

DAYA SAING EKSPOR CENGKEH INDONESIA

INDONESIAN CLOVE EXPORT COMPETITIVENESS

Mirfatul Hidayah^{1*}, Anna Fariyanti², Lukytawati Anggraeni³

^{1*} Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor
mirfatulhidayah14@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
anfari@apps.ipb.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
lukytawati_anggraeni@yahoo.com

*Penulis korespondensi: mirfatulhidayah14@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is a country that produces the largest cloves in the world, most of which is intended for export. The purpose of this study was to analyze the competitiveness position and performance of Indonesian clove exports. The data used in this study is clove export panel data for fifteen years, starting from 2005-2019 by analyzing ten export destination countries, namely India, Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Singapore, Egypt, United States of America, United Arab Emirates, Syria, and Iraq. The Revealed Comparative Advantages (RCA) and Export Product Dynamisc (EPD) methods are used respectively to analyze comparative advantages and performance of Indonesia's clove export. The result showed that Indonesia had a comparative advantages based on the RCA method, then based on the EPD method, it was concluded that Indonesia's clove had the rising star position in India, Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Egypt, United States of America, United Arab Emirates, Netherland and Malaysia. Meanwhile in Singapore, Indonesia's clove was categorized as falling star position.

Keywords: Competitiveness, Export, Clove

ABSTRAK

Indonesia adalah negara yang menghasilkan cengkeh terbesar di dunia yang sebagian besar produksinya ditujukan untuk ekspor. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis posisi daya saing dan kinerja ekspor cengkeh Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel ekspor cengkeh dalam kurun waktu lima belas tahun yaitu mulai tahun 2005-2019 dengan menganalisis sepuluh negara tujuan ekspor yaitu India, Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Singapura, Mesir, Amerika Serikat, Uni Emirat Arab, Belanda, dan Malaysia. Metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA) dan *Export Product Dynamisc* (EPD) digunakan masing-masing untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kinerja ekspor cengkeh Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif berdasarkan metode RCA, kemudian berdasarkan metode EPD diperoleh bahwa cengkeh Indonesia tergolong pada posisi *rising star* di sembilan negara tujuan ekspor India, Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Mesir, Amerika Serikat, Uni Emirat Arab, Belanda dan Malaysia sedangkan di negara Singapura diperoleh bahwa posisi pasar cengkeh Indonesia pada posisi *falling star*.

Kata kunci: Daya saing, Ekspor, Cengkeh

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasil cengkeh terbesar di dunia. Nilai ekonomi cengkeh terletak pada bunga, tangkai bunga, dan daun cengkeh sebagai bahan baku campuran tembakau dalam pembuatan rokok kretek, rempah-rempah, minyak atsiri, bahan baku industri farmasi, parfum, dan aneka makanan (Rukmana dan Yudirachman 2016). Tanaman cengkeh di Indonesia lebih kurang 66.84% diusahakan oleh rakyat dalam bentuk perkebunan rakyat yang tersebar di seluruh provinsi. Sisanya sebesar lima persen diusahakan oleh perkebunan swasta dan perkebunan negara. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2019), cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan Indonesia yang termasuk ke dalam komoditi rempah penyegar dan merupakan komoditi strategis yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, sumber pendapatan petani, sumber devisa negara, mendorong agribisnis dan agroindustri dalam negeri serta pengembangan wilayah.

Dalam Nurhayati (2018) rempah Indonesia adalah salah satu komoditas yang paling banyak diekspor dengan kualitas terbaik di dunia dan juga rempah merupakan produk yang dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan ekspor (Kemendag 2017). Diantara banyak komoditas rempah yang dihasilkan, komoditas lada, kayu manis, cengkeh, serta pala, lawang dan kapulaga merupakan komoditas rempah andalan ekspor Indonesia. Di pasar dunia, Indonesia menjadi salah satu eksportir utama dari komoditas tersebut. Pada tahun 2016, Indonesia menjadi eksportir lada terbesar kelima dunia dengan volume ekspor sebesar 55.15 ribu ton atau setara dengan lima persen dari total ekspor dunia. Pada komoditas kayu manis, Indonesia menjadi eksportir terbesar pertama di pasar dunia dengan kontribusi sebesar 48.90 ribu ton atau setara dengan 37.04 persen dari total ekspor kayu manis dunia. Sedangkan pada komoditas cengkeh, Indonesia menduduki posisi dua besar eksportir cengkeh dunia. Kontribusi cengkeh Indonesia mencapai 12.75 ribu ton atau setara dengan 22.78 persen dari total ekspor cengkeh dunia. Dan pada komoditas pala, lawang dan kapulaga, ekspor Indonesia juga berada di posisi kedua terbesar dengan kontribusi ekspor sebanyak 19.96 ribu ton atau setara dengan 23.70 persen dari total ekspor dunia.

Berdasarkan data produksi Kementan (2014), Indonesia adalah negara yang menghasilkan cengkeh terbesar di dunia. Produksi cengkeh Indonesia pada tahun 2012 adalah sebesar 99.89 ribu ton, setara dengan 70.99 persen dari total produksi cengkeh dunia. Berdasarkan rata-rata produksi cengkeh dunia tahun 2008 hingga 2012, Indonesia juga merupakan produsen cengkeh terbesar di dunia. Rata-rata kontribusi Indonesia terhadap produksi cengkeh dunia pada periode tersebut adalah sebesar 79.25 persen per tahun. Komoditi ini merupakan salah satu komoditi unggulan dari sektor perkebunan yang merupakan subsector dari sektor pertanian. Komoditi ini memberikan sumbangsi yang sangat besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) melalui pemasukan devisa dari sisi ekspor dan melalui cukai dari sisi konsumsi domestik oleh industri rokok kretek. Lebih dari 80% produksi cengkeh tanah air digunakan oleh pabrik rokok kretek (PRK) sebagai bahan baku utamanya. Besaran cukai yang dihasilkan oleh pabrik rokok kretek sangat besar terhadap PDB. Selain besaran cukai, penyerapan tenaga kerja yang ditampung oleh industri ini sangat besar berkisar 10% dari total lapangan kerja di Indonesia.

Pada tahun 2018 Indonesia juga merupakan produsen cengkeh terbesar di dunia dengan Madagaskar di urutan kedua, kemudian diikuti oleh Tanzania dan Sri Lanka. Pangsa pasar cengkeh Indonesia saat ini tersebar di berbagai negara di dunia, negara tujuan ekspor cengkeh Indonesia yang terbesar ialah India dan Vietnam. Kompetitor utama Indonesia dalam pasar ekspor cengkeh adalah negara Madagaskar. Negara Tujuan Ekspor dari Madagaskar adalah India dan Vietnam. Ekspor sebagai salah satu indikator perekonomian suatu negara yang dapat memajukan serta menggerakkan perekonomian negara harus selalu dijaga dan ditingkatkan

nilainya. Belakangan ini tepatnya sejak tahun 2012 hingga 2016 kinerja ekspor Indonesia secara keseluruhan terus mengalami penurunan. Turunnya nilai ekspor Indonesia tersebut bahkan pernah menyebabkan Indonesia mengalami defisit neraca perdagangan pada tahun 2012 hingga tahun 2014. Bila keadaan ini terus-menerus dibiarkan, hal ini tentu akan memberikan dampak negatif bagi neraca perdagangan Indonesia pada khususnya dan perekonomian nasional pada umumnya. Di sisi lain, hingga saat ini ekspor Indonesia masih banyak bergantung pada negara tujuan utama ekspor. Kondisi negara-negara tersebut yang rentan terhadap krisis, tentu akan sangat memengaruhi dan mengancam kinerja ekspor Indonesia bila negara tersebut mengalami guncangan ekonomi. Karenanya Indonesia perlu untuk melakukan pengembangan ekspor ke pasar-pasar lain.

Studi terkait daya saing ekspor cengkeh Indonesia sudah pernah dilakukan oleh Pratama (2019) dalam penelitian tentang daya saing komoditas cengkeh di pasar internasional yang melihat keunggulan komparatif, belum kompetitif, adapun Santoso (2018) melakukan penelitian yang terfokus ke dua negara tujuan yakni Malaysia dan Singapura. Sehingga berdasarkan uraian di atas perlu untuk melakukan penelitian ini untuk melihat daya saing baik secara komparatif maupun kompetitif terhadap sepuluh negara tujuan ekspor serta dapat memberikan kebijakan yang tepat guna meningkatkan daya saing dan kinerja ekspor cengkeh Indonesia.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik, International Trade Center (Trade Map), World Bank, United Nations Commodity and Trade (UN COMTRADE), dan World Intergrated Trade and Solution (WITS). Adapun data yang digunakan adalah data panel yang menggabungkan *time series* dan *cross section* selama lima belas tahun terakhir mulai tahun 2005 sampai tahun 2019 dan merupakan agregasi secara nasional. Jenis cengkeh yang di analisis yaitu cengkeh (utuh, bunga dan tangkai) dengan kode HS 0907. Dasar pemilihan jenis cengkeh tersebut adalah menurut nilai ekspor yang terbesar dan kelengkapan data yang tersedia. Penelitian menganalisis ekspor cengkeh Indonesia ke sepuluh negara tujuan ekspor utama yakni India, Vietnam, Saudi Arabia, Pakistan, Singapura, Mesir, Amerika Serikat, Uni Emirat Arab, Belanda dan Malaysia.

Metode analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Metode analisis kuantitatif adalah metode analisis data yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan rinci tentang permasalahan yang terjadi. Gambaran umum industrialisasi cengkeh menggunakan metode deskriptif. Adapun untuk menganalisis daya saing dilakukan dengan analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA) dan *Export product dynamics* (EPD).

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur daya saing atau keunggulan komparatif di suatu wilayah, baik negara, provinsi, dan lain-lain. Variabel yang digunakan adalah kinerja ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor di wilayah yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk di dalam perdagangan dunia internasional. Adapun rumus dari RCA adalah sebagai berikut (Sahinli 2012):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_j/X_t} \dots\dots\dots (1)$$

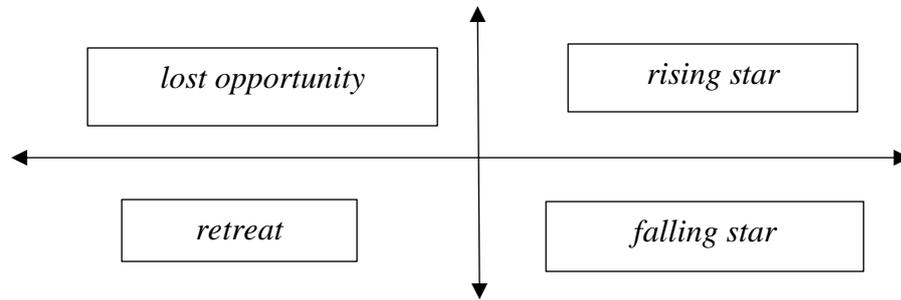
Keterangan :

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas cengkeh Indonesia ke negara j (US\$).

- X_{it} = Nilai total ekspor Indonesia ke negara j (US\$).
- X_j = Nilai ekspor komoditas cengkeh dunia ke negara j (US\$).
- X_t = Nilai total ekspor dunia ke negara j (US\$).

Jika nilai RCA < 1 atau sampai mendekati 0, maka daya saing komoditas tersebut lemah, sebaliknya jika nilai RCA > 1 maka daya saing relatif kuat, dimana semakin tinggi RCA semakin besar tingkat daya saingnya.

Selain RCA, dalam penelitian ini digunakan analisis Export Product Dynamics (EPD) merupakan salah satu indikator daya saing untuk menunjukkan kinerja ekspor produk cengkeh dengan mengukur posisi pasar suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Metode ini dapat mengukur dinamis tidaknya suatu produk di pasar. Metode EPD terdiri dari matriks yang menempatkan produk yang dianalisis ke dalam empat kategori (Gambar 1).



Gambar .1 Matrix EPD

Matriks EPD terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung dari pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, dimana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (market share) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Kombinasi antara daya tarik pasar dan kekuatan bisnis tersebut menghasilkan posisi karakter dari produk yang dianalisis ke dalam empat kategori, yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opprtunity*, dan *retreat*. Posisi pasar yang ideal berada pada posisi *rising stars*, sedangkan posisi yang tidak diinginkan adalah posisi *lost opportunity*, *falling stars* dan *retreat*. Dengan matriks daya saing menggunakan EPD tersebut, dapat dilihat posisi daya saing masing-masing komoditas.

Sumbu x:

Pertumbuhan kekuatan bisnis atau disebut pangsa pasar ekspor i

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumbu y:

Pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar produk

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumber: Esterhuizen (2006) dalam Rizkia (2017)

Keterangan :

Xij : Nilai Ekspor cengkeh dari Indonesia ke negara tujuan ekspor

Xt : Nilai ekspor total Indonesia ke negara tujuan ekspor

Wij : Nilai ekspor cengkeh dari dunia ke negara tujuan ekspor

Wt : Nilai ekspor total dunia ke negara tujuan ekspor

T : Jumlah tahun analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode RCA, selama periode 2002 sampai periode 2016, daya saing komoditas cengkeh Indonesia di setiap pasar memiliki nilai RCA yang cukup bervariasi. Komoditas cengkeh memiliki nilai daya saing yang berbeda-beda pada setiap tahun di setiap pasar. Namun secara keseluruhan komoditas cengkeh Indonesia di sepuluh pasar utama yang diteliti memiliki daya saing yang kuat.

Hasil analisis rata-rata nilai RCA menunjukkan bahwa komoditas cengkeh memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di setiap pasar yang diteliti. Posisi daya saing dengan nilai rata-rata RCA tertinggi berada di pasar Saudi Arabia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 32.10, kemudian diurutkan kedua dan seterusnya disusul dengan pasar Thailand, Australia, Jerman, Mesir, Belanda, Pakistan, Uni Emirat Arab, Vietnam, dan Malaysia.

Tabel 1. Nilai RCA cengkeh Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama

Tahun	Mesir	India	Malaysia	Belanda	Pakistan	Saudi Arabia	Singapore	UEA	USA	Vietnam
2005		4,1217	1,9455	8,5458	7,0903	84,9393	4,4719	16,2269	22,3954	1,7962
2006		15,857	6,1085	21,1853	11,4344	70,0658	4,1458	23,3821	33,9923	5,0942
2007		10,646	7,8858	16,3843	7,7055	76,3659	5,8437	15,2464	28,9984	2,842
2008	17,717	3,8627	9,6107	11,2351	5,2356	43,8443	0,2181	9,1035	31,8474	3,7488
2009	12,077	0,8221	6,2575	5,8349	3,0951	23,6981	0,0531	0,7541	17,4891	5,9051
2010	33,901	0,6259	7,0054	8,6453	4,1494	28,0719	0,7044	5,7387	20,2335	7,4251
2011	14,663	2,6069	4,9492	5,3774	1,6996	19,3203	0,5992	0,445	18,7954	16,0773
2012	11,306	0,9213	3,8117	13,2371	1,9927	16,1795	0,8711	2,5714	16,7651	28,9892
2013	19,205	0,1818	6,7101	10,9423	3,5045	13,3409	1,2243	3,1632	38,745	17,977
2014	14,779	1,0698	0,7565	19,2703	4,8145	15,4893	3,3289	6,7063	37,7182	14,8902
2015	40,762	1,2212	8,0387	7,4802	8,2963	27,6471	6,7584	38,4072	37,3271	63,1008
2016	33,693	1,1892	2,6961	7,3516	8,9698	48,9514	1,0645	13,2534	25,6745	14,0677
2017	20,226	0,991	1,8502	6,4302	6,7652	36,8752	0,7082	7,6022	25,9582	26,1032
2018	13,423	2,9236	2,1197	4,5806	17,5503	65,6182	3,13	28,6868	40,2198	42,7499
2019	45,268	12,524	8,3748	25,3629	16,898	59,3538	6,31	81,0979	56,9539	243,662
Rata-Rata	23,085	3,971	5,208	11,4576	7,2801	41,9841	2,6288	16,8257	30,2076	32,9619

Hasil analisis rata-rata nilai RCA menunjukkan bahwa komoditas cengkeh memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di setiap pasar pada setiap tahun yang diteliti, kecuali di pasar India pada tahun 2009, 2012-2013 dan 2017, Malaysia pada tahun 2014, Singapura 2008-2012 dan tahun 2017, terakhir UEA pada tahun 2009 dan 2011. Posisi daya

saing dengan nilai rata-rata RCA tertinggi berada di pasar Saudi Arabia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 41,9841, kemudian diurutkan kedua dan seterusnya disusul dengan pasar Vietnam, selanjutnya USA, Mesir, UEA, Belanda, Pakistan, Malaysia dan India.

Setelah dilakukan analisis RCA, selanjutnya dilakukan analisis lainnya mengenai daya saing komoditas cengkeh Indonesia yang dilakukan dengan menggunakan metode EPD. Pada hasil analisis EPD menunjukkan bahwa posisi pasar komoditas lada di masing-masing pasar cukup bervariasi. Ada yang berada pada posisi rising star, lost opportunity, falling star maupun retreat.

Tabel 2. Hasil analisis EPD cengkeh Indonesia tahun 2005-2019

Negara	Sumbu X	Sumbu Y	Posisi Pasar
Mesir	36,89406924	4,186922396	Rising Star
India	92,05362689	3,689838628	Rising Star
Malaysia	105,6250742	1,704028153	Rising Star
Belanda	41,43409099	0,312735108	Rising Star
Pakistan	25,51333989	5,532962649	Rising Star
Saudi Arabia	8,687817608	4,426799259	Rising Star
Singapore	115,931089	-1,104139004	Falling Star
UEA	126,9064954	0,124738421	Rising Star
USA	14,70077484	0,83667417	Rising Star
Vietnam	96,91919659	1,570994102	Rising Star

Posisi Rising Star mengindikasikan bahwa negara eksportir memperoleh tambahan pangsa pasar dan pertumbuhan permintaan ekspor cengkeh dari negara importir. Lost Opportunity mengindikasikan terdapat peningkatan permintaan cengkeh eksportir di negara tersebut, namun pangsa pasarnya menurun atau kehilangan kesempatan untuk mengoptimalkan pasar yang dinamis untuk mendapat keuntungan. Falling Star mengindikasikan bahwa pangsa pasar ekspor di negara tersebut mengalami peningkatan namun permintaan terhadap cengkeh menurun. Posisi Retreat merupakan posisi yang mengindikasikan bahwa pangsa pasar ekspor dan permintaan ekspor di negara tersebut menurun. Ekspor komoditas cengkeh Indonesia berada pada posisi rising star untuk 9 negara kecuali Singapura yang mengalami Falling Star.

Ekspor komoditas cengkeh Indonesia berada pada posisi rising star di pasar Thailand, Pakistan, dan Mesir. Sedangkan di pasar Malaysia dan Belanda ekspor cengkeh Indonesia berada pada posisi lost opportunity. Ini berarti bahwa cengkeh Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar tersebut. Sedangkan di pasar Uni Emirat Arab, Vietnam, Saudi Arabia, Australia dan Jerman, ekspor cengkeh Indonesia berada pada posisi falling star, yaitu posisi dimana cengkeh Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produknya.

Pada tahun 2008 dan 2011 produksi cengkeh Indonesia mengalami penurunan. Penurunan tersebutlah yang menjadi salah satu penyebab hilangnya pangsa pasar ekspor cengkeh Indonesia di pasar Malaysia dan Belanda. Pada tahun 2008 produksi cengkeh Indonesia turun sebesar 12.27 persen dan pada tahun 2011 produksi cengkeh Indonesia turun sebesar 26.57 persen. Sedangkan faktor lain yang juga mempengaruhi hilangnya pangsa pasar cengkeh Indonesia pada tahun tersebut juga di tahun-tahun lainnya adalah karena adanya peralihan impor cengkeh di negara tersebut ke importir lainnya. Hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas cengkeh di pasar Malaysia disebabkan oleh nilai perbandingan ekspor cengkeh Indonesia dengan ekspor cengkeh

dunia di pasar Malaysia pada tahun 2009, 2011, 2014 dan 2016 lebih kecil daripada nilai perbandingan ekspor cengkeh Indonesia dengan ekspor cengkeh dunia di pasar Malaysia pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2009 perubahan komposisi volume impor cengkeh Indonesia yang terjadi di pasar Malaysia adalah karena pada tahun tersebut impor cengkeh di pasar Malaysia banyak beralih ke Singapura. Pada tahun 2014 Malaysia meningkatkan impor cengkeh diantaranya dari Singapura dan Madagaskar. Selain itu pada tahun tersebut Malaysia juga mengimpor cengkeh dari beberapa importir baru, diantaranya dari Uni Emirat Arab dan Australia. Pada tahun 2016 Malaysia lebih banyak meningkatkan impor dari Singapura, Madagaskar dan India.

Hilangnya pangsa pasar ekspor komoditas cengkeh di pasar Belanda disebabkan oleh nilai perbandingan ekspor cengkeh Indonesia dengan ekspor cengkeh dunia di pasar Belanda pada tahun 2008, 2010, 2011, 2013, 2015 dan 2016 lebih kecil daripada nilai perbandingan ekspor cengkeh Indonesia dengan ekspor cengkeh dunia di pasar Belanda pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2010 perubahan komposisi volume impor cengkeh Indonesia yang terjadi di pasar Malaysia adalah karena pada tahun tersebut impor cengkeh di pasar Malaysia banyak beralih ke Comoro dan Madagaskar. Pada tahun 2013 Malaysia mengimpor cengkeh dari beberapa importir baru, yaitu dari Kroasia, Republik Dominika, Hungaria, Uni Emirat Arab, Tanzania dan Amerika Serikat. Pada tahun 2015 Malaysia lebih banyak meningkatkan impor dari Madagaskar. Dan pada tahun 2016 Belanda lebih banyak mengimpor dari Inggris dan Brazil.

Pada pasar Uni Emirat Arab, Vietnam, Saudi Arabia, Australia dan Jerman, pertumbuhan pangsa pasar produk bernilai negatif. Ini berarti bahwa nilai ekspor total Indonesia ke pasar tersebut bila dibandingkan dengan nilai ekspor total dunia ke pasar tersebut secara rata-rata dari tahun ke tahun cenderung mengalami penurunan. Hal ini menyebabkan Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ekspor sebagai salah satu komponen penting dalam perekonomian negara perlu menjadi salah satu fokus perhatian. Baiknya kinerja ekspor suatu negara akan berpengaruh positif bagi perekonomian Negara. Karenanya dalam rangka terus meningkatkan kinerja ekspor, negara perlu melakukan upaya pengembangan ekspor. Cengkeh sebagai salah satu produk Indonesia merupakan komoditas yang potensial dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan analisis RCA dan EPD disimpulkan bahwa pada umumnya cengkeh Indonesia di pasar utama memiliki daya saing yang kuat. Pasar yang memiliki potensi pengembangan pasar optimis adalah pasar Saudi Arabia Vietnam, USA, Mesir, UEA, Belanda, Pakistan, Malaysia, India dan Singapura. Sedangkan pasar yang memiliki potensi pengembangan pasar potensial adalah pasar Saudi Arabia Vietnam, USA, Mesir, UEA, Belanda, Pakistan, Malaysia, dan India.

Saran

Sebagai salah satu upaya meningkatkan kinerja ekspor Indonesia, pemerintah dapat memanfaatkan cengkeh sebagai salah satu komoditas yang potensial untuk dikembangkan. Dalam rangka mengembangkan ekspor cengkeh, pemerintah dan eksportir perlu mengetahui dan memilih pasar mana saja yang menjadi prioritas utama untuk dikembangkan. Apabila pemerintah dan eksportir akan melakukan pengembangan ekspor komoditas cengkeh, pemerintah sebaiknya memprioritaskan pengembangan pada negara Saudi Arabia Vietnam, USA, Mesir, UEA, Belanda, Pakistan, Malaysia, dan India. Sedangkan untuk melakukan

pengembangan ekspor cengkeh Indonesia ke pasar lain, sebaiknya pemerintah mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor rempah Indonesia ke negara tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jendral Perkebunan. 2019. Statistik Perkebunan Indonesia. (Cengkeh). Jakarta
- Estherhuizen, D. 2006. An Evaluation of The Competitiveness of the South African Agribusiness Sector. [Dissertation]. Pretoria (ZAF): University of Pretoria. Head K. 2003. Gravity for Beginners.
- [Kemendag] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2017. Negara Tujuan Ekspor 10 Komoditas Potensial. [Internet]. [diunduh 2017 April 13]. Tersedia pada: <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/10-main-andpotential-commodities/10-potential-commodities>.
- [Kementan] Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2014 Outlook Komoditi Cengkeh. [internet]. [diunduh 2021 April 6]. Tersedia pada: <pusdatin.setjen.pertanian.go.id/>.
- Nurhayati, Ely. 2018. Analisis Pengembangan Ekspor Rempah Unggulan Indonesia [tesis]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Nurhayati E, Hartoyo S, Mulatsih S. 2018. Analisis Pengembangan Ekspor Cengkeh Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*. Vol. 7 No. 1
- Pratama AP, Darwanto DH. 2019. The Competitiveness Of Indonesian Cloves Commodity In International Market. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*
- Rukmana HR, Yudirachman HR. 2016. Untung Selangit Dari Agribisnis Cengkeh. Yogyakarta: Lily Publisher.
- Sahinli MA. 2012. Comparative advantage of agriculture sector between Turkey and European Union. *African Journal of Agricultural Research*. 8(10):884895
- Santoso N A, Prijanto W J, Septiani Y. 2018. Analisis Daya Saing Lada, Cengkeh dan Pala Indonesia terhadap Malaysia dan Singapura di Perdagangan Internasional. *Directory Journal of Economic*. Vol. 2 No.2
- [UN COMTRADE] United Nations International Trade Statistics Database. 2021. Trade Statistics [Internet]. [di unduh 2021 April 6. Tersedia pada : <https://comtrade.un.org/data/>