Surakarta (Nida, 2014), Pasar Bulu Semarang (Dwirahayu., et al, 2015), Pasar Cipulir Jakarta (Anggraini & Susetyo, 2016), Pasar Besuki Tulungagung (Minarni & Nurhadi, 2016), Pasar Peterongan Semarang (Adeliana, 2017), dan Pasar di wilayah Kabupaten Badung (Stutiari, 2019). Evaluasi juga dilakukan Pemerintah Daerah oleh dinas terkait seperti di Kalimantan Selatan. Hasil yang diperoleh menunjukkan dimana kondisi pasar rakyat masih memerlukan peningkatan fasilitas dan pelayanan agar pasar dapat berfungsi secara maksimal.

Pengelolaan pasar rakyat yang baik perlu mengacu pada standar, sehingga mekanisme pengelolaan dan upaya untuk melakukan perlindungan konsumen tercapai. Standar yang diacu untuk pedoman dalam membangun dan mengelola pasar rakyat, serta memberdayakan komunitas pasar adalah Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor 8152 tahun 2015 tentang pasar rakyat. SNI 8152:2015 ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional (BSN) dan berlaku di wilayah Negara

Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) terkait pasar dengan lokasi tetap.

Latar belakang kebijakan SNI 8152:2015 disusun, antara lain adalah karena tuntutan pengguna terhadap pasar yang sudah relatif tinggi dari sisi kebersihan, tertib ukur dan niaga serta kenyamanan bertransaksi dengan menghilangkan kesan kumuh untuk memudahkan para pelaku pasar dalam membangun dan mengelola pasar. Dengan demikian pasar rakyat dikelola secara profesional menjadi sarana yang kompetitif terhadap pusat perbelanjaan, pertokoan maupun pusat perdagangan lainnya serta meningkatkan perlindungan terhadap konsumen (UU Nomor 8 Tahun 1999). Hal ini sejalan dengan penelitian Qoriah (2014) yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan eksistensi pasar perlu dilakukan pembangunan pasar dengan memperhatikan bentuk bangunan, penataan zonasi, jumlah pedagang, fasilitas, lokasi dan aksesibilitas pasar.

Pasar rakyat merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bogor. Dalam menunjang fungsi pasar tersebut, pemerintah daerah mengeluarkan Perda No. 11 Tahun 2012 dimana pembangunan pasar harus mengacu pada ketentuan yang berlaku dan

memperhatikan kebutuhan masyarakat disekitarnya. Proses pembangunan pasar merupakan hasil kesepakatan dengan beberapa pihak terutama pedagang (Magdina, 2018). Saat ini pasar rakyat yang telah dibangun di Kabupaten Bogor kurang dimanfaatkan secara optimal untuk melakukan transaksi perdagangan. Bangunan fisik maupun fasilitas yang tersedia pada sebagian besar pasar rakyat masih belum sesuai dengan SNI pasar. Pembangunan dan penentuan kelas pasar hanya berdasarkan pada ketersediaan lahan yang dapat digunakan, belum dilakukan prosedur kajian dalam menentukan lokasi dan kelas pasar yang sesuai. Kios/los yang dimanfaatkan oleh pedagang hanya sebagian kecil dari jumlah kios/los yang tersedia di setiap pasar. Di Pasar Leuwiliang, dari 1.231 kios/los yang tersedia hanya 785 yang digunakan untuk berdagang. Selain itu, di Pasar Cileungsi masih terdapat 748 kios yang tutup atau tidak digunakan. Kondisi terparah terjadi di Pasar Parung dimana hanya 910 kios/los yang digunakan oleh

pedagang dari 2.156 kios/los yang tersedia di pasar. Ini mengindikasikan fungsi pasar belum optimal dalam menunjang perekonomian daerah khususnya sektor perdagangan.

Berdasarkan hal di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana Kesesuaian kondisi Pasar Rakyat di Kabupaten Bogor dengan SNI Pasar Rakyat serta Kebutuhan Pengguna Pasar yaitu pedagang dan pembeli.

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan pengelola pasar dan kuesioner yang diberikan kepada pengguna pasar, yaitu pedagang maupun pembeli di 27 pasar rakyat Kabupaten Bogor.

Variabel yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi pasar rakyat adalah: 1) Kesesuaian kondisi fisik dan fasilitas, 2) Kebersihan area pasar, 3) Keamanan di area pasar, dan 4) Aksesibilitas menuju dan yang ada di pasar. Variabel dan indikator yang akan diukur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator
1	Kesesuaian sarana dan prasarana	a. Ukuran kios/los b. Area/zonasi c. Jumlah Fasilitas yang tersedia (toilet dan kamar mandi) d. Pos ukur ulang e. Hidran air f. Jumlah pengelola g. Lahan parkir
2.	Kebersihan	a. Tempat sampah b. Jadwal pengangkutan sampah c. Tempat pembuangan sampah sementara
3.	Keamanan	a. Jumlah dan lokasi CCTV b. Pos Keamanan
4.	Aksesibilitas	a. Jarak dari Pemukiman b. Biaya transportasi menuju pasar c. Lebar koridor/gangway d. Akses untuk kursi roda

Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah pengelola pada 27 pasar rakyat (Table 2) di Kabupaten Bogor yang terdiri dari Kelas I, Kelas II, dan Kelas III, serta pengguna pasar rakyat sebanyak 270 orang yang terdiri dari lima pembeli dan lima pedagang yang mewakili setiap komoditas (sayur, buah, ikan, daging dan bahan pokok). Metode yang digunakan adalah metode wawancara dan mengisi kuesioner terkait data kondisi eksisting pasar.

Tabel 2. Daftar Nama Pasar Rakyat

No	Kelas Pasar	Nama Pasar
1	Pasar Kelas I	1. Pasar Cileungsi 2. Pasar Cibinong 3. Pasar Citeureup I 4. Pasar Citeureup II 5. Pasar Parung 6. Pasar Jonggol 7. Pasar Cisarua 8. Pasar Cariu 9. Pasar Ciluar/Sukaraja 10. Pasar Parung Panjang 11. Pasar Leuwiliang 12. Pasar Laladon/Ciomas
2	Pasar Kelas II	13. Pasar Ciawi 14. Pasar Jasinga 15. Pasar Cigombong 16. Pasar Cicangkal/Rumpin 17. Pasar Citayam/Bojong gede 18. Pasar Cigudeg
3	Pasar Kelas III	19. Pasar Ciseeng 20. Pasar Parungpung/Gunung Sindur 21. Pasar Cikereteg/Caringin 22. Pasar Kemang 23. Pasar Tenjo 24. Pasar Nanggung 25. Pasar Taman Sari 26. Pasar Cijeruk 27. Pasar Babakan Madang

Teknik Analisis

Kesesuaian Kondisi Pasar Rakyat dengan SNI Pasar

Analisis yang dilakukan adalah dengan membandingkan antara kondisi eksisting setiap pasar dengan standar yang ada dalam SNI Pasar berdasarkan ukuran, jumlah dan lokasi dari setiap fasilitas. Selanjutnya, direkapitulasi persentase kesesuaian secara keseluruhan pada setiap pasar rakyat

dengan melihat hasil dari setiap fasilitas yang dinilai.

Kesesuaian Pasar Rakyat dengan Kebutuhan Pengguna Pasar

Data yang diperoleh diolah dengan metode IPA (*Important Performance Analysis*) untuk mengetahui kepuasan pengguna pasar rakyat akan fasilitas yang tersedia dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna pasar secara menyeluruh terhadap kinerja setiap fasilitas di pasar rakyat. IPA adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting apa saja yang harus ditampilkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa/konsumen (Umam & Hariastuti, 2018). CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan/harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan (Sumaga, 2013).

Metode IPA dan CSI ini sudah pernah dilaksanakan oleh (Mattanete, 2008) untuk menilai kepuasan pedagang terhadap pengelolaan pasar Citeureup I, (Handriati, Sunaryo, & Helia, 2015) untuk menilai kepuasan terhadap fasilitas terminal, (Anggraini, Deoranto, & Iksari, 2015) menilai

kepuasan *café & resto*, dan (Umam & Hariastuti, 2018) dalam menilai kepuasan pelanggan *OIS Photography*.

a) Importance Performance Analysis (IPA)

Matriks IPA memiliki dua dimensi, X dan Y. Sumbu X menunjukkan kepuasan pengguna pasar terhadap fasilitas sarana prasarana yang tersedia, sedangkan sumbu Y menunjukkan penilaian tingkat kepentingan fasilitas sarana prasarana menurut pengguna pasar. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan fasilitas sarana prasarana yang dibutuhkan dan dimana perbaikan yang perlu dilakukan yang berdampak besar pada kepuasan pengguna pasar secara total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan fasilitas sarana prasarana yang perlu dipertahankan karena sudah sesuai dan fasilitas sarana prasarana yang perlu dikurangi prioritasnya.

Angka kepuasan/kepentingan fasilitas sarana prasarana menurut pengguna pasar adalah:

$$SQ_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^k PS_{ij} \dots \dots \dots (1)$$

diketahui:

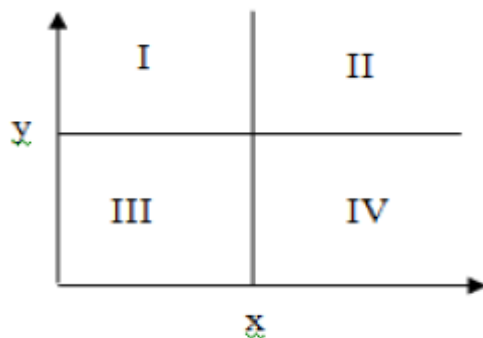
SQ_i : Angka tingkat kepuasan/kepentingan untuk atribut ke-i

PS_{ij} : Total nilai jawaban responden tingkat kepuasan/kepentingan untuk atribut ke-i

M : Total responden

K : Jumlah atribut pertanyaan

Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan posisi kuadran dari setiap fasilitas berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan pengguna pasar, yang akan ditampilkan dalam kuadran IPA seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Kuadran IPA

(a) Kuadran I (*Concentrate These*)

Wilayah ini memuat fasilitas yang dianggap penting oleh pengguna, tetapi pada kenyataannya fasilitas ini belum sesuai dengan harapan pengguna (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

(b) Kuadran II (*Keep Up The Good Work*)

Wilayah ini memuat fasilitas yang dianggap penting oleh pengguna pasar dan fasilitas yang dianggap pengguna

pasar sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Fasilitas yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena fasilitas ini yang merupakan fasilitas yang unggul dimata pengguna pasar.

(c) Kuadran III (*Low Priority*)

Wilayah ini memuat fasilitas yang dianggap kurang penting oleh pengguna pasar, dan pada kenyataannya kondisi yang ada tidak terlalu istimewa. Peningkatan yang dilakukan terhadap fasilitas di kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan pengguna pasar sangat kecil.

(d) Kuadran IV (*Possible Overkill*)

Wilayah ini memuat fasilitas yang dianggap kurang penting oleh pengguna pasar dan dirasakan terlalu berlebihan. Fasilitas yang termasuk dalam kuadran ini dapat dihilangkan untuk efisiensi.

b) Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna pasar secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepuasan dari kinerja setiap fasilitas yang tersedia di pasar. Besarnya CSI dapat diketahui dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- (a) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap atribut, nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan atribut fasilitas sarana prasarana dari tiap pengguna pasar rakyat dengan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots \dots \dots (3)$$

diketahui:

N : Jumlah responden

Y_i : Nilai kepentingan atribut Y ke-i

- (b) Membuat *Weight Factors* (WF) per atribut. Bobot ini merupakan prosentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan rumus:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots \dots \dots (4)$$

diketahui:

I : Atribut kepentingan ke-i

- (c) Menentukan *Mean Performance Score* (MPS) tiap atribut.

$$MPS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots \dots \dots (5)$$

- (d) Membuat *Weight Score* (WS_i) tiap atribut. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_i dengan MPS_i dengan rumus:

$$WS_i = WF_i \times MPS$$

- (e) Menghitung *Customer Satisfaction Index*, yaitu *Weight Total* (WT) dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden

secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (6)$$

diketahui:

CSI : *Customer Satisfaction Index* (%)

WS_i : *Weight Score*

I : Atribut kepentingan ke-i

HS : Skala maksimum yang digunakan

Nilai CSI yang diperoleh dalam penelitian ini dibagi dalam tujuh kriteria penilaian seperti yang dilakukan oleh Handriati (2015) dengan penjelasan rinci seperti dalam Tabel 3.

Tabel 3. Kriteria CSI

No	Nilai Index (%)	Kriteria CSI
1.	$X \leq 64\%$	<i>Very Poor</i>
2.	$64\% < X \leq 71\%$	<i>Poor</i>
3.	$71\% < X \leq 77\%$	<i>Cause for Concern</i>
4.	$77\% < X \leq 80\%$	<i>Borderline</i>
5.	$80\% < X \leq 84\%$	<i>Good</i>
6.	$84\% < X \leq 87\%$	<i>Very Good</i>
7.	$87\% <$	<i>Excellent</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

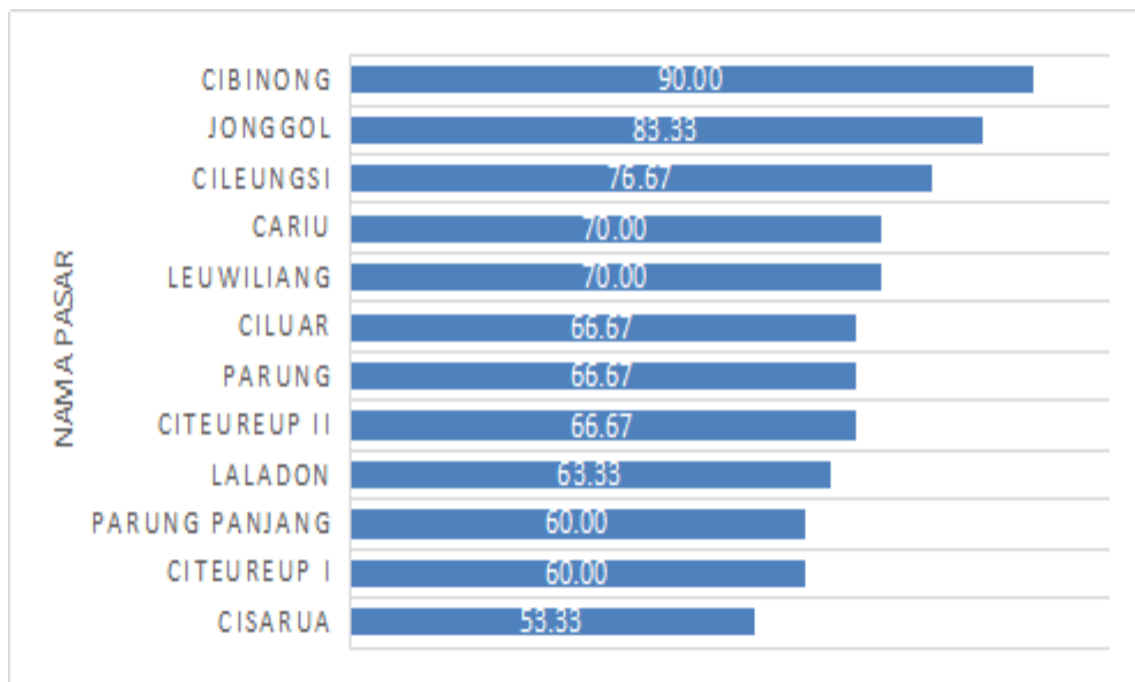
Kesesuaian Pasar Rakyat dengan SNI Pasar Rakyat 8152:2015

a) Pasar Kelas I

Secara keseluruhan, kondisi bangunan dan fasilitas yang tersedia di Pasar Rakyat Kelas I di Kabupaten Bogor belum ada yang sesuai secara 100% dengan SNI Pasar Rakyat seperti

ditampilkan pada Gambar 2. Pasar dengan kesesuaian tertinggi pertama dengan kriteria SNI Pasar Rakyat adalah Pasar Cibinong, kemudian Pasar Jonggol dan Pasar Cileungsi. Pasar dengan fasilitas yang paling tidak sesuai dengan kriteria SNI Pasar Rakyat adalah Pasar Cisarua dengan persentase 53.33. Rata-rata persentase kesesuaian Pasar Kelas I dengan SNI

Pasar Rakyat adalah sebesar 68,89. Fasilitas yang perlu mendapat perhatian dan menjadi bahan evaluasi pada sebagian besar pasar kelas I adalah ketersediaan pos ukur ulang, hidran air, ruang menyusui, dan akses bagi pengguna kursi roda. Fasilitas-fasilitas tersebut termasuk yang belum tersedia hampir di seluruh Pasar Kelas I di Kabupaten Bogor.



Gambar 2. Persentase Kesesuaian Pasar Kelas I

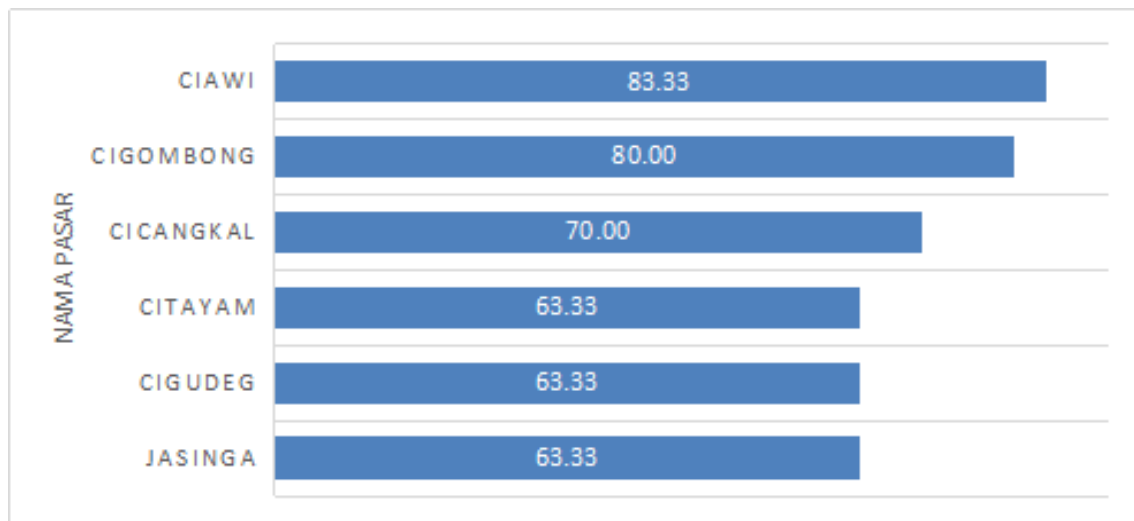
b) Pasar Kelas II

Pasar dengan fasilitas yang paling sesuai dengan kriteria SNI untuk Pasar Kelas II seperti yang ditampilkan pada Gambar 3 adalah Pasar Ciawi, selanjutnya adalah Pasar Cigombong. Fasilitas yang perlu mendapat perhatian

dan evaluasi adalah ketersediaan fasilitas pos ukur ulang, ruang menyusui, jumlah tempat sampah, dan akses bagi pengguna kursi roda karena fasilitas tersebut tidak tersedia hampir di seluruh Pasar Kelas II. Secara keseluruhan, belum ada Pasar Kelas II yang sesuai

dengan kriteria SNI Pasar Rakyat dimana persentase nilai kesesuaian rata-

rata Pasar Kelas II terhadap SNI Pasar Rakyat adalah sebesar 70,55.

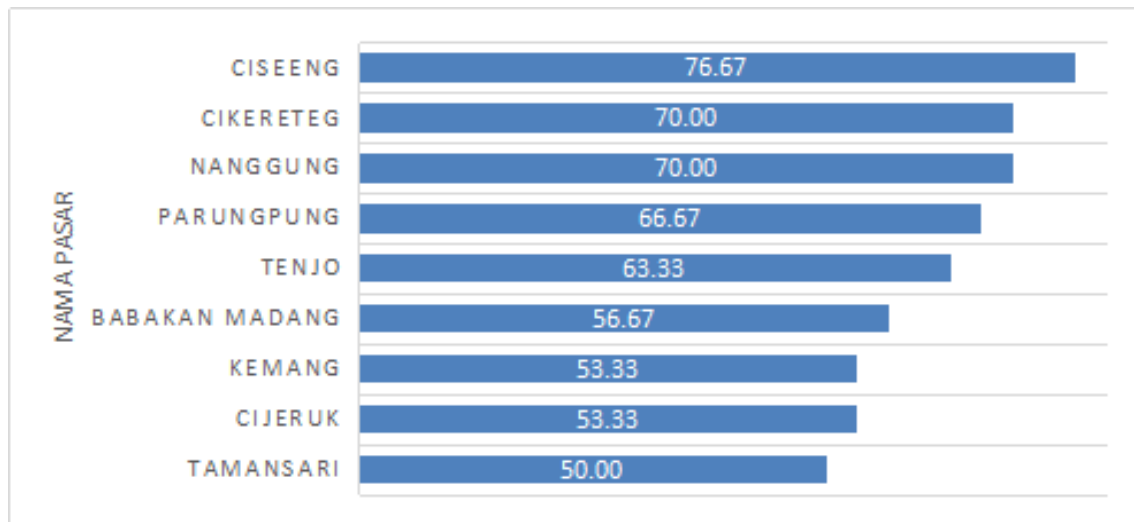


Gambar 3. Persentase Kesesuaian Pasar Kelas II

c) Pasar Kelas III

Secara keseluruhan, kondisi bangunan dan fasilitas yang tersedia pada Pasar Kelas III Kabupaten Bogor masih belum sesuai dengan kriteria pada SNI Pasar Rakyat (Gambar 4). Pasar Tamansari merupakan Pasar Kelas III dengan tingkat kesesuaian terhadap SNI Pasar Rakyat paling rendah, dengan rata-rata nilai persentase kesesuaian

adalah sebesar 62,22, hal ini dikarenakan masih banyak fasilitas yang belum tersedia dan tidak sesuai standar. Fasilitas yang masih perlu untuk mendapat perhatian pada Pasar Kelas III adalah ketersediaan pos ukur ulang, toilet, dan hidran air. Ketiga fasilitas tersebut masih belum tersedia di seluruh Pasar Kelas III di Kabupaten Bogor.



Gambar 4. Persentase Kesesuaian Pasar Kelas III

Kesesuaian Pasar Rakyat dengan Kebutuhan Pengguna Pasar

Hasil uji validitas *product moment* menyatakan bahwa semua fasilitas pada instrumen kesesuaian sarana dan prasana, kebersihan pasar rakyat, keamanan pasar rakyat dan aksesibilitas pasar rakyat diperoleh nilai r yang lebih besar dari 0.3, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji reliabilitas *alpha Cronbach* didapatkan hasil semua variabel yang diukur memperoleh nilai $\alpha > 0.6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pengukuran dari keseluruhan variabel tersebut telah reliabel.

Terdapat 27 fasilitas yang masuk dalam instrumen survei bagi pengguna pasar untuk analisis IPA dan CSI, yaitu:

- 1) Lokasi kios/los yang mudah

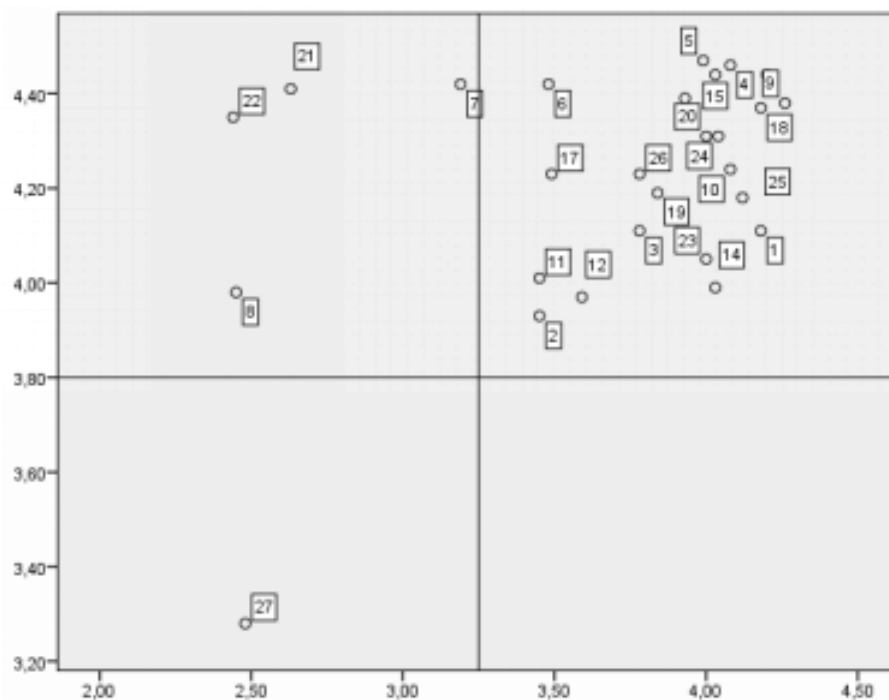
- 2) Ukuran luas kios/los,
- 3) Kios/los sudah dibagi berdasarkan zonasi,
- 4) Jumlah tempat ibadah,
- 5) Lokasi tempat ibadah,
- 6) Jumlah hidran air,
- 7) Lokasi hidran air,
- 8) Pos ukur ulang,
- 9) Harga produk,
- 10) Kualitas produk,
- 11) Jumlah tempat sampah,
- 12) Lokasi tempat sampah,
- 13) Jadwal pengangkutan sampah,
- 14) Lokasi TPS,
- 15) Jumlah toilet/WC,
- 16) Lokasi toilet/WC,
- 17) Akses masuk pasar,
- 18) Rasa aman bertransaksi,
- 19) Jumlah pos keamanan,
- 20) Pelayanan petugas keamanan,
- 21) Jumlah CCTV,
- 22) Lokasi CCTV,
- 23) Kondisi area parkir,
- 24) Lokasi pasar,
- 25) Alat transportasi umum menuju pasar,
- 26) Lorong/gangway,
- 27) Akses khusus bagi pengguna kursi roda.

Hasil yang diperoleh berdasarkan data setiap kelas pasar adalah sebagai berikut:

a) Pasar Kelas I

Hasil yang diperoleh berdasarkan IPA atau analisis kinerja dan kepentingan pengguna pasar dari 12 Pasar Kelas I di Kabupaten Bogor ditampilkan pada Gambar 5. Dari 27 fasilitas yang dievaluasi, 22 fasilitas masuk kedalam kuadran II yang artinya pengguna pasar menganggap fasilitas ini sangat penting untuk ada di pasar rakyat dan kondisi yang ada saat ini

sudah cukup memuaskan. Selain itu terdapat empat fasilitas yang masuk kedalam kuadran I, hal ini berarti fasilitas tersebut dianggap penting oleh pengguna pasar, namun kondisinya masih belum sesuai dengan kebutuhan mereka dan diperlukan perbaikan pada fasilitas-fasilitas tersebut karena merupakan prioritas utama bagi pengguna pasar agar pasar rakyat dapat berjalan lebih optimal.



Gambar 5. IPA Pasar Kelas I

Terdapat satu fasilitas yang masuk kuadran III, yang dianggap tidak begitu penting oleh pengguna pasar dan kondisinya masih kurang memuaskan. Serta pada pasar kelas I tidak ada fasilitas yang masuk kedalam kuadran

IV. Artinya semua fasilitas yang diukur dianggap penting keberadaannya oleh pengguna pasar.

Terdapat empat fasilitas pasar yang belum sesuai dengan kebutuhan pengguna pasar dan masih perlu

diperbaiki yaitu lokasi hidran air, pos ukur ulang, jumlah CCTV, dan Lokasi CCTV. Semua fasilitas tersebut sudah tersedia di beberapa pasar kelas I, tetapi pengguna pasar menyatakan kondisi yang ada saat ini belum sesuai dengan kebutuhan, baik secara jumlah CCTV dan jumlah pos ukur ulang, maupun secara lokasi penempatan sarana seperti hidran air, pos ukur ulang, dan letak CCTV.

Pos ukur ulang merupakan salah satu sarana perlindungan bagi konsumen yang dalam hal ini adalah pembeli di pasar rakyat. Pos ukur ulang hanya terdapat di Pasar Cariu dan Pasar Cibinong, sedangkan di pasar kelas I lainnya belum tersedia. Untuk fasilitas keamanan berupa CCTV dianggap sangat penting oleh pengguna pasar, namun fasilitas ini belum terdapat di semua pasar kelas I. CCTV baru tersedia di Pasar Cileungsi, Pasar Jonggol, Pasar Cariu, Pasar Ciluar, dan Pasar Cibinong. Selain masih banyak pasar kelas I yang belum memiliki fasilitas CCTV, pada pasar yang telah tersedia, lokasi penempatan CCTV dianggap belum sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Salah satu sarana keselamatan yang merupakan prioritas utama bagi pengguna pasar adalah hidran air.

Hidran air yang tersedia di pasar kelas I masih belum sesuai dengan kebutuhan pengguna pasar. Pasar Citeureup I, Pasar Parung Panjang, Pasar Cariu, dan Pasar Cisarua belum menyediakan hidran air sebagai salah satu fasilitas keselamatan. Pasar kelas I lainnya sudah tersedia hidran air, namun jumlah dan lokasi penempatannya belum dapat dijangkau dengan mudah.

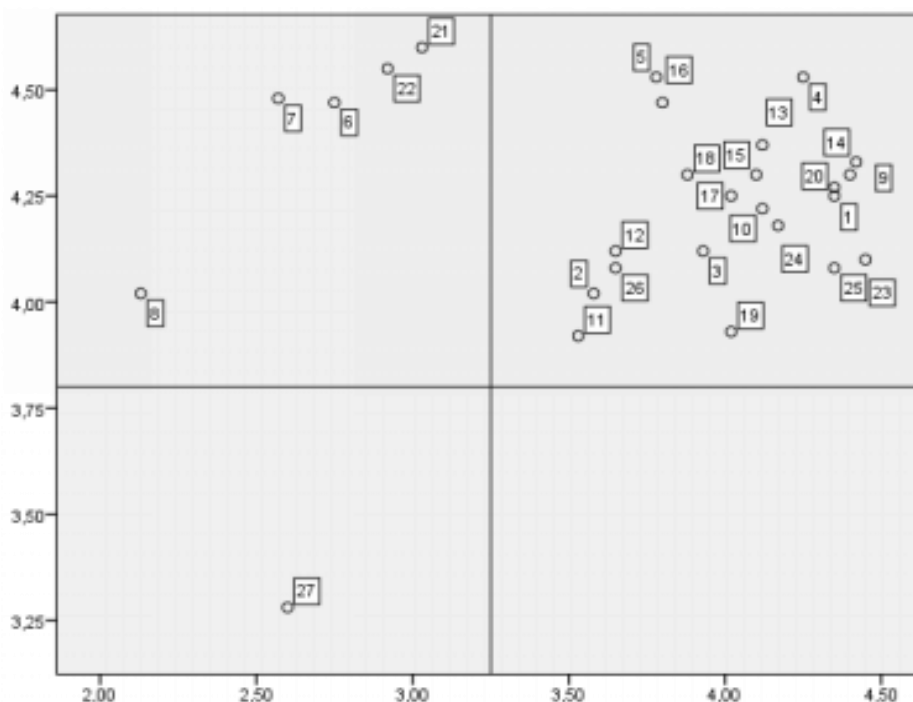
Keempat fasilitas tersebut termasuk prioritas utama yang dibutuhkan pengguna pasar (pedagang maupun pembeli). Fasilitas lain yang bukan prioritas utama bagi pengguna pasar dan tidak dianggap hal yang penting adalah akses bagi pengguna kursi roda, namun kelima fasilitas tersebut merupakan kriteria standar dalam SNI Pasar Rakyat yang harus tersedia dalam Pasar Rakyat Kelas I.

Berdasarkan hasil analisis kepuasan (CSI) pengguna untuk pasar kelas I di Kabupaten Bogor, diperoleh nilai CSI sebesar 73.71% sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan rata-rata pengguna pasar terhadap pasar kelas I yang ada di Kabupaten Bogor ada masuk pada kriteria *cause for concern*. Hal ini berarti masih perlu dilakukan perbaikan pada fasilitas yang tersedia pada sebagian besar pasar kelas I.

b) Pasar Kelas II

Analisis kepentingan pada pasar kelas II di Kabupaten Bogor disajikan pada Gambar 6. Dari 27 fasilitas yang dievaluasi, terdapat 21 fasilitas yang masuk kedalam kuadran II, artinya 21 fasilitas tersebut dianggap oleh pengguna pasar sebagai fasilitas yang sangat penting dan kondisinya sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna

pasar. Selain itu, terdapat lima fasilitas yang masuk ke dalam area kuadran I yaitu fasilitas 6, 7, 8, 21 dan 22. Kelima fasilitas tersebut merupakan prioritas utama bagi pengguna pasar namun kondisi yang ada saat ini masih belum memuaskan bagi pengguna pasar. Diperlukan evaluasi dan koreksi pada fasilitas tersebut agar pasar rakyat dapat berjalan dengan optimal.



Gambar 6. IPA Pasar Kelas II

Terdapat satu fasilitas yang masuk ke dalam area kuadran III, yang dianggap tidak begitu penting dan kondisinya belum memuaskan pengguna pasar. Dalam hasil survei pasar kelas II di Kabupaten Bogor, tidak ada fasilitas yang masuk dalam kuadran IV, hal ini berarti seluruh fasilitas yang

dievaluasi merupakan hal yang dianggap penting bagi pengguna pasar.

Berdasarkan hasil kuadran IPA pasar kelas II, terdapat lima fasilitas yang perlu dilakukan evaluasi dan koreksi yaitu jumlah hidran air, lokasi hidran air, pos ukur ulang, jumlah CCTV, dan lokasi CCTV. Hidran air

yang merupakan salah satu fasilitas keselamatan terhadap bahaya kebakaran belum tersedia di Pasar Cicangkal dan Pasar Citayam. Pasar Jasinga sudah tersedia hidran air, namun hanya berjumlah satu. Sedangkan di Pasar Cigudeg hidran air yang tersedia berada pada lokasi yang sulit untuk dijangkau.

Fasilitas pos ukur ulang belum tersedia pada seluruh pasar kelas II di Kabupaten Bogor. Hal ini menunjukkan kurangnya perhatian dalam hal perlindungan konsumen pada pasar-pasar tersebut, namun bagi pengguna pasar pos ukur ulang merupakan fasilitas kebutuhan yang menjadi prioritas utama. Selain pos ukur ulang, perlindungan bagi rasa aman saat berada di pasar yang merupakan prioritas utama bagi pengguna pasar adalah tersedianya CCTV. Pasar Cigombong dan Pasar Citayam belum menyediakan fasilitas CCTV di dalam area pasar. Sedangkan di pasar kelas II lainnya, pengguna menyatakan bahwa lokasi CCTV belum sesuai dengan kebutuhan pengguna pasar.

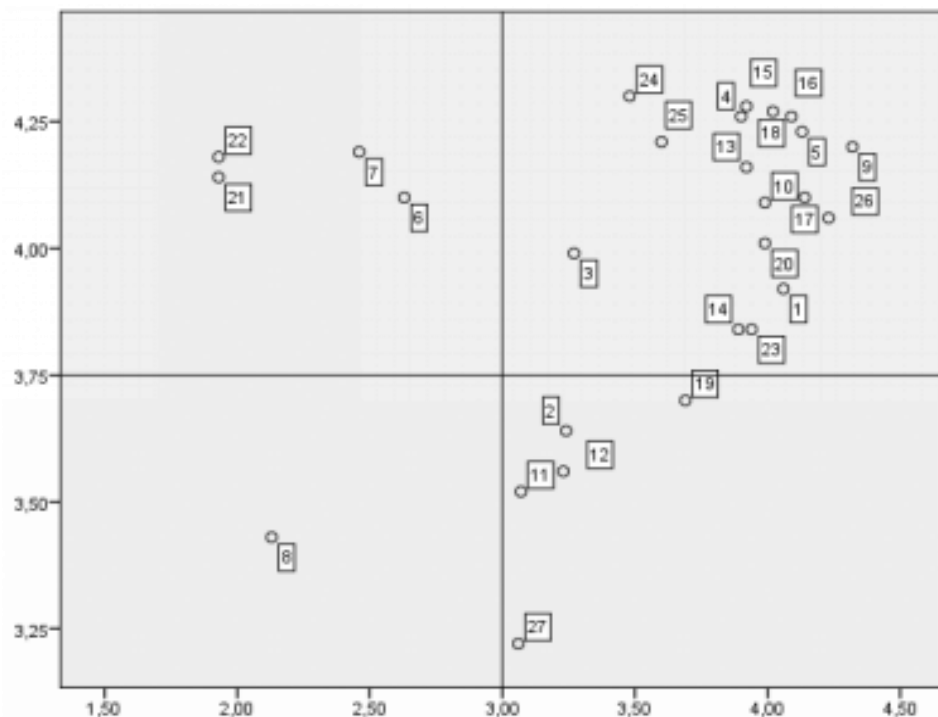
Akses bagi pengguna kursi roda bagi pengguna pasar kelas II bukan merupakan prioritas utama dan hanya Pasar Cigudeg yang menyediakan fasilitas tersebut. Namun akses bagi

pengguna kursi roda merupakan fasilitas yang menjadi kriteria yang harus tersedia dalam pasar rakyat kelas II berdasarkan SNI Pasar Rakyat.

Berdasarkan hasil analisis kepuasan pengguna pasar terhadap bangunan pasar serta fasilitas yang tersedia di pasar kelas II diperoleh hasil CSI sebesar 74.86% dan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna pasar terhadap pasar kelas II masuk pada kriteria *cause for concern*. Masih perlu dilakukan perbaikan kondisi fasilitas yang tersedia pada seluruh pasar kelas II.

c) Pasar Kelas III

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis kepentingan untuk tipe pasar kelas III secara umum dapat dilihat pada Gambar 7. Dari 27 fasilitas yang dievaluasi terdapat 17 fasilitas yang masuk ke kuadran II, dalam hal ini pengguna pasar menganggap fasilitas tersebut sangat penting dan kondisinya sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna pasar. Sementara itu, terdapat empat fasilitas yang masuk ke dalam area kuadran I yang menurut pengguna pasar masih perlu ditingkatkan kondisinya dan hasil survei ini dapat menjadi bahan evaluasi dan koreksi agar pasar dapat berfungsi secara optimal.



Gambar 7. IPA Pasar Kelas III

Terdapat satu fasilitas yang masuk ke dalam kuadran III, yang dianggap tidak terlalu penting, dan memang kondisinya belum memuaskan pengguna pasar. Pada pasar kelas III terdapat lima fasilitas yang masuk ke dalam kuadran IV. Hal ini menunjukkan fasilitas tersebut kurang penting bagi pengguna pasar, namun kondisinya sudah baik dan memuaskan pengguna pasar.

Fasilitas sarana prasarana yang tersedia di pasar rakyat kelas III yang merupakan prioritas utama dan kondisinya belum memuaskan pengguna pasar adalah jumlah hidran air, lokasi hidran air, jumlah CCTV dan lokasi CCTV. Fasilitas tersebut

merupakan fasilitas yang dianggap pengguna pasar melindungi dari bahaya kebakaran dan memberikan rasa aman dalam bertransaksi di pasar rakyat.

Hidran air hanya tersedia di Pasar Ciseeng dari sembilan pasar yang termasuk pasar kelas III di Kabupaten Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa antisipasi kebakaran belum menjadi prioritas utama bagi pasar kelas III, sedangkan pengguna pasar menganggap fasilitas tersebut sebagai prioritas utama yang harus tersedia. Fasilitas keamanan lain yang merupakan prioritas utama dan penting bagi pengguna pasar adalah CCTV. Seluruh pasar kelas III di Kabupaten Bogor belum ada yang dilengkapi

dengan CCTV, sehingga fasilitas keamanan hanya ditunjang oleh pos keamanan dan petugas yang terbatas.

Fasilitas yang ketersediaanya dianggap tidak begitu penting oleh pengguna pasar adalah pos ukur ulang, dan belum tersedia di seluruh pasar kelas III. Walaupun dianggap tidak begitu penting, namun pos ukur ulang merupakan fasilitas standar yang harus tersedia berdasarkan SNI Pasar Rakyat. Sedangkan fasilitas yang dianggap tidak terlalu penting namun kondisinya sudah memuaskan pengguna pasar adalah ukuran kios/los, jumlah tempat sampah, lokasi tempat sampah, jumlah pos keamanan dan area khusus bagi pengguna kursi roda.

Ukuran kios/los pada pasar kelas III sudah sesuai berdasarkan standar, begitu juga dengan tempat sampah yang tersedia. Walaupun jumlahnya belum sebanding dengan jumlah pedagang, namun pengguna pasar menganggap jumlah dan lokasi peletakan tempat sampah sudah mencukupi kebutuhan mereka. Jumlah pos keamanan pada pasar kelas III juga sudah sesuai dengan SNI Pasar Rakyat. Akses bagi pengguna kursi roda merupakan fasilitas yang tidak dianggap penting oleh pengguna pasar, namun fasilitas ini sudah tersedia pada empat

pasar. Walaupun bukan merupakan kebutuhan penting, namun pengguna pasar sudah puas dengan kondisi yang ada saat ini.

Berdasarkan hasil analisis kepuasan pengguna pasar terhadap kondisi fasilitas pasar kelas III yang tersedia saat ini diperoleh nilai CSI sebesar 70.13% dan masuk pada kriteria poor. Hal ini menunjukkan bahwa di sebagian besar pasar kelas III masih sangat memerlukan perhatian dalam pengelolaan dan perbaikan pada fasilitas yang tersedia di pasar.

Ketidakpuasan pengguna pasar terhadap sarana prasarana yang dianggap sangat penting seperti ketersediaan alat ukur, kebersihan dan keamanan yang tersedia pada pasar rakyat di wilayah Kabupaten Bogor juga ditemui pada beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Widyanthi, 2013) dimana indikator kepuasan terendah adalah pada kamar kecil yang bersih, lingkungan pasar yang bersih dan penggunaan timbangan yang akurat. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh (Minarni & Nurhadi, 2016) dimana indikator yang masih menjadi prioritas utama dan belum memuaskan antara lain adalah pasar yang bersih dan tidak becek serta toilet

yang bersih dan tersedianya pos keamanan.

Penelitian (Wijayanto, 2017) juga mengungkapkan ketersediaan alat ukur, tempat sampah dan pemisahan toilet laki-laki dan perempuan juga merupakan aspek yang sangat penting namun kondisinya belum memuaskan. Sedangkan penelitian dari sisi kepuasan pedagang yang dilakukan oleh (Mattanete, 2008) dimana kondisi kebersihan pasar, kondisi MCK dan kondisi tempat usaha juga memiliki hasil indikator kepuasan yang rendah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Secara keseluruhan, mulai dari Pasar Rakyat Kelas I hingga Pasar Rakyat Kelas III belum ada yang 100% memenuhi SNI Pasar Rakyat. Hal ini tentu menjadi bahan evaluasi dan saran bagi pengelola pasar agar dapat memperhatikan dan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pasar rakyat dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Adapun bagi pengguna pasar rakyat yaitu pedagang dan pembeli, dari 27 fasilitas yang dievaluasi setidaknya ada empat fasilitas yang menjadi perhatian dimana fasilitas tersebut memiliki kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerja atau kepuasan yang

dirasakan oleh pengguna pasar masih rendah. Keempat fasilitas tersebut antara lain jumlah hidran air, lokasi hidran air, jumlah CCTV, dan lokasi CCTV. Dengan demikian, selayaknya pengelola pasar tidak hanya memerhatikan standar yang telah ditetapkan SNI Pasar Rakyat, tetapi juga persepsi kebutuhan pengguna pasar sehingga aktivitas di pasar rakyat dapat berjalan dengan optimal.

CSI atau indeks tingkat kepuasan pengguna terhadap fasilitas pasar untuk pasar kelas I dan kelas II masuk pada kriteria *cause for concern* dan pasar kelas III masuk pada kriteria *poor*. Nilai rata-rata keseluruhan dari ketiga kelas pasar adalah sebesar 70%, artinya secara umum kondisi pasar rakyat di Kabupaten Bogor masuk pada kriteria *poor*. Masih diperlukan kebijakan dalam pengelolaan dan perbaikan pada fasilitas yang tersedia di sebagian besar pasar rakyat yang ada di Kabupaten Bogor.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah responden tiap pasar yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, sehingga belum dapat menggambarkan secara rinci kebutuhan pengguna dari pembeli dan pedagang. Oleh sebab itu, disarankan untuk penelitian yang akan datang perlu

pengambilan responden yang lebih banyak. Selain itu dapat juga dilakukan penelitian fokus pada masing-masing pasar yang ada di wilayah Kabupaten Bogor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Perdagangan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bogor, Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor, Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Bogor, dan PD. Pasar Tohaga yang telah memberikan kemudahan dalam mengakses data yang menunjang penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Pusbindiklatren Bappenas yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliana, V., Ridlo MA., dan Rochani, A. (2017). Evaluasi manajemen pasar tradisional berdasarkan aspek pelayanan prima (studi kasus pasar tradisional Peterongan Semarang). *Jurnal Planologi*. 14 (2), pp. 175-186.
- Adiyadnya, M. S. P., dan Setiawina, N. D. (2015). Analisis Tingkat Efektifitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 4 (4), pp. 265-281.
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., dan Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, Vol. 4 (2), pp. 74-81.
- Anggraini, R., dan Susetyo B. (2016). Evaluasi Tingkat Kenyamanan Pada Bangunan Pasar Cipulir. *Jurnal Arsitektur, Bangunan & Lingkungan*, Vol. 5 (3), pp.145-162
- Dwirahayu, I.A., Marom, A., dan Subowo, A. (2015). Evaluasi Kebijakan Pengaturan Pasar Tradisional “Pasar Bulu” di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, Vol. 4 (3), pp. 1-10.
- Handriati, A. A., Sunaryo, dan Helia, V. N. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode SERVPERF-IPA-CSI. *Teknoin*, Vol. 21 (4), pp. 178-190.
- Mattanete, H. (2008). Analisis Kepuasan Pedagang Terhadap Pengelolaan Pasar dan Strategi Pengembangan Pasar. Tesis. Bogor: Sekolah Pascasarjana IPB.
- Magdina, T. M., Nasution, M. A., dan Thamrin H. (2018). Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional oleh Perusahaan daerah Kota Medan. *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, Vol. 4 (1), pp. 45-52.
- Minarni, E., dan Nurhadi, A. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pasar Tradisional Besuki Tulungagung. *Jurnal Benefit*, Vol. 3 (1), pp. 45-58.
- Nida, M. M. (2014). Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, Vol 10 (2), pp. 166-174.
- Peraturan Daerah Kabupaten Bogor No. 11 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. 2012. Bogor.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. 2007. Jakarta.

- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. 2012. Jakarta.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 61/M-DAG/PER/8/2015 Tentang Pedoman Pembangunan Pasar. 2015. Jakarta.
- Qorih, C. G. (2014). Model Penataan Pasar Tradisional Berdasarkan Karakteristik Kegiatan, Fasilitas, dan Utilitas, Studi Kasus Pasar Tanjung di Kabupaten Jember. *Retrieved from Lembaga Penelitian Universitas Jember. Diunduh tanggal 19 Maret 2019 dari <http://repository.unej.ac.id>.*
- Standar Nasional Indonesia 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat. 2015. Jakarta.
- Stutiari, N. P. E., Arka, S. (2019). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 8 (1), pp. 148-178.
- Sumaga, A. U. (2013). Analisis Kepuasan Pengguna jasa Terhadap Penerapan Manajemen Rekayasa Konstruksi Profesional Ruko Di Kawasan Bussiness Park Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, Vol. 3 (1), pp. 6–13.
- Triatmojo, M. B., & Rengga, A. (2019). Evaluasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional Rejomulyo di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, Vol 8 (2), pp. 1-13.
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan VI*, pp. 339–344. Surabaya: Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. 2014. Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta.
- Widyanthi, N. L. A. M. (2013). Analisis tingkat kepuasan konsumen pasar Agung Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 2 (10), pp. 108-126.
- Wijayanto, E. (2017). Kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna pasar Pemalang Kabupaten Pemalang. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, Vol. 13 (1), pp. 44–55.

INDEKS SUBJEK

C

Computable General Equilibrium, 14 (2): 195, 199, 213, 214

E

Economic Integration, 14 (2): 177, 178, 181, 182, 184, 191, 192, 193
Evaluasi, 14 (2): 307, 313, 318, 319, 322, 323, 324

F

Final Product, 14 (2): 244, 256, 257

I

Impor, 14 (1): 29, 31, 32, 33, 34, 38, 39, 42
Input-Output, 14 (2): 239, 242, 243, 252, 259, 260
Intermediet Input, 14 (2): 255, 256
Investment Creation, 14 (2): 177, 181, 189, 190

K

Kabupaten Bogor, 14 (2): 305, 306, 307, 308, 309, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323
Konsumen, 14 (1): 21, 23, 25, 27, 30, 31, 41, 42, 43

L

Liberalisasi Perdagangan, 14 (1): 25, 26

M

Modal Asing, 14 (1): 48, 49, 51, 52, 61

P

Pasar Ekspor Non Migas, 14 (2): 217, 236
Pasar Rakyat, 14 (2): 261, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 275, 279, 280
Persamaan Simultan, 14 (1): 26, 28, 30, 31
Perusahaan Makanan, 14 (1): 47, 51, 54, 55, 68, 69
Potential Market, 14 (2): 285, 292, 293, 294, 300
Produsen, 14 (1): 21, 23, 25, 30, 31, 40, 41, 42, 43

S

Survei Industry, 14 (1): 70

T

Trade Creation, 14 (2): 180, 181, 189, 190, 193
Trade Sector, 14 (2): 195, 196, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212
Traditional Farmer, 14 (2): 293, 295, 299, 300

INDEKS PENGARANG

A

Alaexander, C & Wyeth, 14 (1): 23, 25, 40
Azahari, D.H., & Hadoutomo, K., 14 (1):
22

D

Dawe, D., 14 (1): 22

G

Gereffi, G., 14 (2): 243, 245, 259

H

Hsiao, Frank S. T., & Hsiao, M.-C. W., 14
(2): 182, 184, 187, 192

I

Irawan, 14 (2): 263, 271, 272, 280
Ismet, M., Barkley, A.P., & Llewelyn, R.V.,
14 (1): 40, 41

M

Muhammad Rizal Taufikurohman, 14 (2):
199, 200, 214

N

Najib, 14 (2): 284, 301, 302
Naully, Dahlia., 14 (1): 47

O

Okabe, M., & Urata, S., 14 (2): 181, 189,
193

P

Pranolo, T., 14 (1): 36

R

Rizaldy, 14 (2): 262, 263, 281

W

World Input Output Databases (WIOD), 14
(2): 252, 253, 254, 255, 256, 257, 260

Y

Yang, S., & Martinez-Zarzoso, I., 14 (2) :
181,193

INDEKS KATA KUNCI

A

AEC, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 187, 190

AFTA, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 189, 190, 192, 193

Analisis Kepentingan, 14 (2): 305, 318, 319

ASEAN, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 193

ASEAN-KANADA FTA, 14 (2): 239, 240, 241

B

Beras, 14 (1): 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

D

Demand Index, 14 (2): 215, 216, 219, 220, 221, 222, 226, 227, 228, 229, 236, 238

Diversifikasi Ekspor, 14 (2): 215, 219, 236, 237

E

Ekspor, 14 (1): 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 133, 136, 137, 140, 141, 142, 143, 144

Entropy Balancing, 14 (1): 121, 122, 129, 134, 135, 137, 139, 141, 143, 145

F

FDI, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 193

G

GVC, 14 (2): 239, 240, 241, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 258, 259, 260

H

Hambatan Non Tarif, 14 (1): 147, 153, 174

Harga, 14 (1): 21, 22, 23, 24, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

Harga Acuan Penjualan (HAP), 14 (1): 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 14, 15, 16, 18

Harga Domestik, 14 (1): 95

Harga Gula, 14 (1): 1, 2, 3, 4, 5, 10, 11, 12, 15, 18, 19

Harga Komoditas Pangan, 14 (2): 261, 262, 265, 272, 274, 281

Harga Komoditi Pangan, 14 (1): 95, 104, 115, 116

Harga Minyak Dunia, 14 (1): 95, 97, 99, 102, 104, 105, 108, 109, 111, 112, 114, 115, 116, 117

I

Impor, 14 (1): 95, 103, 106, 109, 110, 113, 115, 116

Industri Baja, 14 (1): 75, 76, 77, 80, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 93, 94

Industrial Estate, 14 (1): 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144

Industri Makanan Olahan, 14 (1): 47, 62, 64, 67, 69

Integrasi, 14 (1): 21, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

IPA dan CSI, 14 (2): 305, 310, 315

J

Jasa Transportasi Udara, 14 (1): 147, 153, 155, 156, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 169, 170, 171

K

Kecenderungan Ekspor-Impor, 14 (1): 47
Kepemilikan Asing, 14 (1): 47, 48, 50, 51, 53, 54, 55, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 69
Kesejahteraan, 14 (1): 21, 25, 30, 41, 42, 43
Keunggulan Komparatif, 14 (1): 75, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94

M

Matching Methods, 14 (1): 121, 127, 128, 129, 134, 139, 141, 143
Model Ekonometrika, 14 (1): 1
Model Gravitasi, 14 (1): 147, 153, 160
Model IC-IRTS CGE, 14 (1): 147
Model Tobit, 14 (1): 47, 58, 59

N

Negara Berkembang, 14 (2): 284, 285, 286, 289, 303
Nilai Tambah, 14 (2): 239, 240, 242, 243, 244, 245, 246, 258
Non Traditional, 14 (2): 215, 216

P

Pangan Organik, 14 (2): 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 302, 303
Pasar Rakyat, 14 (2): 305, 306, 307, 308, 309, 310, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324
Perdagangan Intra, 14 (2): 177
Perilaku Konsumen, 14 (2): 283, 284, 285, 302
Pertumbuhan Ekonomi, 14 (2): 195, 196, 198, 203, 209, 210, 211
Produktivitas, 14 (1): 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 89, 90, 91, 93, 94, 121, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 139, 140, 141, 142, 143, 144; 14 (2): 195, 198, 199, 200, 202, 203, 204, 205, 211

R

Random Effect, 14 (2): 261, 269
Random Effect Model, 14 (2): 215, 216, 220, 230, 232, 236
Revitalisasi Pasar, 14 (2): 261, 264, 265, 267, 269, 272, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281
Rezim, 14 (1): 21, 22, 23, 25, 27, 28, 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43

S

Saluran Pemasaran, 14 (2): 283, 284, 285, 286, 287, 293, 294, 295, 296, 297, 299, 300

SNI, 14 (2): 305, 306, 307, 308, 309, 312, 313, 314, 317, 319, 321, 322

Stabilitas Harga, 14 (2): 261, 267, 268, 276, 279

Structural Match Index, 14 (2): 215, 216, 226, 227, 228, 229, 238

Swasembada, 14 (1): 21, 22, 25, 29, 32, 33, 34, 35, 41, 42, 43, 45

T

Teknologi Digital, 14 (2): 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212

Tenaga Kerja, 14 (2): 195, 198, 200, 201, 206, 207, 211, 212, 214

Tingkat Kepuasan, 14 (2): 305, 310, 311, 312, 317, 322, 323, 324

KEYWORD INDEKS

A

Added Value, 14 (2): 239, 240, 242, 243, 244, 245, 246, 258
AEC, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 187, 190
AFTA, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 189, 190, 192, 193
Air Transportation Services, 14 (1): 147, 153, 155, 156, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 169, 170, 171
ASEAN, 14 (2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 193
ASEAN-CANADA FTA, 14 (2): 239, 240, 241

C

Comparative Advantage, 14 (1): 75, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94
Consumer Behavior, 14 (2): 283, 284, 285, 302
Customer Satisfaction, 14 (2): 305, 310, 311, 312, 317, 322, 323, 324

D

Demand Index, 14 (2): 215, 216, 219, 220, 221, 222, 226, 227, 228, 229, 236, 238
Developing Countries, 14 (2): 284, 285, 286, 289, 303
Digital Technology, 14 (2): 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212
Domestic Prices, 14 (1): 95

E

Economic Growth, 14 (2): 195, 196, 198, 203, 209, 210, 211
Econometric Model, 14 (1): 1

Entropy Balancing, 14 (1): 121, 122, 129, 134, 135, 137, 139, 141, 143, 145
Export, 14 (1): 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 133, 136, 137, 140, 141, 142, 143, 144

Export Diversification, 14 (2): 215, 219, 236, 237
Export-Import Propensity, 14 (1): 47

F

FDI, 14(2): 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 193
Food Commodity Prices, 14 (2): 261, 262, 265, 272, 274, 281
Foreign Ownership, 14 (1): 47, 48, 50, 51, 53, 54, 55, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 69

G

Global Crude Oil Price, 14 (1): 95, 97, 99, 102, 104, 105, 108, 109, 111, 112, 114, 115, 116, 117
Gravity Model, 14 (1): 147, 153, 160
GVC, 14 (2): 239, 240, 241, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 258, 259, 260

I

IC-IRTS CGE Model, 14 (1): 147
Import, 14 (1): 95, 103, 106, 109, 110, 113, 115, 116
Industrial Estate, 14 (1): 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144
Integration, 14 (1): 21, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45
Intra-Trade, 14 (2): 177
IPA dan CSI, 14 (2): 305, 310, 315

L

Labor, 14 (2): 195, 198, 200, 201, 206, 207, 211, 212, 214
Local Food Commodity Prices, 14 (1): 95, 104, 115, 116

M

Market Revitalization, 14 (2): 261, 264, 265, 267, 269, 272, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281
Marketing Channels, 14 (2): 283, 284, 285, 286, 287, 293, 294, 295, 296, 297, 299, 300
Matching Methods, 14 (1): 121, 127, 128, 129, 134, 139, 141, 143

N

Non-Tariff Barrier, 14 (1): 147, 153, 174
Non Traditional, 14 (2): 215, 216

O

Organic Food, 14 (2): 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 302, 303

P

Performance Analysis, 14 (2): 305, 318, 319
Price, 14 (1): 21, 22, 23, 24, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45
Price Stability, 14 (2): 261, 267, 268, 276, 279
Processed Food Industry, 14 (1): 47, 62, 64, 67, 69

Productivity, 14 (1): 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 89, 90, 91, 93, 94, 121, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 139, 140, 141, 142, 143, 144; 14 (2): 195, 198, 199, 200, 202, 203, 204, 205, 211

R

Random Effects, 14 (2): 261, 269
Random Effect Model, 14 (2): 215, 216, 220, 230, 232, 236
Reference Sales Price (HAP), 14 (1): 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 14, 15, 16, 18
Regime, 14 (1): 21, 22, 23, 25, 27, 28, 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43
Rice, 14 (1): 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

S

Self-Sufficiency, 14 (1): 21, 22, 25, 29, 32, 33, 34, 35, 41, 42, 43, 45
SNI, 14 (2): 305, 306, 307, 308, 309, 312, 313, 314, 317, 319, 321, 322
Steel Industry, 14 (1): 75, 76, 77, 80, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 93, 94
Structural Match Index, 14 (2): 215, 216, 226, 227, 228, 229, 238
Sugar Price, 14 (1): 1, 2, 3, 4, 5, 10, 11, 12, 15, 18, 19

T

Tobit Model, 14 (1): 47, 58, 59
Traditional Market, 14 (2): 305, 306, 307, 308, 309, 310, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324

W

Welfare, 14 (1): 21, 25, 30, 41, 42, 43

JUDUL NASKAH BAHASA INDONESIA SPESIFIK, JELAS, MENGANDUNG UNSUR KATA KUNCI, MAKSIMAL 15 KATA

Title in English, Specific, Clear, Contains Key Words , Maximum 15 Words

A. Firstauthor^{1*}, B.C. Secondauthor², D. Thirdauthor^{1,2}

¹First affiliation, Address, City and Postcode, Country, email address

²Second affiliation, Address, City and Postcode, Country, email Address

Abstrak

Abstrak berisi gambaran singkat keseluruhan artikel mengenai permasalahan, tujuan, metode, hasil, dan rekomendasi kebijakan. Jumlah kata dalam abstrak 150-200 kata dan harus dalam satu paragraf.

Kata Kunci: 3-5 kata kunci

Abstract

Abstract contains research problem, aims of the study, research method, results, and policy recommendation. The length of abstract should be between 150-200 words and must be in one paragraph.

Keywords: 3-5 keywords

JEL Classification: F12, F13, F15 (minimal 3)

PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang (signifikansi penelitian), perumusan masalah/ pertanyaan penelitian, teori dan penelitian terkait, hipotesa (optional), dan tujuan. Pendahuluan ditulis dengan tanpa sub judul.

METODE

Berisi waktu dan tempat penelitian (optional), jenis data, bahan/cara pengumpulan data, dan metode analisis.

Cara penulisan rumus untuk persamaan-persamaan yang digunakan disusun pada baris terpisah dan diberi nomor secara berurutan dalam

parentheses (justify), sejajar dengan baris tersebut, dan rata kanan.

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k} \dots\dots\dots(1)$$

$$f(x) = a_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \left(a_n \cos \frac{n\pi x}{L} + b_n \sin \frac{n\pi x}{L} \right) \dots\dots(2)$$

Dimana X : Nilai ekspor

A : Nilai impor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan menyajikan dan menganalisis temuan penelitian. Uraikan pada bagian ini hasil yang diperoleh secara jelas. Penulisan hasil dapat ditambahkan dengan menyajikannya dalam bentuk tabel atau gambar.

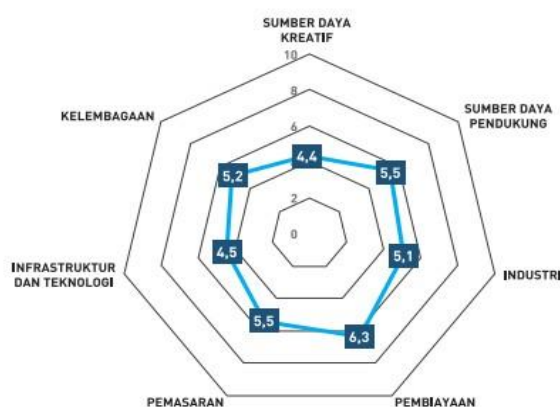
Tabel 1. Hasil Yang Diperoleh

No	Produsen	Luas Wilayah (ha)
1.	Pemerintah	512.369
2.	Swasta	41.300

Sumber: PT. Timah (2015), diolah

Keterangan:

Hindari pembahasan literatur yang berulang kecuali diperlukan untuk mengkonfirmasi hasil penelitian.



Gambar 1. Pemetaan Daya Saing Industri

Sumber: BPS (2015), diolah

Keterangan: Berdasarkan Survei Juni 2015

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kesimpulan harus menjawab pertanyaan/permasalahan penelitian. Rekomendasi kebijakan berisi rumusan kebijakan atas temuan penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada pihak yang telah mendukung penyusunan naskah ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka menggunakan *reference management software* seperti Mendeley atau EndNote dengan APA style.

Firdausy, C. M. (2005). *Menapak Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Obor.

Masyhuri. (2015a). *Landasan Filosofis Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

Masyhuri. (2015b). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera

Whitten, J.L., Bentley, L.D., S.K., Steven, Dittman, K.C. (2004). *Systems Analysis and Design Methods*. Indianapolis: McGraw-Hill Education.

Asra, A. (2012). Trade Pattern and Welfare Impacts. *Journal of ABC*, Vol. 2 (1), pp. 35 – 29.

Muhri, K., T. Widayanti, dan A. Adang. (2012). Indonesia Competitiveness Among ASEAN Countries. *Journal of XYZ*, Vol. 3 (5), pp.200-225.

Sabdul, K. (2012). Harga Daging Sapi Menanjak Terus Menjelang Bulan Puasa. *Bisnis Indonesia*, 5 Juni.

Kompas. (2012, 4 Juni). Harga Gula Makin Meroket.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. 2014. Jakarta.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2011). *Pedoman Akreditasi Majalah Ilmiah*. Jakarta: LIPI Press.

Ismail, A. (2007). Perancangan Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Jurusan Teknik Industri. Skripsi. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas.

Krisnamurthi, B. (2014). Opportunities and Challenges: Regional & Global of CPO within the Context of Aviation Biofuel Implementation and ISPO Standard. Makalah: Disajikan pada Workshop Indonesia Initiatives on Energy Farming & Sustainable Abiation Biofuel and the ISPO/RSPO

Standard pada tanggal 26 Agustus 2014 di Kementerian Perhubungan Jakarta.

Online. (2012). Sumber dari Internet Tentang Perdagangan. Diunduh tanggal 23 April 2012 dari

<http://online.com/home/data/trade.php>

Kompas. (2011, Januari 24). Hadapi Perdagangan Internasional dengan SNI. Diunduh tanggal 30 November 2012 dari <http://www.kompas.com>

PETUNJUK PENULISAN NASKAH BULETIN ILMIAH LITBANG PERDAGANGAN

1. Naskah merupakan hasil penelitian, tidak sedang dikirimkan/telah diterbitkan pada jurnal/terbitan lain.
2. Naskah berisi tentang topik perdagangan maupun yang terkait.
3. Naskah ditulis dengan kaidah tata Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris yang baku dan benar..
4. Penulis membuat surat pernyataan bahwa naskah yang dikirim adalah asli dan memenuhi persyaratan klirens etik dan etika publikasi ilmiah (bebas dari plagiarisme, fabrikasi, dan falsifikasi) berdasarkan Peraturan Kepala LIPI No. 8 Tahun 2013 dan No.5 Tahun 2014.
5. Apabila naskah ditulis dari hasil penelitian kelompok dan akan diterbitkan sendiri, diharuskan menyertakan surat pernyataan persetujuan tertulis dari anggota kelompok yang lain.
6. Sistematika Penulisan: Judul, Keterangan Penulis, Abstrak, Kata Kunci, *JEL classification*, Pendahuluan, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan, Ucapan Terima kasih, Daftar Pustaka.
7. Teknik Penulisan:
 - a. Naskah diketik pada kertas ukuran A4, 1,5 spasi, dan jenis huruf Arial 12 dengan margin kiri 3 cm, margin atas, kanan dan bawah 2,5 cm serta jumlah halaman 20-25 halaman.
 - b. Judul ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris maksimal 15 kata menggambarkan isi naskah secara keseluruhan.
 - c. Judul Bahasa Indonesia ditulis dengan huruf kapital, *bold*, *center*, sedangkan judul Bahasa Inggris ditulis dengan huruf kapital pada awal kata, *italic*, *bold* dan *center*.
 - d. Nama penulis tanpa gelar akademik diletakkan di tengah (*center*). Nama instansi, alamat instansi, dan email penulis diletakkan dalam satu baris dan di tengah (*center*).
 - e. Abstrak ditulis dalam satu paragraf menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Abstrak diketik dengan 1 spasi, jenis huruf Arial 11, jumlah kata 150-200 kata. Abstrak Bahasa Inggris diketik dengan menggunakan format *italic*.
 - f. Kata kunci dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris terletak di bawah abstrak sebanyak 3-5 kata kunci.
 - g. Mencantumkan *JEL Classification* yang dapat diakses melalui [http://www.aeaweb.org/jel/jel class system.php](http://www.aeaweb.org/jel/jel%20class%20system.php).
 - h. Tabel dan gambar diletakkan segera setelah disebutkan didalam naskah pada posisi paling atas atau paling bawah dari setiap halaman dan tidak diapit oleh kalimat.
 - i. Penulisan tabel:
 - Judul tabel menggunakan huruf arial 12, *bold*, diletakkan di atas tabel dan rata kiri.
 - Judul tabel diberi penomoran angka Arab (1, 2, 3,...)
 - Sumber tabel diketik sejajar dengan teks dibawah tabel.
 - Isi tabel diketik dengan jarak satu spasi
 - Garis tabel hanya pada bagian atas (*header*) dan garis bagian bawah (*footer*) tabel, garis vertikal pemisah kolom tidak dimunculkan, dan dapat diedit.

- j. Penulisan gambar:
- Judul gambar ditulis dengan huruf Arial 12, *bold*, diletakkan dibawah gambar dan rata kiri.
 - Judul gambar diberi penomoran angka Arab (1, 2, 3,...)
 - Keterangan gambar diletakkan di bawah judul gambar.
 - Penulisan keterangan gambar menggunakan huruf Arial 10, dan diletakkan dibawah sumber.
 - Ukuran resolusi gambar paling sedikit 300 dpi, dan dapat diedit.

- k. Cara penulisan rumus untuk persamaan–persamaan yang digunakan disusun pada baris terpisah dan diberi nomor secara berurutan dalam *parentheses (justify)*, sejajar dengan baris tersebut, dan rata kanan. Contoh :

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k} \dots\dots\dots(1)$$

$$f(x) = a_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \left(a_n \cos \frac{n\pi x}{L} + b_n \sin \frac{n\pi x}{L} \right) \dots\dots\dots(2)$$

- l. Keterangan rumus ditulis dalam satu paragraf tanpa menggunakan simbol sama dengan (=), masing-masing keterangan notasi rumus ditulis di bawahnya.

Contoh: x : nilai ekspor

a : nilai impor dsb.

- m. Sumber acuan di dalam teks (*body text*) ditulis dengan mencantumkan nama akhir penulis dan tahun, sedangkan untuk karya terjemahan dilakukan dengan cara menyebutkan nama pengarang aslinya.

Contoh:

- Bossche (2012) dalam papernya....
- Fasilitas-fasilitas suatu pelabuhan.....(Suyono, 2005)

8. **ABSTRAK**, berisi gambaran singkat keseluruhan artikel mengenai permasalahan, tujuan, metode, hasil, dan rekomendasi kebijakan.

9. **PENDAHULUAN**, menguraikan latar belakang (signifikansi penelitian), perumusan masalah/pertanyaan penelitian, teori dan penelitian terkait, hipotesa (optional), dan tujuan .

10. **METODE** berisi waktu dan tempat penelitian (optional), bahan/cara pengumpulan data, metode analisis. .

11. **HASIL DAN PEMBAHASAN**, menyajikan dan menganalisis temuan penelitian.

12. **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**, kesimpulan harus menjawab pertanyaan/permasalahan penelitian. Rekomendasi kebijakan berisi rumusan kebijakan atas temuan penelitian.

13. UCAPAN TERIMA KASIH

14. **DAFTAR PUSTAKA**, disusun menurut abjad berdasarkan APA style. Jumlah sumber acuan dalam satu naskah paling sedikit 10 dan 80% diantaranya merupakan sumber acuan primer dan diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Sumber acuan primer adalah sumber acuan yang langsung merujuk pada bidang ilmiah tertentu, sesuai topik penelitian dapat

15. berupa tulisan dalam makalah ilmiah dalam jurnal internasional maupun nasional terakreditasi, hasil penelitian di dalam disertasi, tesis maupun skripsi.

16. Tata Cara Penulisan Pustaka Acuan

Penulisan Pustaka Acuan menggunakan **APA Style** yang dapat diakses melalui <http://www.apasyle.org>

- **Rujukan dari buku:**

Contoh:

Firdausy, C. M. (2005). *Menapak Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Obor.

Jika ada beberapa buku yang dijadikan sumber ditulis oleh orang yang sama dan diterbitkan dalam tahun yang sama, data tahun penerbitan diikuti oleh lambang a, b, c, dan seterusnya yang urutannya ditentukan secara kronologis atau berdasarkan abjad judul buku-bukunya.

Contoh:

Masyhuri. (2006a). *Landasan Filosofis Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

Masyhuri. (2006b). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera

- **Rujukan dari buku yang berisi kumpulan artikel (ada editor). Ditambah dengan ed jika satu editor, eds jika editornya lebih dari satu.**

Contoh:

Masyhuri. (2006). Landasan Filosofis Ekonomi Islam. Dalam Masyhuri (Ed.). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Yayasan Lentera.

- **Rujukan dari buku yang ditulis lebih dari satu penulis, dapat ditulis dengan menambahkan nama penulis pertama dengan dkk (dan kawan-kawan) atau et.al (dan lainnya). Penulisan dalam Pustaka Acuan harus ditulis lengkap nama penulis lainnya.**

Contoh:

Whitten, et.al ditulis lengkapnya Whitten, J.L., Bentley, L.D., S.K., Steven, Dittman, K.C. (2004). *Systems Analysis and Design Methods*. Indianapolis: McGraw-Hill Education.

- **Rujukan dari artikel dalam jurnal**

Contoh:

Asra, A. (2012). Trade Pattern and Welfare Impacts. *Journal of ABC*, Vol. 2 (1), pp. 35 – 29.

Muhri, K., T. Widayanti, dan A. Adang. (2012). Indonesia Competitiveness Among ASEAN Countries. *Journal of XYZ*, Vol. 3 (5), pp.200-225.

- **Rujukan dari artikel dalam majalah atau koran**

Contoh:

Sabdul, K. (2012). Harga Daging Sapi Menanjak Terus Menjelang Bulan Puasa. *Bisnis Indonesia*, 5 Juni.

- **Rujukan dari Koran tanpa penulis**

Contoh:

Kompas. (2012, 4 Juni). Harga Gula Makin Meroket.

- **Rujukan dari dokumen resmi pemerintah yang diterbitkan oleh suatu penerbit tanpa pengarang dan tanpa lembaga**

Contoh:

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. 2014. Jakarta.

- **Rujukan dari lembaga yang ditulis atas nama lembaga tersebut**

Contoh:

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2011). *Pedoman Akreditasi Majalah Ilmiah*. Jakarta: LIPI Press.

- **Rujukan berupa skripsi, tesis, atau disertasi**

Contoh:

Ismail, A. (2007). Perancangan Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Jurusan Teknik Industri. Skripsi. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas.

- **Rujukan berupa makalah yang disajikan dalam seminar, penataran, atau lokakarya**

Contoh:

Krisnamurthi, B. (2014). Opportunities and Challenges: Regional & Global of CPO within the Context of Aviation Biofuel Implementation and ISPO Standard. Makalah: Disajikan pada Workshop Indonesia Initiatives on Energy Farming & Sustainable Aviation Biofuel and the ISPO/RSPO Standard pada tanggal 26 Agustus 2014 di Kementerian Perhubungan Jakarta.

- **Rujukan dari internet**

Contoh:

Online. (2012). Sumber dari Internet Tentang Perdagangan. Diunduh tanggal 23 April 2012 dari <http://online.com/home/data/trade.php>.

- **Rujukan dari koran/majalah online**

Contoh:

Kompas. (2011, Januari 24). Hadapi Perdagangan Internasional dengan SNI. Diunduh tanggal 30 November 2012 dari <http://www.kompas.com>.

17. Semua naskah yang masuk harus mengikuti format template naskah yang telah tersedia dalam website.

Gedung Utama, Lt. 3 dan 4
Jl. M.I. Ridwan Rais No.5
Jakarta Pusat
Telp. (021) 235 28681, 235 28680
Fax. (021) 235 28691

ISSN 1979-9187

