

## TINGKAT KEMIRIPAN DAN KOMPETISI STRUKTUR EKSPOR KOMODITAS REMPAH-REMPAH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Herdiana Anggrasari<sup>1\*</sup>, Jangkung Handoyo Mulyo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta  
Jl. Lingkar Utara 104 Ring Road Condongcatur, Yogyakarta 55283, Daerah Istimewa Yogyakarta

<sup>2</sup>Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada  
Jl. Flora, Kocoran, Caturtunggal, Depok, Sleman 55281, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

\*Corresponding author: [herdianaanggrasari@gmail.com](mailto:herdianaanggrasari@gmail.com)

**Abstract:** *Economic globalization provides greater opportunities and challenges for the agricultural sector, especially those of spices throughout the world. The commodity does not only need to compete in the outside market, therefore it is in the free market and has an important one. The purpose of this study is 1) to find out the potential and opportunities for the export of Indonesian goods by looking at the level of similarity in the structure of exports and 2) knowing the level of competition with Indonesia and other countries in the International Market. This study uses secondary data obtained from UNComtrade within a period of 15 years (2000-2017). The data used are Vietnamese exports with India, the Netherlands, China and Madagascar. Export of Compatibility Index (ESI) and Export Overlap Index (IEO) to determine the level of similarity and level of competition for spice exports. The results of the study show that 1) Trade in spice commodities between Indonesia and countries that have similarity levels that are looking for decline and 2) competition between Indonesia and consumer countries (below 30). The findings show the potential and opportunities of Indonesian exports in the International Market are still wide open.*

**Keywords:** *ESI, IEO, trade, spices*

**Abstrak:** Globalisasi ekonomi memberikan peluang dan tantangan yang semakin besar terhadap sektor pertanian khususnya komoditas rempah-rempah di seluruh dunia. Komoditas tersebut tidak hanya membutuhkan kemampuan untuk bersaing di pasar lokal, tetapi juga harus mampu berkompetisi di pasar luar, oleh karena itu perdagangan di era pasar bebas semakin mempunyai peranan yang penting. Tujuan penelitian ini yaitu 1) mengetahui potensi dan peluang ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia dengan melihat tingkat kemiripan struktur ekspor dan 2) mengetahui tingkat kompetisi rempah-rempah Indonesia dengan negara pesaing komoditas rempah-rempah di Pasar Internasional. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari UNComtrade dalam jangka waktu 15 tahun (2000-2017). Data yang digunakan yaitu nilai ekspor komoditas rempah Indonesia dengan negara pesaingnya yaitu Vietnam, India, Belanda, China, dan Madagsakar. *Export Similiarity Index* (ESI) dan *Index of Export Overlap* (IEO) digunakan untuk mengetahui tingkat kemiripan dan tingkat kompetisi ekspor rempah-rempah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) perdagangan komoditas rempah-rempah antara Indonesia dengan negara pesaingnya memiliki tingkat kemiripan yang cenderung menurun dan 2) kompetisi antara Indonesia dengan negara pesaingnya tergolong rendah (dibawah 30). Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi dan peluang ekspor Indonesia di Pasar Internasional masih terbuka lebar.

**Kata kunci:** ESI, IEO, perdagangan, rempah-rempah

## PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi memberikan peluang dan tantangan yang semakin besar terhadap pertanian atau agribisnis di seluruh dunia. Agribisnis tidak hanya membutuhkan kemampuan untuk bersaing di pasar domestik, tetapi juga harus mampu berkompetisi di pasar internasional, oleh karena itu perdagangan di era pasar bebas semakin mempunyai peranan yang penting. Globalisasi dapat menyebabkan suatu negara mengeksport komoditasnya ke berbagai negara dengan adanya pasar bebas. Hal tersebut memberikan peluang bagi negara untuk memperoleh devisa yang cukup banyak. Sebaliknya, suatu negara juga dapat menjadi pasar sasaran bagi negara-negara lain yang dapat merugikan negara karena meningkatkan impor.

Indonesia harus mempunyai suatu keunggulan yang berbeda dibandingkan dengan pesaingnya agar dapat meningkatkan eksportnya, Keunggulan alami yang dimiliki Indonesia adalah jumlah tenaga kerja dan bahan baku yang berlimpah. Kondisi ini membuat upah tenaga kerja dan harga bahan baku di Indonesia relatif lebih murah. Indonesia memiliki produksi rempah-rempah yang cukup tinggi. Indonesia termasuk 5 negara produsen rempah-rempah terbesar di dunia sehingga memiliki peluang dan potensi besar untuk dikembangkan. Berkaitan dengan informasi tersebut, dapat dikatakan bahwa Indonesia cukup memiliki kemampuan dalam memperebutkan pangsa pasar rempah-rempah dunia. Seiring dengan permintaan komoditas rempah-rempah dunia yang cenderung meningkat, produksi rempah-rempah dunia juga mengalami peningkatan yang cukup baik setiap tahunnya.

Sejak 1960-an, kuantitas perdagangan rempah-rempah global telah meningkat secara eksponensial, nilai perdagangan rempah-rempah internasional (secara nominal) meningkat 41 kali lipat yang menunjukkan tingkat yang sedikit lebih tinggi dari peningkatan perdagangan makanan secara keseluruhan (Lakner et al., 2018). Permintaan bahan alami termasuk bahan rempah di dunia ke depan akan semakin meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk, perekonomian, tuntutan kesehatan dan semakin mahalnya produk-produk sintetis, dan meningkatnya

kesadaran akan kelestarian lingkungan hidup (Ferry et al., 2013). Menurut Herawan (2015), beberapa alasan peningkatan permintaan rempah di pasar internasional dapat disebabkan karena (1) negara-negara Asia dan negara maju sedang mengalami pertumbuhan ekonomi, yang direpresentasikan melalui pertumbuhan konsumsi makanan siap saji, (2) peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan manfaat rempah (FAO, 2014), (3) perkembangan wisata kuliner di berbagai negara untuk menarik wisatawan sehingga meningkatkan devisa negara, dan (4) perubahan budaya, di mana makan di restoran menjadi bagian penting dalam hubungan sosial antar individu maupun kelompok.

Adanya perdagangan internasional di era globalisasi seperti saat ini mengharuskan Indonesia memiliki spesialisasi dan juga kemampuan untuk dapat bersaing memperebutkan pasar yang ada. Penguasaan pasar oleh suatu negara menunjukkan ukuran kemampuan bersaing suatu negara untuk komoditas tertentu. Data FAO (2018) menunjukkan pada tahun 2017 Indonesia merupakan salah satu produsen dan eksportir utama komoditas rempah dunia. Indonesia mempunyai pesaing ekspor yaitu Vietnam, India, China, Madagaskar, dan Belanda. Beberapa pesaing ekspor tersebut juga merupakan produsen utama komoditas rempah dunia. Negara eksportir komoditas rempah-rempah mulai bersaing untuk dapat memproduksi rempah-rempah dengan kuantitas yang besar dan kualitas terbaik pula. Oleh karena itu Indonesia sebagai salah satu negara pengeksport rempah harus mempersiapkan diri menghadapi persaingan dalam dunia perdagangan internasional. Adanya pasar bebas juga membuat tingkat kompetisi antarnegara juga semakin tinggi karena berkurangnya hambatan nontarif. Indonesia perlu melakukan evaluasi kinerja dan daya saing perdagangan komoditas rempah-rempah di Pasar Internasional.

Studi empiris mengenai perdagangan internasional sudah sering dilakukan, salah satunya di sektor pertanian. Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja dan tingkat daya saing ekspor suatu komoditas di Indonesia. Sebagian besar penelitian menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) (Vozarova dan

Fedorko, 2013; Rifin, 2013; Ragimun, 2012; Bagaria et al., 2014), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) (Ragimun, 2012), *Acceleration Ratio* (AR) (Asriani, 2011). Tetapi belum banyak penelitian yang menganalisis mengenai tingkat kemiripan struktur ekspor dan tingkat kompetisi suatu komoditas di pasar internasional terutama di sektor pertanian. Penelitian Shuai dan Wang (2011) dan Yao dan wan (2014) menggunakan *Export Similarity Index* (SI) untuk menganalisis keunggulan komparatif perdagangan pertanian antara China dan Amerika Serikat. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Herawan (2015) menggunakan *Export Similarity Index* (ESI) dan *Index of Export Overlap* (IEO) untuk mengetahui tingkat kemiripan dan tingkat kompetisi ekspor rempah-rempah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari sisi persaingan komoditas rempah negara-negara ASEAN di pasar Indonesia maka intensitasnya cenderung menurun. Lada dari Filipina, vanili dari Thailand, dan cengkeh dari Malaysia dapat menjadi kompetitor yang potensial di pasar rempah Indonesia karena daya saingnya meningkat di saat negara-negara lain menurun. Namun penelitian mengenai daya saing yang dilihat dari sisi tingkat kemiripan dan kompetisi komoditas rempah-rempah Indonesia di pasar internasional belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan peluang ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia dengan melihat tingkat kemiripan struktur ekspor dan mengetahui tingkat kompetisi rempah-rempah Indonesia dengan negara pesaing komoditas rempah-rempah di Pasar Internasional. Tulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perkembangan persaingan komoditas rempah-rempah di Pasar Internasional antara Indonesia dan negara pesaing pada periode 2000-2017 dan dapat memberikan kontribusi dengan melengkapi hasil penelitian yang sudah ada.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dasar deskriptif analitis, yaitu metode penelitian yang memusatkan pada pemecahan masalah-masalah aktual pada masa sekarang (Nasution, 2017). Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari UNComtrade dalam jangka

waktu 18 tahun (2000-2017). Data yang digunakan yaitu nilai ekspor komoditas rempah Indonesia dengan negara pesaingnya yaitu Vietnam, India, Belanda, China, dan Madagsakar. Komoditas rempah-rempah yang digunakan yaitu komoditas sektor pertanian yang mencakup enam kelompok komoditas rempah-rempah, yaitu lada, cabai, dan *capsicum* (HS 0904), vanili (HS 0905), kayu manis (HS 0906), cengkeh (HS 0907), pala, lawang, kapulaga (HS 0908), dan biofarmaka (HS 0910) yang didasarkan pada kode *Harmonized Commodity Description and Coding System* (HS).

## Metode analisis

ESI (*Export Similarity Index*) merupakan konsep yang dikembangkan oleh Finger dan Kreinin (1979) untuk mengukur kemiripan antara struktur ekspor dari dua negara untuk pasar ketiga. *Export Similarity Index* (ESI) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kemiripan komposisi ekspor suatu komoditas dari dua perekonomian (Herawan, 2015). Indeks ini didasarkan pada pangsa setiap produk dalam total ekspor negara dan dihitung sebagai jumlah dari nilai minimum untuk setiap produk (Erlat dan Ekmen, 2009). Rumus ESI dapat dituliskan sebagai berikut (Finger dan Kreinin, 1979):

$$ESI = \left[ \sum_{min} \left( \frac{X_{iw}^k}{X_{iw}}, \frac{X_{jw}^k}{X_{jw}} \right) \right] \times 100 \quad (1)$$

Keterangan:

- $X_{iw}^k$  = Nilai ekspor komoditas k dari negara i ke pasar internasional
- $X_{jw}^k$  = Nilai ekspor komoditas k dari negara j ke pasar internasional
- $X_{iw}$  = Total nilai ekspor rempah-rempah dari negara i ke pasar internasional
- $X_{jw}$  = Total nilai ekspor rempah-rempah dari negara j ke pasar internasional
- $\Sigma_{min}$  = Total nilai terkecil perbandingan pangsa ekspor komoditas k negara i dan j
- i = Indonesia
- j = Vietnam, India, Belanda, Madagaskar, dan China
- k = kelompok komoditas rempah-rempah

Nilai indeks ESI berada di antara 0-100. Nilai nol menunjukkan bahwa struktur ekspor

komoditas dari negara  $i$  dan  $j$  berbeda. Sementara itu, nilai 100 menunjukkan bahwa struktur ekspor komoditas dari negara  $i$  dan  $j$  adalah identik (*similar*). Maka, indeks yang semakin mendekati 100 menunjukkan struktur ekspor komoditas dari kedua negara semakin mirip sehingga kompetisi perdagangan di pasar dunia akan semakin intensif (Yao dan Wan, 2014) dan mengindikasikan bahwa peluang kedua negara tersebut saling berkompetisi semakin besar di pasar internasional (Retnosari dan Nasrudin, 2018). Dalam hal ini ESI cenderung mengabaikan efek ukuran ekspornya sehingga sering disandingkan dengan IEO (*Index Export Overlapping*) untuk mendapatkan analisis daya saing yang lebih komprehensif (Hermawan, 2015).

Tingkat kompetisi masing-masing negara dan peluang ekspor dalam perdagangan komoditas rempah-rempah di pasar Internasional dapat diukur menggunakan ukuran *Index of Export Overlap* (IEO). IEO digunakan untuk mengukur sejauh mana persaingan dengan pangsa ekspor mengalami “tumpang tindih” antara dua ekonomi di masing-masing total ekspor ekonomi (Herawan, 2015). IMF, (2007) dalam *World Economic Financial Survey* menggunakan persamaan *overlapping index* yang dinyatakan oleh persamaan:

$$I_{k,ij} = \left[ \frac{\sum \min(X_i^k, X_j^k)}{\sum (X_i^k, X_j^k)} \right] \times 100 \quad (2)$$

Keterangan:

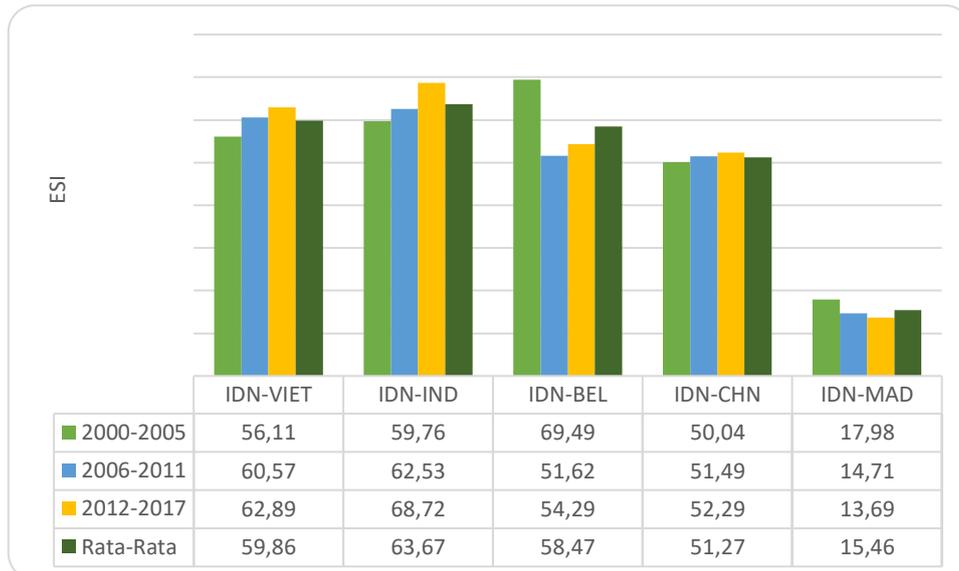
- $X_i^k$  = Nilai ekspor komoditas  $k$  dari negara  $i$  ke pasar internasional
- $X_j^k$  = Nilai ekspor komoditas  $k$  dari negara  $j$  ke pasar internasional
- $\Sigma_{min}$  = Total nilai terkecil perbandingan pangsa ekspor komoditas  $k$  negara  $i$  dan  $j$
- $i$  = Indonesia
- $j$  = Vietnam, India, Belanda, Madagaskar, dan China
- $k$  = kelompok komoditas rempah-rempah

Semakin besar indeks *overlap*, maka semakin besar tingkat kompetisi antar kedua negara tersebut. Indeks tersebut berada di antara nilai 100 yang menunjukkan *full overlap* dan 0 yang menunjukkan tidak *overlap* (Herawan, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia memiliki produksi rempah-rempah yang cukup tinggi. Indonesia termasuk 5 negara produsen beberapa komoditas rempah terbesar di dunia, yaitu kayu manis, cengkeh, pala, lada, dan vanili, sehingga memiliki peluang dan potensi besar untuk dikembangkan. Berkaitan dengan informasi tersebut, dapat dikatakan bahwa Indonesia cukup memiliki kemampuan dalam memperebutkan pangsa pasar rempah-rempah dunia. Adanya perbedaan struktur ekspor masing-masing komoditas rempah antar negara menyebabkan perbandingan pangsa pasar dan pertumbuhannya tidak sepenuhnya dapat menggambarkan persaingan antar negara. Indonesia memiliki beberapa pesaing ekspor komoditas rempah-rempah yaitu Vietnam, India, Belanda, China, dan Madagaskar. Oleh karena itu digunakan *Export Similarity Index* (ESI) dan *Index Overlap Export* (IEO) untuk mengevaluasi daya saing komoditas rempah-rempah Indonesia dengan negara-negara tersebut yang mengacu pada kemiripan struktur ekspor dan tingkat kompetisi.

Tingkat kemiripan tersebut dapat diukur menggunakan *Export Similarity Index* (ESI). ESI bukan konsep yang berhubungan langsung dengan daya saing, tetapi mengevaluasi tingkat daya saing relatif dari dua negara dengan pola perdagangan yang sangat berbeda, agar bermakna dan relevan untuk membentuk kebijakan perdagangan masa depan, daya saing suatu negara harus dianalisis relatif terhadap negara lain yang memiliki struktur perdagangan relatif sama (Erlat dan Ekment, 2009). Jika indeks kesamaan antara dua negara meningkat dari waktu ke waktu, ini menunjukkan konvergensi struktur ekspor dua negara, dan juga menunjukkan persaingan yang lebih besar di pasar ekspor. Di sisi lain, penurunan nilai indeks menunjukkan peningkatan spesialisasi antara dua negara di pasar ketigaduan hubungan perdagangan antara kedua negara saling melengkapi (Wang dan Liu, 2015). Hasil perhitungan ESI komoditas rempah-rempah selama periode 2000-2017 menunjukkan bahwa tingkat kemiripan struktur ekspor antara Indonesia dengan negara pesaingnya yaitu Vietnam, India, Belanda, China, dan Madagaskar berbeda-beda (Gambar 1).



Gambar 1. Pertumbuhan ESI komoditas rempah-rempah Indonesia di pasar internasional tahun 2000-2017

Sumber: Analisis Data Sekunder (UNCOMTRADE, 2020)

Hasil perhitungan ESI selama periode 2000-2017 menunjukkan bahwa negara Madagaskar adalah negara yang tingkat kemiripan struktur ekspornya paling rendah dengan Indonesia. Pada setiap periode dari tahun 2000 hingga 2017 kemiripan struktur ekspor diantara kedua negara tersebut cenderung menurun. Nilai indeks ESI yang cenderung menurun dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa tingkat spesialisasi kedua negara tersebut di pasar internasional meningkat, dan hubungan perdagangan komoditas rempah-rempah antara Indonesia dan Madagaskar saling melengkapi. Perbedaan struktur ekspor tersebut dapat disebabkan karena berbedanya komponen *share* ekspor antara Indonesia dan Madagaskar pada komoditas rempah-rempah yang dimiliki. *Share* ekspor Madagaskar paling besar pada komoditas vanili yang mencapai 54,47% dari keseluruhan ekspor komoditas rempah-rempah negara tersebut, sedangkan *share* ekspor Indonesia paling besar yaitu lada, cabai, dan *capsium* sebesar 52,01%. Pada komposisi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia dan Madagaskar memiliki spesialisasi yang berbeda pada jenis komoditas rempah-rempah yang diekspor sehingga Indonesia kurang memiliki kemiripan struktur ekspor dengan Madagaskar.

Rerata nilai indeks ESI antara Indonesia dengan Vietnam selama periode 2000-2017

yaitu 59,86 dengan nilai yang meningkat pada setiap periodenya, namun memiliki kecenderungan tren yang menurun setiap tahunnya sebesar 0,01 per tahun. Nilai indeks ESI antara Indonesia dengan India juga meningkat setiap periodenya yang diikuti tren ESI yang cenderung meningkat setiap tahunnya sebesar 0,01 per tahun. Begitu pula antara Indonesia dengan China dengan rata-rata peningkatan setiap tahun sebesar 0,02. Peningkatan nilai ESI dari waktu ke waktu menunjukkan konvergensi struktur ekspor dan tingkat persaingan yang semakin besar antara Indonesia dan Vietnam, India, serta China pada komoditas rempah-rempah di pasar internasional. Nilai indeks ESI antara Indonesia-Belanda setiap periodenya, namun memiliki tren yang cenderung menurun. Jika dilihat dari laju pertumbuhan indeks ESI antara Indonesia dengan Belanda dari tahun 2000-2017 memiliki laju yang cenderung menurun sebesar 0,02 per tahun (Indonesia-Belanda). Tingkat kemiripan struktur ekspor Indonesia dan negara pesaing yang cenderung menurun menunjukkan bahwa tingkat persaingan antara keduanya di pasar internasional juga cenderung menurun dan menunjukkan peluang bagi Indonesia untuk memperluas pasarnya. Pada Tabel 1 dapat dilihat perubahan tingkat nilai indeks ESI dari tahun 2000 dan 2017. Jika dilihat dari perubahan tingkat kemiripan ekspor diantara tahun 2000 dan 2017, negara China

Tabel 1. Perubahan tingkat kemiripan Indonesia dalam perdagangan komoditas rempah-rempah dengan negara pesaing

2000		2017	
Negara Versus	ESI	Negara Versus	ESI
Vietnam	73,72	Vietnam	47,59
India	70,06	India	53,66
Belanda	83,72	Belanda	52,30
China	43,70	China	52,15
Madagaskar	6,98	Madagaskar	19,71

Sumber: Analisis Data Sekunder (UNCOMTRADE, 2020)

Tabel 2. Rerata perbandingan struktur ekspor komoditas rempah-rempah diantara Indonesia dengan negara pesaingnya di pasar internasional tahun 2000-2017

Negara	HS 0904	HS 0905	HS 0906	HS 0907	HS 0908	HS 0910
Indonesia	52,01	4,80	11,86	6,53	20,86	3,94
Vietnam	92,15	0,10	5,40	0,13	0,74	1,48
India	58,03	1,29	0,27	0,35	7,60	32,47
Belanda	34,63	2,21	3,70	2,15	12,43	44,88
Madagaskar	3,19	54,47	0,86	41,22	0,03	0,24
China	40,08	0,04	9,12	0,03	0,05	50,69

Keterangan: lada, cabai, dan *capsicum* (HS 0904), vanili (HS 0905), kayu manis (HS 0906), cengkeh (HS 0907), pala, lawang, kapulaga (HS 0908), dan biofarmaka (HS 0910) yang didasarkan pada kode *Harmonized Commodity Description and Coding System* (HS).

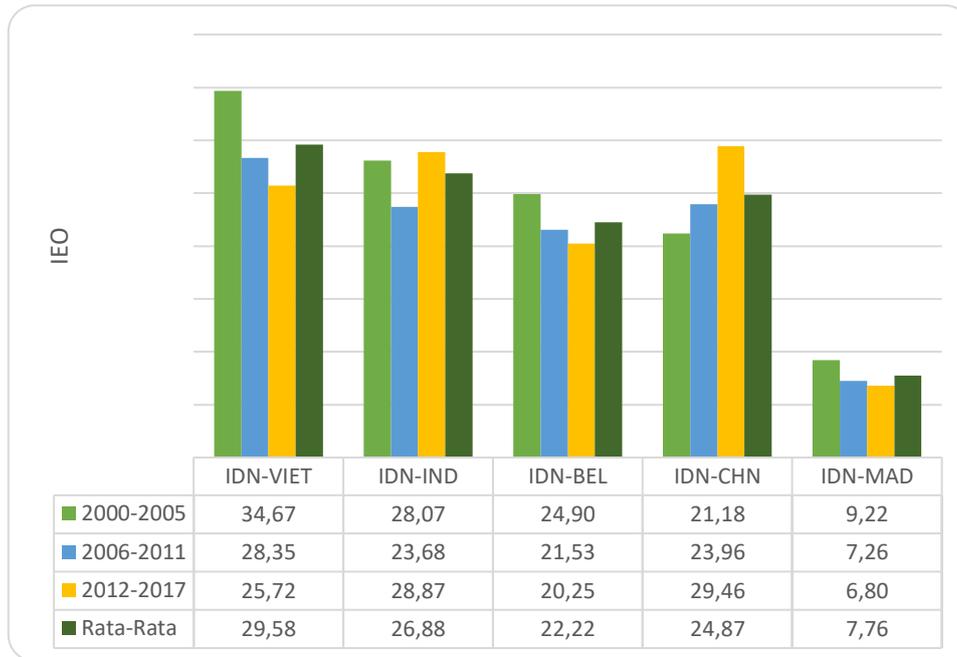
Sumber: Analisis Data Sekunder (UNCOMTRADE, 2018)

dan Madagaskar memiliki tingkat kemiripan yang meningkat pada tahun 2017 dibandingkan tahun 2000, sedangkan dengan negara Vietnam, India, dan Belanda tingkat kemiripannya menurun. Kemiripan struktur ekspor komoditas rempah-rempah tertinggi yaitu dengan India secara rata-rata selama 15 tahun (Gambar 1). Tingkat kemiripan struktur ekspor antara Indonesia dengan India dapat disebabkan karena kemiripan keanekaragaman hayati yang dimiliki khususnya pada komoditas rempah-rempah. Beberapa spesies rempah Indonesia adalah tanaman introduksi dari India, salah satunya adalah lada. Identitas lada sebagai rempah-rempah pertama kali ditemukan di Malabar, India pada tahun 540 M (Hakim, 2015). Lada merupakan komoditas ekspor yang memiliki share ekspor paling banyak di Indonesia dan India dibandingkan dengan jenis rempah lainnya. Laju pertumbuhan indeks ESI antara Indonesia dengan Vietnam, China, Belanda dan Madagaskar cenderung negatif. Penurunan indeks ESI dapat disebabkan karena perubahan pangsa diantara komoditas rempah yang diperdagangkan sehingga merubah struktur ekspornya. Misalnya Indonesia dan China mengalami laju pertumbuhan yang berbeda pada komoditas lada, cabai, dan *capsicum*. Indonesia mengalami penurunan pangsa ekspor

komoditas tersebut di Pasar Internasional sebesar 41% pada tahun 2017. Sedangkan China mengalami kenaikan pangsa ekspor sebesar 11%. Selain itu struktur ekspor setiap negara juga mempengaruhi nilai ESI (Tabel 2).

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa lebih dari 50% struktur ekspor Indonesia dan India didominasi oleh lada sehingga penyumbang kemiripan struktur ekspor terbesar yaitu pada komoditas lada, cabai, dan *capsicum*. Sedangkan negara Madagaskar tingkat kemiripannya rendah karena negara tersebut memiliki share ekspor yang sangat berbeda dengan Indonesia. Secara berurutan nilai share ekspor terbesar Madagaskar pada komoditas vanili. Secara parsial, tingkat kesamaan ekspor Indonesia dengan negara pesaingnya cenderung menurun yang mengindikasikan bahwa tingkat persaingan yang rendah sehingga Indonesia memiliki peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan dan memperluas pangsa ekspornya.

IEO (*Index Export Overlap*) merupakan konsep yang dikembangkan oleh Finger dan Rosa (1979) untuk mengukur tingkat kompetisi pada perdagangan intraindustry maupun antarindustri. *Index of Export Overlap* (IEO) bertujuan untuk mengukur tingkat kompetisi atau mengukur ekspor suatu



Gambar 2. Histogram rerata IEO komoditas rempah-rempah Indonesia di pasar internasional tahun 2000-2017

Sumber: Analisis Data Sekunder (UNCOMTRADE, 2020)

perekonomian relatif terhadap ukuran ekspor dari mitra dagangnya. Kondisi ini diindikasikan dengan *share* ekspor yang *overlap* antara dua perekonomian dari masing-masing total eksportnya (Hermawan, 2015). Pada penelitian ini tingkat kompetisi komoditas rempah-rempah antara Indonesia dengan negara pesaingnya dapat dilihat pada Gambar 2.

Setelah melakukan perhitungan berdasarkan IEO industri rempah Indonesia dengan negara mitra dagangnya selama 15 tahun (2000-2017) memperlihatkan hasil bahwa tingkat kompetisi antara Indonesia dengan negara pesaingnya rendah. Hal tersebut sejalan dengan perhitungan ESI yang menunjukkan bahwa tingkat kemiripan ekspor antara Indonesia dengan negara pesaingnya tidak cukup tinggi. Diantara ke lima negara pesaingnya, kompetisi terbesar yaitu antara Indonesia dengan Vietnam yang memiliki nilai IEO sebesar 29,58 secara rata-rata. Kedua negara tersebut merupakan salah satu negara produsen serta eksportir terbesar di dunia. Secara geografis, Indonesia dan Vietnam sama-sama memiliki sumber daya alam yang berlimpah. Kompetisi terbesar antara Indonesia dan Vietnam yaitu pada komoditas lada dan kayu manis. Pada tahun 2017 pangsa ekspor Indonesia dan Vietnam di Pasar Internasional

pada komoditas lada secara berurutan yaitu sebesar 8,82% dan 18,04%. Sedangkan pada komoditas kayu manis yaitu 18,38% dan 9,66%. Tingkat kompetisi kemudian disusul oleh India, China, Belanda, dan Madagaskar.

Indonesia dan India adalah kompetitor komoditas lada dan pala karena kedua negara tersebut memiliki pangsa yang cukup besar. Kedua negara tersebut juga merupakan salah satu produsen terbesar di dunia. Nilai daya saing komoditas lada Vietnam menduduki posisi tertinggi di Pasar Internasional pada tahun 2014 dengan nilai RCA sebesar 33,9. Sedangkan Indonesia dan India tingkat daya saingnya secara berurutan yaitu 7,91 dan 9,77 (Kurnianto et.al., 2014). RCA merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat daya saing suatu negara.

Pangsa ekspor terbesar China yaitu pada komoditas vanili dan cengkeh. Sedangkan pangsa pasar Indonesia di kedua komoditas tersebut tidak cukup bagus di Pasar Internasional. Hal tersebut menyebabkan tingkat kompetisi ekspor rempah-rempah tidak cukup tinggi. Sementara itu, data FAO (2018) pada tahun 2016 menunjukkan hasil produksi vanili Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan China. Namun, Indonesia belum dapat menjadi kompetitor yang sebanding dengan

China. Indonesia sebagai salah satu pengeksport vanili di Pasar Internasional belum mampu menjaga kualitas vanili. Tanaman vanili sebaiknya dikembangkan dan diperhatikan secara intensif agar Indonesia dapat meningkatkan eksportnya dan dapat bersaing dengan negara lain (Rahmawati et al., 2012).

Di sisi lain, hal menarik ditunjukkan dari kompetisi antara Indonesia dengan Belanda. Secara geografis, Belanda adalah negara dengan sumber daya lahan yang sangat kecil dibandingkan Indonesia. Data FAO (2018) menunjukkan bahwa Belanda tidak mempunyai lahan untuk melakukan budidaya rempah-rempah sehingga hasil produksinya adalah nol. Lagipula, negara tersebut lebih dikenal sebagai negara industri dibandingkan agrarisnya. Belanda mengimpor besar-besaran komoditas rempah-rempah, terutama dari negara-negara eksportir utama misalnya biofarmaka dari China, Vanili dari Madgaskar, lada dari Indonesia dan Vietnam, untuk diekspor kembali. Hal ini sekaligus dapat menjadi ancaman bagi Indonesia khususnya, seperti disebutkan dalam Sari dan Hartono (2010) di mana penurunan daya saing Indonesia justru dapat terjadi karena re-ekspor komoditas asal Indonesia yang dilakukan oleh negara pesaing yang terlebih dahulu mengalami proses industrialisasi menjadi komoditas dengan *grade* yang lebih tinggi.

Komoditas unggulan antara Indonesia dan Madagaskar berbeda, tetapi kedua negara tersebut sama sama melakukan budidaya ke enam komoditas rempah tersebut. Madagaskar hanya mengungguli Indonesia pada komoditas vanili untuk luas lahan dan hasil produksinya. Hal tersebut juga ditunjukkan pada pangsa pasar vanili Madagaskar yang mencapai 41,03% pada tahun 2017. Ironinya Indonesia kalah dalam bersaing dengan Madagaskar pada

komoditas cengkeh. Pangsa pasar cengkeh Indonesia hanya 10,04%, sedangkan Madagaskar 28,57%. Kecilnya proporsi ekspor cengkeh Indonesia dikarenakan cengkeh Indonesia lebih banyak dikonsumsi didalam negeri untuk memenuhi permintaan industri rokok (Adventa, 2017).

Jika dilihat dari perubahan tingkat kompetisi ekspor diantara tahun 2000 dan 2017, negara China dan Madagaskar memiliki nilai IEO yang meningkat. Penyumbang kompetisi terbesar yaitu Vietnam, namun pada tahun 2017 tingkat kompetisi mengalami penurunan mencapai 58%. Secara parsial, tingkat kompetisi komoditas rempah-rempah Indonesia dengan negara pesaingnya di Pasar Internasional masih rendah. Hal tersebut dapat dikarenakan spesialisasi atau diferensiasi produk oleh masing-masing negara, seperti yang disebutkan oleh (Bobirca dan Miclaus, 2007) bahwa IEO juga dapat digunakan untuk mengetahui tingkat spesialisasi di industri yang sama.

Rendahnya tingkat kompetisi antara Indonesia dengan negara pesaingnya dalam perdagangan komoditas rempah-rempah menggambarkan kondisi bahwa terjadi ketidaksesuaian struktur ekspor Indonesia dengan negara pesaingnya. Hal tersebut dikarenakan industrialisasi rempah di Indonesia belum cukup berkembang sehingga Indonesia sebagian besar melakukan ekspor dalam bentuk segar atau mentah yang nilai jualnya rendah. Sebetulnya, peluang untuk meningkatkan nilai ekspor produk rempah seperti lada, pala, dan kayu manis, masih terbuka dan cukup tinggi. Namun demikian, perlu adanya peningkatan kualitas khususnya penanganan produk saat pascapanen dan juga produktivitas pada lahan.

Tabel 3. Perubahan tingkat kompetisi Indonesia dalam perdagangan komoditas rempah-rempah dengan negara pesaing

2000		2017	
Negara Versus	IEO	Negara Versus	IEO
Vietnam	47,30	Vietnam	19,73
India	29,24	India	20,62
Belanda	23,03	Belanda	20,09
China	16,71	China	27,83
Madagaskar	4,39	Madagaskar	8,42

Sumber: Analisis Data Sekunder (UNCOMTRADE, 2018)

## KESIMPULAN

Perdagangan komoditas rempah-rempah Indonesia masih memiliki peluang yang terbuka lebar di Pasar Internasional. Hal tersebut dikarenakan perdagangan komoditas rempah-rempah antara Indonesia dengan negara pesaingnya memiliki tingkat kemiripan yang cenderung menurun dan kompetisi antara Indonesia dengan negara pesaingnya tergolong rendah (dibawah 30). Namun, Indonesia harus tetap mewaspadai kompetitornya yaitu Vietnam untuk lada dan kayu manis, India untuk lada dan pala, Belanda untuk biofarmaka, China dan Madagaskar untuk vanili dan cengkeh. Indonesia sebagai salah satu negara produsen dari komoditas rempah tersebut harus dapat meningkatkan daya saing serta kualitas produk.

Peningkatandaya saing dan kinerja perdagangan internasional perlu dilakukan dengan pengembangan agribisnis komoditas rempah mulai dari sub sistem hulu, *on farm* sampai sub sistem hilir sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas rempah-rempah. Pengembangan industri pasca panen juga diperlukan untuk memenuhi permintaan domestik sekaligus untuk nilai tambah komoditas rempah yang diekspor. Selain itu Indonesia juga perlu melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adventa, E. (2017). *Pasar rempah terkendala produksi*. Kontan.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-rempah-terkendala-produksi>
- Asriani, P. S. (2011). Analisis daya saing ekspor ubikayu Indonesia. *J. Agroland*, 18(April), 65–70.
- Bagaria, N., Santra, S., & Kumar, R. (2014). A Study on Variation in Comparative Advantage in Trade between China and India. *The International Journal of Humanities and Social Studies*, 2(1), 101–107.
- Bobirca, A., & Miclaus, P. (2007). A Multilevel comparative assessment approach to international services trade competitiveness: The case of Romania and Bulgaria. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 1(6), 122–127.
- Erlat, G., & Ekmen, S. (2009). Export similarity and competitiveness: The case of Turkey in the EU market. *Anadolu International Conference in Economics*, 1–27.
- FAO. (2014). *New quality criteria to be developed for booming spice and herb sector*. <https://doi.org/10.2307/302397>
- Ferry, Y., Raya, J., & Parungkuda, P. (2013). Prposepek Pengembangan Kayu Manis (*Cinnamomum Burmanii* L) di Indonesia. *Sirinov*, 1(1), 11–20.
- Finger, J. M., & Kreinin, M. E. (1979). A Measure of 'Export Similarity' and its possible uses. *The Economic Journal*, 89(356), 905. <https://doi.org/10.2307/2231506>
- Hakim, L. (2015). *Rempah & Herba* (Issue 164). Diandra Pustaka Indonesia.
- Herawan, I. (2015). Daya saing rempah Indonesia di Pasar ASEAN periode pra dan pasca krisis ekonomi global. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 153–178.
- IMF. (2007). *Regional Economic Outlook: Asia and Pacific 2007* (oct). In *Imf*.
- Kurnianto, D. T., Suharyono, & Mawardi, K. (2014). Daya saing komoditas lada Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 58–64.
- Lakner, Z., Szabó, E., Szűcs, V., & Székács, A. (2018). Network and vulnerability analysis of international spice trade. *Food Control*, 83, 141–146. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.05.042>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Ragimun. (2012). Analisis daya saing komoditas kakao indonesia. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 6(2).

- Rahmawati, R.-D., Ferichani, M., & Riptani, E. W. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor panili. *Jurnal Agrista*.
- Retnosari, L., & Nasrudin. (2018). Trade complementarity dan export similarity serta pengaruhnya terhadap ekspor Indonesia ke negara-negara anggota OKI. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 12(1), 21–46.
- Rifin, A. (2013). Competitiveness of Indonesia's cocoa beans export in the world market. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(5), 279–281. <https://doi.org/10.7763/IJTEF.2013.V4.301>.
- Sari, P. N., & Hartono, S. (2010). Analisis dinamika ekspor minyak nilam Indonesia ke Amerika Serikat. *Agro*, 17(1), 19–28.
- Vozarova, I. I. K., & Fedorko, M. I. (2013). The analysis of the export competitiveness of the agricultural production of the Slovak Republic in relation to third-country markets. *EXclusive E-Journal Economy, Society, and Environment*.
- Wang, P., & Liu, X. (2015). Comparative analysis of export similarity index between China and EU. *International Conference on Management Science and Management Innovation*, 222–227.
- Yao, A., & Wan, L. (2014). Competitiveness of China's agricultural product export to the United State of America. *Asian Agricultural Research*, 6(12), 9–13.