

## DAYA SAING EKSPOR CENGKEH INDONESIA DI PASAR GLOBAL

Fadhlan Zuhdi<sup>1\*</sup>, Khoiru Rizqy Rambe<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Riau

Jl. Kaharuddin Nasution km. 10 No. 341, Pekanbaru

<sup>2</sup>Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kepulauan Riau

Jl. Pelabuhan Sungai Jang No. 38, Tanjungpinang

\*Corresponding author: fadhlanzuhdi21@gmail.com

**Abstract:** *Increasing clove export market share in global markets has promising potential. The aims of this study are to identify the market structure of clove exporting countries and to measure the level of competitiveness and competitive advantage possessed by each exporting country. This study used time series data of Indonesian, Madagascar, Singapore and Comoro clove exports since 2001-2019. The CR<sub>4</sub> method is used to identify the market structure, Revealed Comparative Advantage (RCA) used to measure the level of export competitiveness comparatively and Export Competitiveness Index (ECI) used to identify the competitive advantage of each exporting country. The results of the study stated that the market structure formed leads to an oligopoly market with Indonesia and Madagascar as market leaders. Meanwhile, the level of export competitiveness and competitive advantage possessed by Indonesia tend to increase. To increase the share of Indonesian clove exports can be done by conducting dissemination to clove farmers about cultivation technology. So, the farmers can produce high quality clove.*

**Keywords:** *clove, competitiveness, ECI, export, RCA*

**Abstrak:** Peningkatan pangsa pasar ekspor cengkeh di pasar global memiliki potensi yang menjanjikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk oleh negara eksportir cengkeh dan untuk mengukur tingkat daya saing serta keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh masing-masing negara eksportir. Penelitian ini menggunakan data ekspor cengkeh Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro secara *time series* sejak tahun 2001-2019. Metode CR<sub>4</sub> digunakan mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk, *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur tingkat daya saing ekspor secara komparatif dan *Export Competitiveness Index* (ECI) digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif masing-masing negara eksportir. Hasil penelitian menyatakan bahwa struktur pasar yang terbentuk mengarah ke pasar oligopoli dengan Indonesia dan Madagaskar sebagai penguasa pasar. Sementara itu, tingkat daya saing ekspor dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Indonesia cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan pangsa ekspor cengkeh Indonesia dapat dilakukan dengan melakukan diseminasi kepada petani cengkeh terkait dengan teknologi budidaya sehingga dapat menghasilkan produk cengkeh yang berkualitas.

**Kata Kunci:** cengkeh, daya saing, ECI, ekspor, RCA

### PENDAHULUAN

Sektor perkebunan merupakan subsektor penyumbang PDB tertinggi diantara subsektor pertanian lainnya seperti subsektor tanaman

pangan, subsektor peternakan dan subsektor hortikultura. Pada tahun 2019, kontribusi sektor pertanian terhadap PDB Indonesia mencapai 9.41 %, dengan 35 % dari kontribusi tersebut disumbang oleh subsektor perkebunan

(Pusdatin, 2019). Selain menyumbangkan PDB, sektor perkebunan juga berkontribusi dalam perekonomian negara melalui investasi yang bernilai tinggi; berkontribusi dalam menyeimbangkan neraca perdagangan; berkontribusi dalam hal penerimaan negara dari cukai, pajak ekspor dan bea keluar; penyediaan bahan pangan dan bahan baku industri; sumber devisa negara dari kegiatan ekspor dan penyerap tenaga kerja (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020).

Cengkeh merupakan salah satu komoditas perkebunan Indonesia yang telah diekspor ke berbagai negara. Ekspor cengkeh Indonesia mengalami peningkatan sejalan dengan peningkatan produksi yang berhasil dilakukan. Pada tahun 2018, Indonesia berhasil mencatatkan produksi cengkeh sebesar 123.399 ton dan mengekspor cengkeh ke dunia sebesar 20.249 ton pada tahun yang sama (FAOSTAT, 2020; Trademap, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia telah mengekspor cengkeh mencapai 16.4% dari total produksinya.

Meskipun persentase ekspor cengkeh Indonesia ke dunia tidaklah besar, namun Indonesia telah menjadi salah satu eksportir terbesar cengkeh di pasar global. Pada tahun 2018, pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia di pasar global mencapai 28.29% atau setingkat lebih rendah dibandingkan dengan pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar yang mencapai 29.9%. Tingginya pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar dikarenakan sebesar 89.86% dari produksi cengkeh Madagaskar diekspor ke pasar global dan sisanya dikonsumsi di dalam negeri. Indonesia dan Madagaskar pada tahun yang sama telah menguasai pangsa pasar global sebesar 58.19% (FAOSTAT, 2020; Trademap, 2020).

Keunggulan dari sisi produksi cengkeh yang dimiliki Indonesia seharusnya dapat dimanfaatkan untuk lebih meningkatkan volume ekspor cengkeh Indonesia di pasar global. Peningkatan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih terhadap perekonomian nasional. Tanpa harus mengurangi konsumsi cengkeh di dalam negeri, peningkatan ekspor dapat dilakukan dengan peningkatan produktivitas cengkeh nasional. Pada tahun 2018, sebesar 66.84% perkebunan cengkeh merupakan Perkebunan Rakyat (PR) dan sebesar 33.16% adalah Perkebunan Besar

Swasta (PBS) dan Perkebunan Besar Negara (PBN). Hal tersebut mencerminkan bahwa sebagian besar perkebunan karet dimiliki oleh rakyat/ perorangan sehingga menyebabkan rendahnya produktivitas cengkeh dikarenakan sebagian besar PR dalam penggunaan teknik budidaya serta pascapanen masih belum menggunakan inovasi teknologi (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020).

Keunggulan komparatif dan keunggulan keunggulan kompetitif dapat ditingkatkan dengan melakukan pengembangan daya saing (Lindung dan Jamil, 2018). Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi daya saing dan keragaan struktur pasar ekspor cengkeh Indonesia ke pasar global sebagai salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder *time series* selama 17 tahun (2002-2019) yang dihimpun dari berbagai sumber yaitu FAO, *International Trade Centre* dan sumber informasi lainnya seperti dari buku dan pustaka lainnya. Data yang telah dihimpun kemudian dikelompokkan menjadi tiga periode waktu yaitu periode I (2001-2007), periode II (2018-2014) dan periode III (2015-2019). Objek penelitian ini adalah cengkeh yang memiliki kode HS 0907 di mana subjek penelitian adalah negara eksportir cengkeh terbesar di dunia yaitu Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro.

*Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan dalam penelitian ini sebagai alat analisis untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara. Metode ini juga mencerminkan pola perdagangan yang didasarkan pada perbedaan antar negara secara relatif (Bojnec dan Ferto, 2014; Nikolić et al., 2011). Menurut Granabeter (2016) dan Kuldilok et al. (2013), indeks RCA mudah dihitung dan banyak digunakan untuk mengukur perubahan keunggulan komparatif berbagai macam sektor dan yang utama adalah sektor pertanian. Pada dasarnya, RCA merupakan salah satu metode pengukuran yang berbentuk dinamis dan mampu digunakan dalam melakukan analisis daya saing. Konsep RCA adalah rasio antara pangsa pasar sebuah produk atau sektor tertentu dari suatu negara di

dalam pasar global dengan pangsa ekspor negara lainnya terhadap total ekspor dunia (Pramessti et al., 2018; Zuhdi dan Suharno, 2016). Menurut Frija et al. (2017), secara matematis RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}} \quad (1)$$

Dimana  $X_{ij}$  adalah nilai nominal ekspor cengkeh (HS 0907) dari negara  $j$  (US\$),  $\sum_i X_{ij}$  adalah nilai nominal ekspor total dari negara  $j$  (US\$),  $\sum_j X_{ij}$  adalah nilai nominal ekspor total cengkeh (HS 0907) dan  $\sum_i \sum_j X_{ij}$  adalah nilai nominal ekspor total dunia (US\$). (Bano dan Scrimgeour, 2012) menyatakan jika nilai indeks RCA kurang dari satu, maka tidak terdapat keunggulan komparatif suatu komoditas pada negara tertentu. Namun, jika nilai indeks RCA lebih dari satu, maka terdapat keunggulan komparatif suatu komoditas pada negara tertentu.

Penjelasan terhadap posisi daya saing ekspor cengkeh Indonesia di pasar global secara komprehensif dapat dijelaskan dengan menggunakan metode *Export Competitiveness Index* (ECI). Metode ini menunjukkan perbandingan rasio ekspor suatu negara di suatu pasar untuk komoditas dan periode tertentu dengan rasio ekspor suatu negara di suatu pasar untuk komoditas dan periode sebelumnya. Apabila nilai ECI lebih besar dari satu, maka komoditas tersebut menghadapi tren daya saing yang meningkat dan apabila nilai ECI kurang dari satu, maka komoditas tersebut menghadapi tren daya saing yang menurun (Ariesha et al., 2019). Menurut Mahmood (2000) dalam (Sinta et al., 2017), secara matematis ECI dapat dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$ECI_{ki} = \frac{(X_{ki}/X_w)^t}{(X_{ki}/X_w)^{t-1}} \quad (2)$$

Di mana  $X_{ki}$  merupakan nilai ekspor cengkeh oleh negara  $i$ ,  $X_w$  adalah nilai ekspor cengkeh dunia,  $X_{ki}$ ,  $t$  adalah periode berjalan dan  $t - 1$  adalah periode sebelumnya. Jika nilai ECI lebih besar dari satu, maka komoditas ekspor

mengalami kecenderungan keunggulan kompetitif yang meningkat dan apabila nilai ECI kurang dari satu, maka komoditas ekspor mengalami kecenderungan keunggulan kompetitif yang menurun.

*Concentration Ratio* (CR) digunakan untuk menganalisis tingkat konsentrasi pasar, di mana nilai CR yang digunakan adalah  $CR_4$  dan  $CR_8$  yang merupakan output pasar yang dihasilkan oleh 4 atau 8 produsen terbesar dalam suatu industri (Narulita et al., 2014). Nilai CR yang rendah menunjukkan bahwa pasar cenderung terdiri dari banyak produsen dan CR yang tinggi mengindikasikan bahwa pasar didominasi oleh negara-negara produsen terbesar (Hanafi dan Tinaprilla, 2019). Pada penelitian ini, rasio konsentrasi pasar yang digunakan adalah  $CR_4$  yaitu empat negara terbesar yang melakukan ekspor cengkeh di pasar global. (Saftiana, 2014) merumuskan  $CR_4$  sebagai berikut:

$$CR_4 = S_{ij1} + S_{ij2} + S_{ij3} + S_{ij4} \quad (3)$$

Di mana  $CR_4$  adalah konsentrasi rasio empat negara eksportir cengkeh terbesar di dunia.  $S_{ij1}$  adalah pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia.  $S_{ij2}$  adalah pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar,  $S_{ij3}$  adalah pangsa pasar ekspor cengkeh Singapura dan  $S_{ij4}$  adalah pangsa ekspor cengkeh Comoro.

Nilai  $CR_4$  berada pada kisaran 0% hingga 100% di mana nilai tersebut menggambarkan struktur pasar yang terjadi hingga dapat diklasifikasikan berdasarkan besaran nilai  $CR_4$  itu sendiri. Berdasarkan Lindung and Jamil (2018), klasifikasi struktur pasar berdasarkan nilai  $CR_n$  adalah :

Tabel 1. Klasifikasi struktur pasar berdasarkan nilai  $CR_n$

Struktur Pasar	Nilai $CR_n$
Pasar persaingan sempurna	Mendekati %
Persaingan monopolistik	< 40%
Oligopoli	> 40%
Monopoli	Mendekati 100%

Sumber : Lindung dan Jamil (2018)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor merupakan salah satu kegiatan yang dapat dijadikan sebagai sumber pemasukan negara baik itu melalui devisa ataupun biaya lain seperti pajak ekspor, dan bea keluar. Oleh sebab itu peningkatan ekspor menjadi penting karena perannya yang dapat menyeimbangkan neraca perdagangan nasional. Setiap negara memiliki keinginan untuk dapat menguasai pasar ekspor baik secara regional maupun global karena dengan semakin tinggi pangsa pasar ekspor yang dimiliki suatu negara maka semakin besar peluang untuk dapat menguasai pasar sehingga pendapatan negara melalui ekspor menjadi ke taraf yang optimal. Pada perdagangan cengkeh dunia, terdapat empat eksportir cengkeh terbesar di dunia yaitu Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro. Pada tahun 2019, masing-masing negara memiliki pangsa pasar sebesar 43,24% untuk Indonesia, 23,88% untuk Madagaskar, 7,05% untuk Singapura dan 5,91% untuk Comoro. Ke empat negara tersebut pada tahun yang sama telah menguasai pangsa pasar dunia sebesar 80,08%. Indonesia saat ini telah melakukan ekspor cengkeh secara dominan dan berkelanjutan ke 21 negara di dunia seperti

Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Malaysia, Uni Emirat Arab, Belanda, Jerman, Thailand, Mesir dan Australia (Pratama dan Darwanto, 2019).

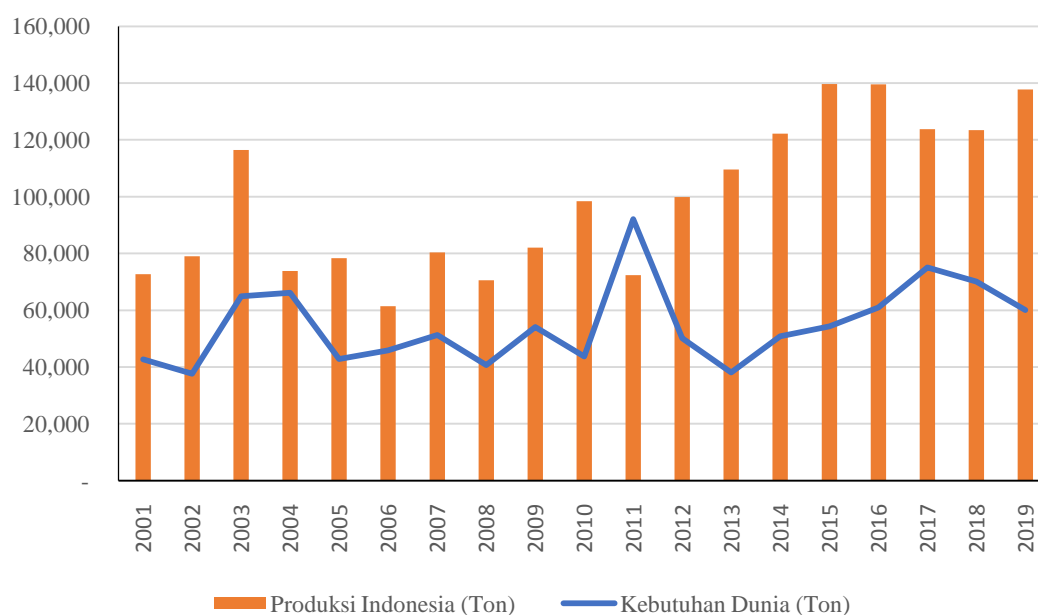
Vietnam merupakan importir terbesar dengan rata-rata ekspor sebesar 1.485 ton selama periode 2002-2019. Kemudian, importir terbesar ke dua dan ke tiga adalah Saudi Arabia dan Pakistan dengan rata-rata volume ekspor cengkeh masing-masing 843 ton dan 488 ton. Namun, jika dilihat dari sisi pertumbuhan volume ekspor, Jerman dan Mesir merupakan negara yang memiliki pertumbuhan ekspor terbesar yang masing-masing mencapai 633,36% dan 284,66%. Hal tersebut mencerminkan bahwa permintaan cengkeh Indonesia dari negara importir selalu meningkat karena selain Jerman dan Mesir, negara lain juga mencatatkan pertumbuhan volume ekspor cengkeh yang positif.

Jika dilihat dari sisi permintaan dunia, total ekspor cengkeh dunia pada tahun 2019 mencapai 66.207 ton dan di tahun yang sama produksi cengkeh Indonesia mencapai 137.758 ton (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020). Hal tersebut mencerminkan bahwa produksi cengkeh Indonesia telah mampu memenuhi kebutuhan cengkeh di dunia.

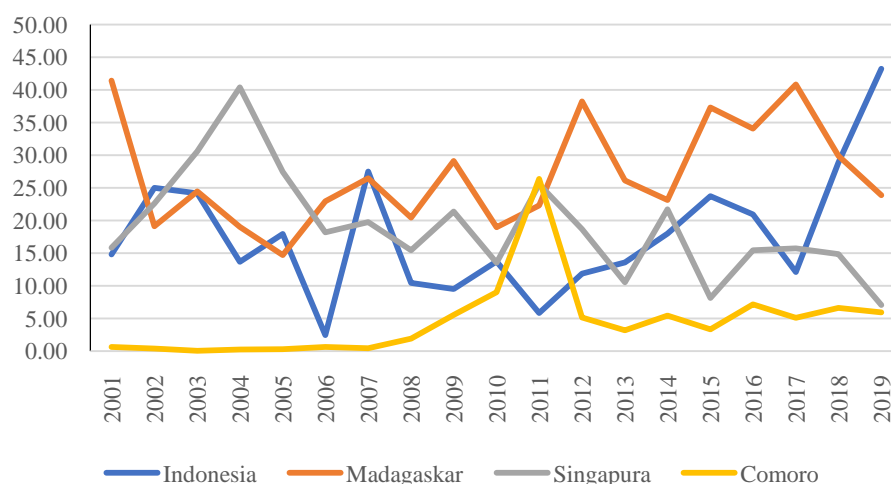
Tabel 2. Volume ekspor cengkeh Indonesia ke negara importir (ton)

Tahun	Vietnam	S.Arabia	Pakistan	Malaysia	UEA	Belanda	Jerman	Thailand	Mesir	Australia
2002	334	211	178	589	336	473	78	75	22	18
2003	1.751	1.901	520	259	592	125	69	20	12	14
2004	216	390	178	132	339	169	57	15	2	32
2005	1.103	724	181	137	284	95	20	34	83	48
2006	521	759	275	436	416	92	8	31	235	56
2007	997	1.560	487	448	505	133	25	46	253	94
2008	305	561	77	305	398	81	16	44	268	35
2009	567	414	219	156	190	143	0	46	59	44
2010	876	650	162	138	301	166	40	39	436	51
2011	778	197	163	134	34	188	5	23	304	15
2012	1.246	453	193	297	75	455	45	37	142	17
2013	1.168	396	237	227	12	480	59	163	314	5
2014	1.287	466	511	244	69	679	89	57	487	50
2015	3.224	720	957	250	316	170	275	75	691	75
2016	3.834	1.327	766	165	335	84	131	71	395	80
2017	1.109	562	596	126	212	294	171	57	730	120
2018	5.250	1.787	1.526	255	808	213	159	83	351	61
2019	2.158	2.100	1.559	267	1.820	348	107	93	476	100
<i>Growth Rate (%)</i>	77.80	74.48	40.71	10.71	72.15	22.08	633.36	24.26	284.66	65.49

Sumber : Data Primer Diolah, 2020



Gambar 1. Total Produksi Cengkeh Indonesia dan Kebutuhan Cengkeh Dunia (Ton)  
Sumber : FAOSTAT (2020) dan Trademap (2020)



Gambar 2. Pangsa Pasar Ekspor Cengkeh Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro di Pasar Global  
Sumber : FAOSTAT (2020) dan Trademap (2020)

Namun, karena kebutuhan dalam negeri akan cengkeh yang besar membuat ekspor cengkeh Indonesia tidak bisa maksimal.

*Trend* pangsa pasar ekspor cengkeh dunia untuk ke empat negara eksportir pada periode yang sama juga mengalami fluktuasi, di mana ekspor cengkeh Indonesia ke pasar global cenderung konstan dan menunjukkan peningkatan di beberapa tahun terakhir sedangkan ketiga negara lainnya cenderung menurun. Pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia ke pasar global mengalami peningkatan sejak tahun 2017 sedangkan di

tahun yang sama pangsa pasar ekspor cengkeh Madagaskar dan Singapura mengalami penurunan. Hal tersebut menyebabkan Indonesia sebagai negara yang memiliki pangsa pasar ekspor cengkeh terbesar di pasar global saat ini dan mengalahkan pangsa ekspor cengkeh Madagaskar yang sebelumnya cenderung lebih besar. Singapura pada periode waktu yang sama juga mengalami penurunan pangsa ekspor bahkan dapat terlihat bahwa sejak tahun 2004 hingga 2019, pangsa pasar ekspor cengkeh Singapura mengalami penurunan yang sangat besar.

Tabel 3. Hasil Perhitungan CR<sub>4</sub> dari ekspor cengkeh Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro

Tahun	CR <sub>4</sub>	Tahun	CR <sub>4</sub>
2001	72,67	2011	80,06
2002	67,10	2012	73,94
2003	79,24	2013	53,42
2004	73,35	2014	68,29
2005	60,41	2015	72,48
2006	44,25	2016	77,64
2007	74,16	2017	73,73
2008	48,26	2018	80,28
2009	65,55	2019	80,08
2010	55,30		

Sumber : FAOSTAT (2020) dan Trademap (2020)

Pangsa ekspor cengkeh dunia yang dikuasai oleh ke empat negara eksportir terbesar semakin dipertegas melalui perhitungan CR<sub>4</sub> yang dilakukan sejak tahun 2001 hingga 2019. Sejak tahun 2001 hingga tahun 2019 nilai pangsa ekspor cengkeh Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro di pasar global sangat besar dengan rata-rata CR<sub>4</sub> mencapai 68,43%. Berdasarkan perhitungan CR<sub>4</sub>, Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro dapat dikategorikan masuk ke dalam pasar oligopoli di mana ke empat negara tersebut memiliki pangsa pasar lebih dari 40%. Namun, dikarenakan Indonesia dan Madagsakar telah memiliki pangsa pasar yang lebih dari 40%, maka kedua negara tersebut telah membentuk pasar oligopoli sendiri (Lindung dan Jamil, 2018). Hal ini menyebabkan Singapura dan Comoro tidak lagi diperhitungkan dalam struktur pasar oligopoli yang telah terbentuk oleh Indonesia dan Madagaskar tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasi pasar yang terjadi semakin menyempit sehingga peningkatan daya saing cengkeh secara relatif terjadi di masing-masing negara yang menguasai pasar.

Tingkat daya saing ekspor cengkeh Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro dihitung menggunakan metode RCA. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai RCA Indonesia cenderung tinggi pada periode I (dengan rata-rata RCA mencapai 17,71 dan mengalami penurunan nilai rata-rata RCA di periode II sebesar 11,87 menjadi 5,84. Namun, pada periode III, rata-rata RCA Indonesia kembali mengalami peningkatan menjadi 19,48. Hal tersebut menunjukkan bahwa daya saing ekspor cengkeh Indonesia mengalami peningkatan di periode akhir yang selaras

dengan produksi cengkeh Indonesia yang mengalami peningkatan sebesar 2,85% pada periode akhir perhitungan.

Hasil penelitian (Tupamahu, 2015) menunjukkan bahwa tingkat daya saing ekspor cengkeh Indonesia memang berfluktuatif. Perhitungan nilai RSCA Indonesia pada periode 1980-1993 menghasilkan nilai negatif yang berarti bahwa pada periode tahun tersebut keunggulan komparatif Indonesia lebih rendah dari rata-rata dunia dan tidak memiliki daya saing. Kemudian pada periode tahun-tahun berikutnya, nilai RSCA Indonesia masih tetap bernilai positif meskipun nilainya mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Sari dan Widanta, 2018) yang menyatakan bahwa pada tahun 2000-2015, ekspor cengkeh Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Namun menurut (Hermawan, 2015), keunggulan komparatif ekspor cengkeh Indonesia pada tahun 2008-2013 telah kalah dibandingkan dengan Singapura.

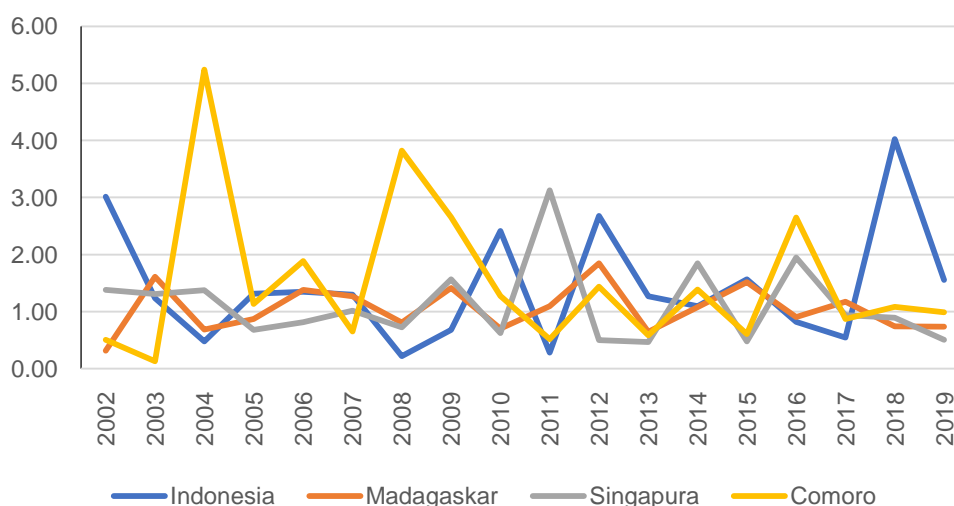
Madagaskar yang pada periode I penelitian ini menjadi negara dengan pangsa pasar terbesar dan memiliki nilai rata-rata RCA sebesar 2058.25 pada periode yang sama. Kemudian mengalami peningkatan pada periode II menjadi 3192.32. Namun, pada periode III mengalami penurunan menjadi 2617.87. Nilai RCA Madagaskar yang tinggi mencerminkan bahwa cengkeh merupakan komoditas ekspor utama Madagaskar. Hal tersebut tercermin dari data yang dihimpun melalui (Trademap, 2020) yang menyatakan bahwa pada periode penelitian, ekspor cengkeh menyumbang sebesar 5.41 dari total ekspor Madagaskar ke pasar global.

Selaras dengan Madagaskar, Comoro juga memiliki nilai RCA yang tinggi dalam

Tabel 4. Nilai RCA Rata-Rata Indonesia, Thailand dan Malaysia ke Pasar Global

Uraian	Indonesia	Madagaskar	Singapura	Comoro
Periode I	17,71	2058,25	13,27	8173,01
Periode II	5,84	3192,32	11,61	86494,14
Periode III	19,48	2617,87	7,71	20746,59
Δ Periode I – Periode II (%)	-67,02	55,09	-12,50	8941,7
Δ Periode II – Periode III (%)	233,56	-17,99	-33,59	-76,01

Sumber : FAOSTAT (2020) dan Trademap (2020)



Gambar 3. Indeks ECI Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro di Pasar Global  
Sumber : FAOSTAT (2020) dan Trademap (2020)

periode penelitian. Pada periode I, nilai rata-rata RCA Comoro adalah 8173,01 dan meningkat pada periode II menjadi 86494,14. Pada periode III, nilai rata-rata RCA Comoro mengalami penurunan menjadi 20746,59. Nilai RCA Comoro yang tinggi mencerminkan bahwa Comoro menjadikan cengkeh sebagai komoditas utama ekspor dan bahkan menjadi penyumbang devisa terbesar bagi Comoro. Hal tersebut ditunjukkan dari data yang dihimpun melalui (Trademap, 2020) yang menyatakan bahwa ekspor cengkeh rata-rata menyumbang 64,17% dari total ekspor Comoro ke pasar global.

Pada penelitian ini, keunggulan kompetitif negara eskportir cengkeh di pasar global dapat dilihat dari hasil analisis *Export Competitiveness Index* (ECI). Secara rata-rata, nilai ECI Indonesia, Madagaskar, Singapura dan Comoro pada periode penelitian memiliki nilai lebih dari satu dengan nilai masing-masing sebesar 1,43, 1,04, 1,12 dan 1,52 sehingga dapat dikategorikan bahwa ekspor cengkeh ke empat negara tersebut ke pasar global memiliki keunggulan kompetitif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa bentuk pasar cengkeh dunia adalah pasar oligopoli dengan lebih dari 40 % pangsa pasar global dikuasai oleh Indonesia dan Madagaskar. Daya saing Indonesia dan Madagaskar mengalami peningkatan sementara daya saing Singapura dan Comoro mengalami penurunan yang terlihat dari rata-rata nilai RCA yang mengalami penurunan di hampir seluruh periode. Hasil perhitungan juga menunjukkan rata-rata indeks ECI bernilai lebih dari satu myang berarti bahwa keunggulan kompetitif masing-masing negara eskportir mengalami kecenderungan yang meningkat. Dengan demikian potensi Indonesia untuk menguasai pasar ekspor cengkeh dunia masih sangat terbuka.

Untuk meningkatkan daya saing ekspor cengkeh Indonesia, dapat dilakukan dengan upaya peningkatan produktivitas cengkeh di dalam negeri. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu melalui diseminasi teknologi budidaya terhadap para petani cengkeh yang masih melakukan usahatani secara

konvensional. Diharapkan dengan adanya diseminasi teknologi budidaya tersebut, petani dapat lebih produktif dalam menghasilkan cengkeh yang berkualitas dalam jumlah yang besar sehingga secara agregat total produksi cengkeh Indonesia akan meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariesha, Y., Alamsyah, Z., & Malik, A. (2019). Analisis komparasi daya saing ekspor lada Indonesia terhadap Vietnam dan Malaysia di Pasar ASEAN. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 22(1), 80–90. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v22i1.8619>.
- Bano, S., & Scrimgeour, F. (2012). The export growth and Revealed Comparative Advantage of the New Zealand Kiwifruit Industry. *International Business Research*, 5(2), 73–82. <https://doi.org/10.5539/ibr.v5n2p73>.
- Bojnec, S., & Ferto, I. (2014). Export competitiveness of dairy products on global markets: The case of the European Union Countries. *Journal of Dairy Science*, 97(10), 6151–6163. <https://doi.org/10.3168/jds.2013-7711>.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2020). *Statistik Perkebunan Indonesia (Cengkeh)*.
- FAOSTAT. (2020). Crops Statistics. Retrieved from Food and Agriculture Organization of the United Nations website: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>.
- Frija, A., Dhehibi, B., Salah, M. Ben, & Aw-Hassan, A. (2017). Competitive Advantage of GCC Date Palm Sector in the International Market: Market Shares, Revealed Comparative Advantages, and Trade Balance Indexes. *International Journal of Marketing Studies*, 9(6), 1. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n6p1>
- Granabetter, D. (2016). Revealed Comparative Advantage Index: an Analysis of Export Trade in the Austrian District of Burgenland. *Review of Innovation and Competitiveness*, 2(2), 97–114.
- Hanafi, R. U., & Tinaprilla, N. (2019). Daya saing komoditas kakao Indonesia Di Perdagangan Internasional. *Psikologi Perkembangan*, 1–224. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Hermawan, I. (2015). Daya Saing Rempah Indonesia Di Pasar ASEAN Periode Pra Dan Pasca Krisis Ekonomi Global. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. <https://doi.org/10.30908/bilp.v9i2.6>.
- Kuldilok, K. S., Dawson, P. J., & Lingard, J. (2013). The export competitiveness of the tuna industry in Thailand. *British Food Journal*, 115(3), 328–341. <https://doi.org/10.1108/00070701311314174>.
- Lindung, L., & Jamil, A. S. (2018). Posisi daya saing dan tingkat konsentrasi pasar ekspor karet alam Indonesia di pasar global. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.119-128>.
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>.
- Nikolić, A., Bajramović, S., Ognjenović, D., Lalić, D., & Uzunović, M. (2011). SEE trade liberalisation - New opportunity for B&H agrobusiness? *British Food Journal*, 113(1), 78–95. <https://doi.org/10.1108/00070701111097358>.
- Pramesti, F. S., Rahayu, E. S., & Agustono, A. (2018). Analisis daya saing ubi kayu Indonesia di pasar internasional. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.20961/sepa.v14i1.21034>.
- Pratama, A. P., & Darwanto, D. H. (2019). The competitiveness of Indonesian cloves commodity in international market. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 346(1), 0–9. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/346/1/012067>.
- Pusdatin. (2019). *Kontribusi PDB Atas Harga*



- Berlaku*. Retrieved from [http://aplikasi2.pertanian.go.id/pdb/rekap\\_pdbkontri.php](http://aplikasi2.pertanian.go.id/pdb/rekap_pdbkontri.php).
- Saftiana, Y. (2014). Analisis hubungan rasio konsentrasi, intensitas iklan, dan profitabilitas industri kosmetik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12(4), 243–258. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v12i4.3179>.
- Sari, K. I. N., & Widanta, A. A. B. P. (2018). Analisis keunggulan komparatif produk cengkeh Indonesia ke Negara ASEAN Tahun 2015. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*.
- Sinta, N. M., Alamsyah, Z., & Elwamendri. (2017). Analisis daya saing ekspor. *Jurnal Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis*, 20(1).
- Trademap. (2020). Trade Statistics for International Business Development. Retrieved from International Trade Centre website: <https://www.trademap.org>.
- Tupamahu, Y. M. (2015). Analisis daya saing ekspor cengkeh Indonesia di kawasan ASEAN dan Dunia. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.8.1.27-35>.
- Zuhdi, F., & Suharno, S. (2016). Analisis daya saing ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5. *Habitat Journal*, 26, 152–162.