

7-2019

## Analisis Pengembangan Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia

Ely Nurhayati

*Institute for Development of Economics and Finance*, haya.jundullah@gmail.com

Sri Hartoyo

*Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor*, hty@indo.net.ids

Sri Mulatsih

*Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor*, mulatsupardi@yahoo.co.id

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jepi>



Part of the [Economics Commons](#)

---

### Recommended Citation

Nurhayati, Ely; Hartoyo, Sri; and Mulatsih, Sri (2019) "Analisis Pengembangan Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*: Vol. 19: No. 2, Article 3.

DOI: 10.21002/jepi.2019.11

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jepi/vol19/iss2/3>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Economics & Business at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* by an authorized editor of UI Scholars Hub.

## Analisis Pengembangan Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia *Analysis of Indonesian Nutmeg, Mace, and Cardamoms Export Development*

Ely Nurhayati<sup>a,\*</sup>, Sri Hartoyo<sup>b</sup>, & Sri Mulatsih<sup>b</sup>

<sup>a</sup>*Institute for Development of Economics and Finance*

<sup>b</sup>*Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor*

[diterima: 11 Mei 2018 — disetujui: 13 Desember 2018 — terbit daring: 3 September 2019]

### Abstract

*Export is an important component in the economy. The higher export performance, the greater positive impact. From 2012 to 2016, Indonesia's exports continued to decline, so Indonesia needs to boost its exports. One of the potential commodities to be developed is nutmeg, mace, and cardamoms. This study analyzed the competitiveness of nutmeg, mace, and cardamoms, as well as the factors affecting its exports. The methods used are RCA, EPD, X-Model, and Gravity. The competitiveness analysis showed that the optimistic export markets were Pakistan, Germany, Italy, and USA. The potential export markets were Malaysia, Vietnam, Thailand, France, and Netherlands. Factors that affecting exports were GDP per capita, price, economic distance, and tariff.*

**Keywords:** *cardamoms; competitiveness; Gravity Model; mace; nutmeg*

### Abstrak

Ekspor merupakan komponen penting dalam perekonomian. Semakin tinggi kinerja ekspor, semakin besar pula dampak positifnya. Sejak 2012 hingga 2016, ekspor Indonesia terus menurun sehingga Indonesia perlu meningkatkan kembali ekspornya. Salah satu komoditas yang potensial dikembangkan adalah pala, lawang, dan kapulaga. Penelitian ini menganalisis daya saing pala, lawang, dan kapulaga, serta faktor yang memengaruhi ekspornya. Metode yang digunakan adalah RCA, EPD, X-Model, dan Gravity. Hasil analisis daya saing menunjukkan bahwa pasar ekspor yang optimis adalah Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat. Pasar ekspor yang potensial adalah Malaysia, Vietnam, Thailand, Prancis, dan Belanda. Faktor yang memengaruhi ekspor adalah PDB per kapita, harga, jarak ekonomi, dan tarif.

**Kata kunci:** daya saing; kapulaga; lawang; Model Gravity; pala

**Kode Klasifikasi JEL:** B27; F1; P52

## Pendahuluan

Ekspor merupakan salah satu komponen yang menjadi perhatian penting dalam ekonomi suatu negara. Semakin tinggi kinerja ekspor negara, semakin besar pula dampak positifnya terhadap perekonomian negara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2017), kinerja ekspor total Indonesia sejak tahun 2007 hingga 2016 terus mengalami fluktuasi. Setelah tahun 2008, nilainya meningkat menjadi USD137.020.424.402 dari nilai ekspor tahun 2007

yang hanya senilai USD114.100.890.751, namun pada tahun 2009 nilai ekspor Indonesia mengalami penurunan menjadi USD116.510.026.081. Pada tahun 2010 dan 2011, ekspor Indonesia kembali meningkat, namun sejak tahun 2012 hingga 2016 ekspor Indonesia kembali mengalami penurunan, dari USD190.031.845.244 pada tahun 2012 turun menjadi USD144.489.825.811 pada tahun 2016. Sejalan dengan penurunan nilai ekspor, sejak tahun 2013 nilai impor Indonesia pun juga mengalami penurunan. Namun demikian, besarnya penurunan nilai impor Indonesia ini tidak sebesar nilai penurunan ekspornya. Kondisi ini menyebabkan Indonesia menga-

\*Alamat Korespondensi: Jalan Raya Darmaga Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680. E-mail: haya.jundullah@gmail.com.

lami defisit neraca perdagangan pada tahun 2012 hingga 2014. Apabila kondisi ini terus dibiarkan, tentu akan berdampak negatif bagi perekonomian negara, khususnya neraca perdagangan.

Dalam rangka upaya meningkatkan ekspor, pada dasarnya Indonesia memiliki banyak pilihan produk yang potensial untuk dikembangkan. Sebagai negara agraris, produk-produk pertanian tentu menjadi produk yang dapat diandalkan untuk meningkatkan kinerja ekspor. Salah satu komoditas Indonesia yang berpotensi di pasar internasional adalah pala, lawang, dan kapulaga. Selama tahun 2006 hingga tahun 2015 nilai ekspor pala, lawang dan kapulaga berkontribusi sebesar 12,15–32,38% dari total ekspor rempah Indonesia ke pasar dunia. Adapun rata-rata kontribusi ekspor pala, lawang, dan kapulaga terhadap ekspor rempah Indonesia di pasar dunia adalah sebesar 22,15%.

Di perdagangan dunia, Indonesia merupakan salah satu eksportir utama dari komoditas ekspor pala, lawang, dan kapulaga. Pada tahun 2016, Indonesia menjadi eksportir terbesar kedua dengan kontribusi ekspor sebanyak 19.956.650 kg atau setara dengan 23,70% dari total ekspor dunia. Menurut Kementerian Pertanian (2016), pala merupakan salah satu tanaman perkebunan yang selama ini menghasilkan devisa cukup besar. Nilai devisa komoditas ini mencapai USD135,9 atau setara dengan Rp1,3 triliun serta menyediakan kesempatan kerja bagi 146.000 Kepala Keluarga (KK) petani yang tersebar di 20 provinsi. Di pasar internasional, pala Indonesia telah memiliki *branding* yang telah dikenal, yaitu pala Banda dan Siau.

Apabila dilihat dari sisi produksi dan luas lahan, tren perkembangan produksi dan luas lahan pala, lawang, dan kapulaga Indonesia beberapa tahun belakangan cenderung meningkat. Peningkatan tersebut tentu menjadi penopang bagi ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia. Produksi pala, lawang, dan kapulaga di tahun 2010 adalah sebanyak 44.343 ton dan terus meningkat setiap tahun hingga

mencapai 69.483 ton pada tahun 2011, 68.294 ton pada tahun 2012, 82.338 ton pada tahun 2013, dan 105.489 ton pada tahun 2014. Perubahan jumlah produksi pala, lawang, dan kapulaga di Indonesia tersebut sinergis dengan perubahan luas lahan. Meningkatnya produksi pala Indonesia tentunya didukung oleh adanya tren peningkatan luas lahan. Sejalan dengan nilai peningkatan produksi, sejak tahun 2010 hingga 2014 secara umum luas lahan pala, lawang, dan kapulaga pun cenderung meningkat. Peningkatan ini tentu menjadi modal bagi pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia.

Selain produksi dan luas lahan yang terus meningkat, rata-rata nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke pasar dunia selama tahun 2006 hingga 2015 pun bertumbuh. Nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke pasar dunia pada tahun 2006 adalah sebesar USD55.453.017, sedangkan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke pasar dunia pada tahun 2015 telah mencapai USD107.926.662. Sejak tahun 2006 hingga 2015, rata-rata pertumbuhan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke pasar dunia adalah sebesar 10,22%, dengan puncak ekspor tertinggi senilai USD156.995.090 pada tahun 2012. Bertumbuhnya nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia selama sepuluh tahun terakhir, di tengah menurunnya total ekspor Indonesia ke pasar dunia, mengindikasikan bahwa komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi untuk dikembangkan.

Total ekspor pala, lawang, dan kapulaga di pasar dunia selama tahun 2006 hingga 2015 rata-rata bertumbuh sebesar 13,68% per tahunnya. Nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga dalam perdagangan internasional adalah sebesar USD225.251.205 pada tahun 2006 dan meningkat menjadi USD685.093.270 pada tahun 2015. Adapun puncak perdagangan pala, lawang, dan kapulaga terbesar dalam perdagangan dunia adalah sebesar USD769.640.927

**Tabel 1:** Produksi dan Luas Lahan Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia (ton)

Tahun	Pala, Lawang, dan Kapulaga	
	Produksi (ton)	Luas Lahan (ha)
2010	41.231	120.199
2011	44.343	125.714
2012	69.483	137.479
2013	68.294	144.269
2014	82.338	162.556

Sumber: Kementerian Pertanian (2016)

pada tahun 2011. Tumbuhnya rata-rata perdagangan pala, lawang, dan kapulaga di pasar dunia ini mengindikasikan bahwa peluang ekspor pala, lawang, dan kapulaga di pasar internasional juga terus bertumbuh. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan ekspor pala, lawang, dan kapulaga-nya.

Melihat permasalahan ekspor yang sedang dihadapi Indonesia, serta mengingat potensi komoditas pala, lawang, dan kapulaga yang telah diuraikan, maka dirasa perlu bagi Indonesia untuk melakukan analisis pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga. Hasil analisis ini akan dapat membantu pemerintah dan eksportir dalam menentukan pasar yang optimis dan potensial untuk pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga. Selain itu, hasil analisis ini juga dapat memberikan informasi terkait faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pemilihan pasar ekspor yang diteliti serta data yang digunakan. Data tahunan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data dari tahun-tahun terbaru, sedangkan pasar ekspor yang diteliti sebagian besar bukanlah pasar ekspor utama Indonesia secara agregat sehingga peningkatan ekspor di pasar-pasar tersebut dapat mengurangi ketergantungan pada pasar ekspor utama. Permasalahan dalam pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia dirumuskan sebagai berikut: (1) bagaimanakah daya saing komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia? Pasar ekspor mana sajakah

yang optimis dan potensial untuk dikembangkan? dan (2) apa sajakah faktor yang memengaruhi ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia?

Bagian pertama dalam penelitian ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang serta tujuan dari penelitian ini, sedangkan bagian kedua akan membahas tinjauan literatur, bagian tiga membahas metode yang digunakan, yaitu *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Export Product Dynamic (EPD)*, *X-Model*, dan *panel gravity model*, pada bagian keempat membahas hasil dan analisis daya saing serta faktor-faktor yang memengaruhi ekspor, dan bagian kelima merupakan simpulan penelitian.

## Tinjauan Literatur

### Daya Saing

Peningkatan aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui pengembangan ekspor dapat mendorong ekspor negara menjadi lebih baik. Untuk dapat melakukan pengembangan ekspor, negara perlu memperhatikan daya saing produk yang diperdagangkannya. Dalam perdagangan internasional, daya saing juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu komoditas dari suatu negara untuk dapat memasuki serta bertahan di pasar internasional. Suatu produk yang banyak diminati di pasar internasional sehingga mampu memasuki serta bertahan di pasar internasional, maka produk tersebut dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki daya saing. Menurut teori Porter (1994), daya saing adalah produktivitas yang merupakan bagian dari *output* yang

dihasilkan oleh tenaga kerja, kapital, dan sumber daya alam di suatu negara.

Hermawan (2015) meneliti tentang daya saing rempah Indonesia di pasar ASEAN periode pra dan pasca-krisis ekonomi global. Berdasarkan hasil perhitungan RCA, daya saing pasar rempah di ASEAN-5 didominasi oleh Singapura dan Indonesia. Indonesia memiliki daya saing pada komoditas cengkeh pada tahun 2005–2007, sementara pala, lawang, dan kapulaga pada seluruh periode pengamatan. Pada periode 2005–2007, hanya Indonesia yang memiliki daya saing rempah untuk cengkeh, pala, lawang, dan kapulaga, sedangkan pada tahun 2008–2013, Indonesia masih memiliki daya saing pada pala, lawang, dan kapulaga. Secara umum, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa daya saing ekspor rempah Indonesia mengalami peningkatan, yaitu bergeser dari kategori pengembangan ke kategori potensial.

### ***Revealed Comparative Advantage (RCA)***

Pada awalnya, istilah tentang *comparative advantage* (keunggulan komparatif) diperkenalkan oleh David Ricardo di tahun 1917 saat membahas tentang perdagangan antara dua negara, sedangkan yang pertama kali menemukan metode RCA adalah Ballasa pada tahun 1965. Ballasa memandang bahwa ekspor merefleksikan keunggulan komparatif suatu negara. Suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi suatu barang bila biaya pengorbanannya dalam memproduksi barang tersebut lebih rendah daripada negara-negara lainnya (Krugman dan Obstfeld, 2003).

Menurut Basri dan Munandar (2010), metode RCA digunakan untuk mengukur kinerja ekspor komoditas tertentu dari suatu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor komoditas tersebut di dalam ekspor total suatu negara dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia. Variabel yang digunakan untuk mengukur adalah variabel ekspor, yaitu kinerja ekspor suatu ko-

moditas terhadap total ekspor suatu wilayah yang dibandingkan dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan internasional (Kementerian Perdagangan, 2011). Melalui pengukuran dengan metode RCA ini akan diketahui keunggulan komparatif suatu negara. Keunggulan komparatif tersebut merupakan daya saing suatu komoditas ekspor dari suatu wilayah terhadap ekspor komoditas tersebut di pasar internasional.

### ***Export Product Dynamic (EPD)***

Metode ini digunakan untuk menentukan gerakan dinamis suatu komoditas, yaitu apakah daya saing suatu produk mempunyai performa yang dinamis (memiliki pertumbuhan cepat) atau tidak. Jika pertumbuhan komoditas itu berada di atas rata-rata dunia dan keadaan ini berlanjut dalam jangka panjang, maka komoditas ini akhirnya dapat menjadi sumber penting pendapatan ekspor suatu negara. Menurut Esterhuizen (2006), keberhasilan di pasar ekspor perlu diinterpretasikan dengan hati-hati. Hilangnya beberapa pangsa pasar dalam perdagangan tidak selalu berarti hilangnya daya saing secara keseluruhan, apabila ada peningkatan pangsa pada produk lain.

Komoditas dari perusahaan dan industri suatu negara dianggap kompetitif apabila pangsa pasar negara tersebut terus meningkat, dan apabila pangsa pasar yang diteliti tumbuh lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan semua komoditas. Dalam metode EPD, posisi pasar yang ideal memiliki pangsa ekspor yang tinggi, dan disebut *rising stars*. Posisi *rising star* mengindikasikan komoditas negara memiliki pangsa pasar yang tumbuh cepat, sedangkan posisi *lost opportunity* merupakan posisi hilangnya pangsa pasar dari produk yang sebetulnya dinamis. Posisi ini merupakan posisi yang tidak diharapkan. *Falling stars* merupakan posisi yang tidak diinginkan, sebab posisi ini berada dalam kondisi ketika pangsa pasar meningkat namun produk tidak dinamis. Posisi ini lebih baik bila dibandingkan dengan

posisi *lost opportunity*. Sementara itu, posisi *retreat* merupakan posisi yang juga tidak diinginkan, yaitu ketika pangsa pasar hilang dan produk tidak dinamis.

### **Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Ekspor**

Dalam aktivitas perdagangan internasional, ada berbagai macam faktor yang dapat memengaruhi ekspor. Menurut Tambunan (2001), perdagangan internasional dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat dilihat dari teori penawaran atau permintaan. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diestimasi untuk menentukan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga adalah variabel Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita negara tujuan, populasi negara tujuan, harga ekspor, jarak ekonomi antara negara asal dengan negara tujuan, dan tarif negara tujuan.

PDB per kapita dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara PDB dengan jumlah populasi. Menurut Mankiw (2000), PDB per kapita suatu negara diperoleh dari PDB negara tersebut dibagi dengan jumlah populasinya. Variabel PDB per kapita dalam penelitian ini mencerminkan kemampuan daya beli dari masyarakat suatu negara terhadap komoditas yang diteliti sehingga memengaruhi permintaan ekspor. Selain PDB per kapita, populasi juga merupakan faktor yang memengaruhi permintaan ekspor (Yuniarti, 2007). Besarnya jumlah populasi suatu negara menunjukkan potensi pasar di negara tersebut. Negara dengan populasi yang besar identik sebagai pasar yang potensial untuk menjual suatu produk. Semakin besar jumlah populasi, maka semakin besar pula potensinya. Menurut Telaumbanua (2012), semakin besar jumlah populasi suatu negara, maka akan berdampak pada semakin besarnya kemampuan negara tersebut dalam perdagangan di pasar dunia, khususnya kemampuan negara tersebut dalam membiayai impornya.

Dalam hukum permintaan, harga adalah salah satu faktor yang memengaruhi permintaan. Apabila harga meningkat, maka permintaan barang akan menurun. Hal ini terjadi karena saat harga naik, maka konsumen berusaha untuk mengurangi jumlah konsumsinya (Lipsey *et al.*, 1995). Sebaliknya, bila harga barang turun, maka tingkat permintaan barang akan meningkat. Hukum permintaan ini pun berlaku pula dalam kegiatan ekspor dan impor.

Faktor lain yang memengaruhi ekspor adalah jarak ekonomi. Menurut Inayah *et al.* (2016), jarak ekonomi menunjukkan biaya transportasi yang dikenakan kepada pengimpor, yang juga menunjukkan biaya komunikasi dan waktu pengiriman ke negara pengimpor. Selain jarak ekonomi, tarif juga menjadi faktor yang memengaruhi ekspor. Tarif di sini merupakan bea masuk, cukai, atau pajak yang dikenakan oleh negara tujuan ekspor terhadap barang yang diperdagangkan antarnegara. Berdasarkan penelitian Kis-Katos dan Sparrow (2015), keberadaan tarif memberikan hubungan yang berpengaruh negatif terhadap ekspor.

### **Kerangka Pemikiran**

Ekspor sebagai salah satu indikator perekonomian suatu negara, yang dapat memajukan serta menggerakkan perekonomian negara, harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya. Belakangan ini, kinerja ekspor Indonesia secara keseluruhan terus mengalami penurunan. Bila keadaan ini terus-menerus dibiarkan, tentunya akan memberikan dampak negatif, khususnya bagi neraca perdagangan Indonesia dan perekonomian nasional pada umumnya. Di sisi lain, hingga saat ini, ekspor Indonesia masih banyak bergantung pada negara tujuan utama ekspor. Oleh karenanya, Indonesia dirasa perlu untuk melakukan pengembangan ekspor ke pasar-pasar lain.

Dalam upaya pengembangan ekspor, Indonesia memiliki banyak produk yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekspor. Salah satu komoditas

yang berpotensi untuk dikembangkan adalah komoditas pala, lawang, dan kapulaga. Melihat potensi pala, lawang, dan kapulaga Indonesia untuk mendorong peningkatan ekspor, maka pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga akan dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian Indonesia. Untuk mendukung terealisasinya kebijakan tersebut, penelitian ini akan mengkaji pasar yang optimis dan potensial untuk pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia dengan metode RCA, EPD dan *X-Model*. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor pala, lawang, dan kapulaga dengan menggunakan metode *panel gravity model*. Dari analisis tersebut diharapkan dapat ditemukan saran bagi pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia.

## Metode

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu metode RCA, EPD, *X-Model*, dan *gravity model*. Metode RCA, EPD dan *X-Model* digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian pertama, yaitu tentang daya saing komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, serta pasar ekspor yang optimis dan potensial untuk dikembangkan. Sementara metode *panel gravity model* digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian kedua, yaitu faktor yang memengaruhi ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia.

Penelitian tentang pala, lawang, dan kapulaga ini akan memberikan kontribusi dengan melengkapi hasil penelitian yang sudah ada. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada data terkini serta ragam pasar yang diteliti, yang merupakan sepuluh pasar terbesar di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data panel yang terdiri dari data *time series* dan *cross*

*section*. Data *time series* yang digunakan adalah data tahunan selama 10 tahun (2007–2016) untuk metode RCA, EPD, dan *X-model*, serta data tahunan selama 15 tahun (2002–2016) untuk metode *panel gravity*, sedangkan data *cross section* yang digunakan adalah data 10 negara tujuan ekspor utama.

Data pendukung yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Bank Indonesia, BPS, Kementerian Perdagangan (2017), dan Kementerian Pertanian. Adapun data utama yang digunakan bersumber dari *United Nations of Comodity Trade Database* (UN-Comtrade), *World Development Indicators* (WDI), *World Bank*, *World Trade Organization* (WTO), dan *Cepii*. Kode *Harmonized System* (HS) dari komoditas pala, lawang, dan kapulaga yang diteliti adalah kode HS 0908. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu metode RCA, EPD, *X-Model*, dan *gravity model*.

### *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

*Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah metode yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing atau keunggulan komparatif dari komoditas suatu negara. Variabel yang digunakan adalah variabel ekspor, yaitu nilai ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor di suatu negara yang dibandingkan dengan pangsa nilai produk di dalam perdagangan internasional.

Rumus dari bilateral RCA dijelaskan berikut:

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

dengan  $X_{aj}$  adalah nilai ekspor komoditas  $a$  Indonesia ke negara  $j$ ;  $W_{aj}$  adalah nilai ekspor komoditas  $a$  dunia ke negara  $j$ ;  $X_{tj}$  adalah nilai total ekspor Indonesia ke negara  $j$ ; dan  $W_{tj}$  adalah nilai total ekspor dunia ke negara  $j$ .

Hasil perhitungan nilai RCA menunjukkan dua kemungkinan, yaitu bila nilai RCA menunjukkan angka lebih besar dari 1 ( $RCA > 1$ ), maka negara ter-

sebut dianggap memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia, dengan kata lain komoditas tersebut dinilai memiliki daya saing yang kuat. Apabila besaran nilai RCA menunjukkan kurang dari 1 ( $RCA < 1$ ), maka keunggulan komparatif negara tersebut dianggap di bawah rata-rata dunia sehingga komoditas yang diteliti itu dianggap memiliki daya saing yang lemah. Semakin tinggi nilai RCA suatu komoditas wilayah tertentu, semakin tinggi pula daya saingnya. Selain itu, semakin rendah nilai RCA suatu komoditas di wilayah tertentu, semakin rendah pula daya saingnya.

### Export Product Dynamics (EPD)

Hasil perhitungan EPD merupakan matriks yang terdiri dari pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar produk. EPD menghasilkan empat kategori posisi karakter, yaitu *Rising Star*, *Falling Star*, *Lost Opportunity*, dan *Retreat* (Estherhuizen, 2006).

Sumbu x: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor:

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

Sumbu y: Pertumbuhan pangsa pasar produk:

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

dengan  $X_{aj}$  adalah nilai ekspor komoditas  $a$  Indonesia ke negara  $j$ ;  $W_{aj}$  adalah nilai ekspor komoditas  $a$  dunia ke negara  $j$ ;  $X_{tj}$  adalah nilai total ekspor Indonesia ke negara  $j$ ;  $W_{tj}$  adalah nilai total ekspor dunia ke negara  $j$ ; dan  $T$  adalah jumlah tahun.

### X-Model Potential Export Products

*X-Model Potential Export Products* merupakan metode yang menggabungkan antara metode RCA dan EPD. Tujuan dipakainya metode ini adalah untuk

melakukan klasterisasi potensi pengembangan produk di wilayah tertentu. Klasterisasi ini dilakukan untuk memfokuskan pasar perdagangan.

### Gravity Model

Analisis faktor yang memengaruhi ekspor dilakukan dengan metode *gravity model*. Metode ini pertama kali digunakan dalam analisis perdagangan internasional oleh Jan Tinberger pada tahun 1962 untuk menganalisis aliran perdagangan antara negara-negara Eropa (Head, 2003). *Gravity Model* mengadaptasi hukum gravitasi dari Newton, yakni atraksi atau gaya tarik gravitasi dari dua objek adalah proporsional dari massa mereka dan berbanding terbalik terhadap jarak mereka (Yuniarti, 2007). Metode ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar ekspor utama (Elshehawy *et al.*, 2014; Kis-Katos dan Sparrows, 2015).

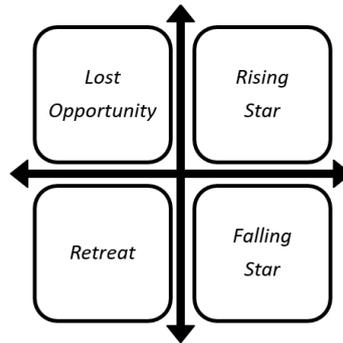
$$\ln X_{jt} = \beta_0 + \beta_1 \ln PDBC_{jt} + \beta_2 \ln POP_{jt} + \beta_3 \ln HE_{ijt} + \beta_4 \ln JE_{jt} + \beta_5 TRF_{jt} + u_{jt} \quad (4)$$

dengan  $X_{jt}$  adalah volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga dari negara Indonesia ke negara  $j$  tahun ke- $t$  (kg);  $PDBC_{jt}$  adalah PDB per kapita negara  $j$  tahun ke- $t$  (USD/jiwa);  $POP_{jt}$  adalah populasi negara  $j$  tahun ke- $t$  (jiwa);  $HE_{jt}$  adalah harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke negara  $j$  tahun ke- $t$  (USD/kg);  $JE_{jt}$  adalah jarak ekonomi antara kedua negara (km);  $TRF_{jt}$  adalah tarif impor negara  $j$  tahun ke- $t$  (persen);  $\ln$  adalah logaritma natural;  $\beta_0$  adalah intersep;  $\beta_n$  adalah *slope*; dan  $u_{jt}$  adalah *error term*.

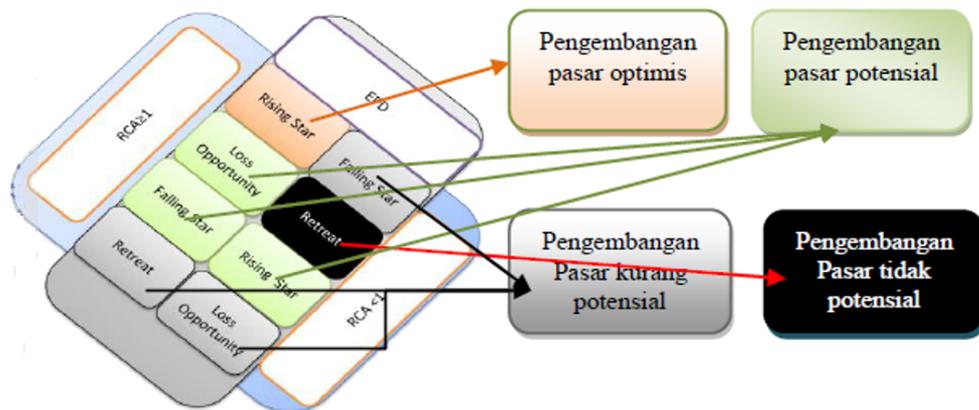
Rumus jarak ekonomi yang digunakan mengacu pada penelitian Inayah *et al.* (2016):

$$JE_j = DIS_j \times \frac{PDB_j}{\sum PDB_j} \quad (5)$$

dengan  $JE_j$  adalah jarak ekonomi antara negara Indonesia dengan negara  $j$  (km);  $DIS_j$  adalah jarak



**Gambar 1:** Posisi Daya Saing Produk dengan Metode EPD  
Sumber: Estherhuizen (2006)



**Gambar 2:** Analisis X-Model Potential Export Products  
Sumber: Kementerian Perdagangan (2013)

ibu kota negara Indonesia dengan ibu kota negara  $j$  (km);  $PDB_j$  adalah PDB negara  $j$  (USD); dan  $\sum PDB_j$  adalah total PDB seluruh negara  $j$  (USD).

## Hasil dan Analisis

Berdasarkan data dari *UN-Comtrade* (2017), selama tahun 2002 hingga 2016, Indonesia telah meng-ekspor pala, lawang, dan kapulaga secara kontinuu ke 21 negara. Dari 21 negara tersebut, 10 pasar utama yang paling mendominasi ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia adalah pasar Malaysia, Vietnam, Pakistan, Thailand, Belgia, Prancis, Jerman, Italia, Belanda, dan Amerika

*JEPI Vol. 19 No. 2 Juli 2019, hlm. 173–190*

Serikat. Selama lima belas tahun tersebut, volume ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar tujuan utama mengalami fluktuasi, namun demikian mayoritas pasar trennya cenderung mengalami peningkatan.

Dari seluruh pasar ekspor utama komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, pasar yang paling mendominasi volume ekspor komoditas ini adalah pasar Vietnam (*UN-Comtrade*, 2017). Total volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar Vietnam selama tahun 2002 hingga tahun 2016 adalah 124.199.279 kg, sedangkan di pasar Belanda total volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia adalah sebanyak 26.400.630 kg, selanjut-

nya di pasar Amerika Serikat sebanyak 19.648.583 kg, di pasar Jerman 11.675.843 kg, di pasar Malaysia 8.333.344 kg, di pasar Italia sebanyak 8.127.953 kg, di pasar Belgia 6.146.891 kg, di pasar Pakistan 3.957.744 kg, di pasar Prancis sebanyak 2.494.803 kg, dan total volume ekspor terendah adalah total volume ekspor ke pasar Thailand senilai 2.131.227 kg.

Besarnya volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga di setiap pasar tujuan utama pada setiap tahunnya berfluktuasi. Adakala mengalami peningkatan, namun adakala pula mengalami penurunan. Namun demikian, secara rata-rata pertumbuhan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia tahun 2002 hingga 2016 bernilai positif, kecuali di pasar Malaysia (*UN-Comtrade*, 2017). Rata-rata pertumbuhan volume ekspor terbesar adalah di pasar Pakistan, yaitu dengan besar rata-rata pertumbuhan sebesar 54,45% per tahun, sedangkan pertumbuhan nilai ekspor terendah adalah pertumbuhan di pasar Malaysia dengan pertumbuhan sebesar -0,77% per tahun. Negatifnya pertumbuhan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke pasar Malaysia disebabkan oleh volume ekspor yang cenderung terus menurun dari tahun ke tahun. Tabel 2 menunjukkan data volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke sepuluh pasar utama.

Pada data nilai ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar tujuan utama, pasar yang paling mendominasi nilai ekspor komoditas ini adalah pasar Vietnam (lihat Tabel 2). Total nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar Vietnam selama tahun 2002 hingga 2016 adalah USD262.843.140, sedangkan total nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga di pasar lain secara berurutan adalah di pasar Belanda sebesar USD189.328.707, di pasar Amerika Serikat sebesar USD134.492.325, di pasar Jerman sebesar USD91.531.918, di pasar Italia senilai USD69.658.335, di pasar Belgia sebanyak USD38.007.777, di pasar Prancis sebanyak USD5.145.443, di pasar Malaysia USD22.774.599, di

pasar Pakistan sebanyak USD19.110.945, dan total nilai ekspor terendah adalah total nilai ekspor ke pasar Thailand senilai USD12.109.632.

Besarnya nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga di setiap pasar tujuan utama pada setiap tahunnya berfluktuasi (lihat Tabel 3). Adakala mengalami peningkatan, namun adakala pula mengalami penurunan. Namun demikian, secara rata-rata pertumbuhan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia tahun 2002 hingga 2016 bernilai positif di setiap pasarnya. Secara keseluruhan, rata-rata volume ekspor di setiap pasar bertumbuh. Pertumbuhan ekspor tertinggi adalah sebesar 68,52% di pasar Prancis, sedangkan rata-rata pertumbuhan ekspor terendah adalah di pasar Malaysia sebesar 10,53%.

Berdasarkan data volume dan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke sepuluh pasar utama tersebut, terlihat adanya perbedaan fluktuasi dan pertumbuhan pada volume dan nilai ekspor komoditas tersebut. Adanya perbedaan ini disebabkan oleh perubahan harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga dari tahun ke tahun di setiap negara. Perubahan harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga setiap tahunnya menyebabkan laju pertumbuhan volume ekspor lebih lambat dibanding dengan laju pertumbuhan nilai ekspornya (lihat Tabel 4). Hal ini pulalah yang menjelaskan negatifnya nilai rata-rata pertumbuhan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar Malaysia, saat rata-rata dari pertumbuhan nilai ekspor di pasar ini justru positif.

Harga komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di setiap pasar pada setiap tahunnya cukup bervariasi. Adakala mengalami kenaikan, namun adakala pula mengalami penurunan. Namun demikian, secara rata-rata harga ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga di setiap pasar bertumbuh. Berdasarkan rata-rata harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga tahun 2002 hingga 2016, rata-rata harga ekspor tertinggi adalah seharga

**Tabel 2:** Volume Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia ke Pasar Utama (dalam kg)

Tahun	Malaysia	Vietnam	Pakistan	Thailand	Belgia	Prancis	Jerman	Italia	Belanda	AS
2002	452.241	1.132.159	13.510	124.566	325.258	102.484	313.354	358.124	2.377.395	990.261
2003	447.162	3.064.202	62.704	162.286	221.607	54.600	351.842	104.494	1.082.756	944.628
2004	496.905	3.277.072	179.400	127.843	391.608	29.999	406.932	506.227	2.612.880	815.808
2005	709.151	5.454.827	284.579	113.001	413.764	201.160	608.437	336.928	2.337.081	692.618
2006	1.024.601	7.021.871	332.596	128.073	491.624	318.996	708.696	241.149	2.471.321	1.226.180
2007	882.251	7.725.034	234.061	127.793	1.021.428	102.997	709.694	404.408	1.978.472	779.419
2008	781.534	6.946.600	170.157	166.232	716.034	57.362	601.169	439.320	1.472.345	1.538.535
2009	670.056	9.051.828	325.636	149.653	655.476	131.022	988.771	365.536	1.247.470	1.417.339
2010	817.612	8.704.745	282.483	151.960	498.629	197.988	1.264.800	663.532	1.928.985	1.397.362
2011	667.834	10.566.690	166.532	136.505	306.205	423.498	1.205.858	1.005.983	1.807.920	1.814.166
2012	373.744	12.020.252	233.982	118.205	277.070	321.575	922.856	595.590	1.340.343	1.741.532
2013	218.268	11.635.798	265.105	129.115	185.062	155.750	1.059.497	949.315	1.387.866	1.614.134
2014	291.345	13.504.979	298.276	166.843	207.988	132.350	909.895	994.534	1.352.403	1.563.205
2015	264.508	13.857.700	493.517	176.017	248.126	148.497	881.222	494.660	1.427.175	1.559.903
2016	236.132	10.235.522	615.206	153.135	187.012	116.525	742.820	668.153	1.576.218	1.553.493
Rata-rata	-0,77%	23,12%	54,45%	2,83%	2,90%	44,20%	8,92%	32,33%	4,37%	7,86%
Pertumbuhan										

Sumber: UN-Comtrade (2017), diolah

**Tabel 3:** Nilai Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia ke Pasar Utama (dalam ribu USD)

Tahun	Malaysia	Vietnam	Pakistan	Thailand	Belgia	Prancis	Jerman	Italia	Belanda	AS
2002	837.994	934.500	77.320	221.415	1.015.007	213.598	1.126.244	620.353	8.064.323	2.946.161
2003	867.073	4.961.386	195.104	167.534	750.732	115.205	1.152.283	308.128	3.722.901	3.131.283
2004	718.271	4.110.136	490.553	230.605	1.182.653	70.926	1.306.026	1.087.544	8.924.749	2.750.908
2005	1.655.071	8.052.205	982.515	331.126	1.764.805	584.485	2.691.913	1.030.816	7.477.009	2.365.045
2006	2.291.545	10.592.705	945.797	446.432	1.909.166	1.126.664	3.057.935	1.097.638	9.799.252	4.545.952
2007	2.297.373	11.017.893	1.112.954	539.734	5.175.950	585.325	3.525.139	2.246.080	8.359.701	2.780.545
2008	2.026.779	11.718.819	917.094	862.955	4.143.654	436.194	3.279.507	2.312.535	6.271.643	5.703.939
2009	961.921	15.103.574	1.659.062	884.662	3.320.497	1.042.975	4.905.052	2.559.111	6.385.796	5.791.392
2010	2.175.794	20.190.656	2.037.881	1.263.170	3.196.591	2.296.864	8.448.551	6.343.383	17.190.537	7.193.713
2011	2.702.038	32.494.449	1.515.645	1.736.573	2.522.865	3.985.337	13.620.707	13.506.540	22.803.588	16.559.522
2012	2.148.622	34.061.196	1.660.926	1.535.599	3.741.561	6.559.074	12.005.349	9.981.360	21.564.865	22.451.414
2013	1.214.083	32.450.034	1.380.691	845.641	2.914.291	2.327.867	12.384.157	10.450.290	20.730.959	17.172.374
2014	1.165.607	29.857.695	1.520.603	1.048.225	2.571.005	2.023.100	9.947.343	8.620.851	16.926.255	15.569.009
2015	853.275	25.835.108	1.670.573	902.928	2.304.482	2.193.828	7.546.274	5.019.031	15.864.510	13.083.683
2016	859.153	21.462.784	2.944.227	1.093.033	1.494.518	1.584.001	6.535.438	4.474.675	15.242.619	12.447.385
Rata-rata	10,53%	45,49%	40,53%	16,42%	11,74%	68,52%	18,63%	35,1%	16,21%	19,75%
Pertumbuhan										

Sumber: UN-Comtrade (2017), diolah

USD8,95/kg di pasar Prancis, USD7,79/kg di pasar Belanda, USD7,24/kg di pasar Italia, USD7,14/kg di pasar Belgia, USD7,01/kg di pasar Jerman, USD6,15/kg di pasar Amerika Serikat, USD5,70/kg di pasar Thailand, USD5/kg di pasar Pakistan, USD3,02/kg di pasar Malaysia, dan rata-rata harga terendah adalah sebesar USD1,91/kg di pasar Vietnam.

### Analisis Daya Saing Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode RCA, selama periode 2007 sampai 2016, daya saing komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di setiap pasar memiliki keunggulan komparatif yang cukup bervariasi. Komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki nilai daya saing yang berbeda-beda di setiap tahun dan di setiap pasarnya. Namun secara keseluruhan, komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di sepuluh

**Tabel 4:** Harga Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia

Tahun	Malaysia	Vietnam	Pakistan	Thailand	Belgia	Prancis	Jerman	Italia	Belanda	AS
2002	1,85	0,83	5,72	1,78	3,12	2,08	3,59	1,73	3,39	2,98
2003	1,94	1,62	3,11	1,03	3,39	2,11	3,28	2,95	3,44	3,31
2004	1,45	1,25	2,73	1,80	3,02	2,36	3,21	2,15	3,42	3,37
2005	2,33	1,48	3,45	2,93	4,27	2,91	4,42	3,06	3,20	3,41
2006	2,24	1,51	2,84	3,49	3,88	3,53	4,31	4,55	3,97	3,71
2007	2,60	1,43	4,75	4,22	5,07	5,68	4,97	5,55	4,23	3,57
2008	2,59	1,69	5,39	5,19	5,79	7,60	5,46	5,26	4,26	3,71
2009	1,44	1,67	5,09	5,91	5,07	7,96	4,96	7,00	5,12	4,09
2010	2,66	2,32	7,21	8,31	6,41	11,60	6,68	9,56	8,91	5,15
2011	4,05	3,08	9,10	12,72	8,24	9,41	11,30	13,43	12,61	9,13
2012	5,75	2,83	7,10	12,99	13,50	20,40	13,01	16,76	16,09	12,89
2013	5,56	2,79	5,21	6,55	15,75	14,95	11,69	11,01	14,94	10,64
2014	4,00	2,21	5,10	6,28	12,36	15,29	10,93	8,67	12,52	9,96
2015	3,23	1,86	3,39	5,13	9,29	14,77	8,56	10,15	11,12	8,39
2016	3,64	2,10	4,79	7,14	7,99	13,59	8,80	6,70	9,67	8,01
Rata-rata	10,68	10,25	3,62	16,79	9,82	18,92	8,84	15,24	10,11	9,55
Pertumbuhan										

Sumber: UN-Comtrade (2017), diolah

pasar utama memiliki daya saing yang kuat (lihat Tabel 5).

Hasil analisis rata-rata nilai RCA menunjukkan bahwa komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di setiap tahun dan setiap pasar yang diteliti. Posisi daya saing dengan rata-rata nilai keunggulan komparatif tertinggi berada di Italia dengan rata-rata nilai RCA sebesar 142,54, kemudian di urutan kedua dan seterusnya disusul dengan pasar Prancis, Belgia, Jerman, Belanda, Amerika Serikat, Vietnam, Thailand, Malaysia, dan Pakistan.

Daya saing pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di sepuluh pasar tersebut perlu untuk terus dipertahankan bahkan mungkin ditingkatkan, terutama pada pasar-pasar yang meskipun rata-rata daya saingnya bernilai positif, namun rata-rata pertumbuhan daya saingnya bernilai negatif. Pasar-pasar tersebut adalah pasar Malaysia dengan rata-rata pertumbuhan RCA sebesar -3,40% per tahun, pasar Belgia dengan rata-rata pertumbuhan RCA sebesar -7,16% per tahun, dan pasar Italia dengan rata-rata pertumbuhan RCA sebesar -0,29% per tahun. Apabila merosotnya pertumbuhan RCA ini terus dibiarkan, tentu akan dapat menggerus daya saing komoditas pala dan kapulaga Indonesia di

pasar tersebut. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini di antaranya adalah adanya perubahan pangsa pasar komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia terhadap total ekspor Indonesia dan perubahan pangsa pasar komoditas dunia terhadap total ekspor dunia. Selain itu, fluktuasi juga disebabkan oleh perubahan pangsa pasar ekspor dari negara eksportir lainnya yang menjadi pesaing (Kusuma, 2015).

Analisis lainnya mengenai daya saing komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia dilakukan menggunakan metode EPD. Metode ini mengukur posisi pasar dari komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia untuk tujuan pasar utama yang diteliti. Selain itu, metode ini juga dapat menunjukkan dinamis atau tidaknya kinerja komoditas pala, lawang, dan kapulaga. Hasil analisis EPD menunjukkan bahwa pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia berada pada posisi yang berbeda-beda. Tidak semua pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga berada pada posisi *rising star*, sebab beberapa pasar berada pada posisi *lost opportunity*, *falling star*, dan *retreat*. Tabel 6 menampilkan hasil analisis perhitungan EPD di setiap pasar utama.

Ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga

**Tabel 5:** Nilai RCA Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia di Sepuluh Pasar Tujuan Utama

Tahun	Negara									
	Malaysia	Thailand	Vietnam	Pakistan	Belgia	Prancis	Jerman	Italia	Belanda	AS
2007	16,21	42,19	22,36	4,13	188,59	86,34	77,51	183,41	65,99	41,64
2008	21,58	42,60	45,81	4,70	183,28	70,20	63,27	129,05	44,31	46,73
2009	4,44	37,02	43,73	8,62	160,60	119,34	95,37	115,89	39,40	46,06
2010	5,15	33,55	42,24	12,44	158,73	113,78	82,68	137,43	67,17	32,30
2011	6,15	30,44	44,17	6,50	86,86	119,25	106,56	142,16	52,40	44,26
2012	8,48	28,73	40,17	5,22	111,61	263,11	94,61	133,37	63,95	73,94
2013	6,24	26,98	43,85	5,34	125,29	96,57	108,49	159,28	68,90	68,87
2014	6,91	29,73	55,91	3,02	114,99	110,29	123,68	141,34	71,07	70,41
2015	4,83	8,59	54,13	2,72	106,22	117,52	107,63	126,81	70,98	56,88
2016	4,26	30,49	47,02	4,25	76,75	102,11	96,56	156,65	70,00	57,51
Rata-rata	8,42	31,03	43,94	5,69	131,29	119,85	95,64	142,54	61,42	53,86

Sumber: UN-Comtrade (2017), diolah

**Tabel 6:** Hasil Analisis EPD Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia Tahun 2007–2016

Negara	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Pasar
Malaysia	-6,286	0,109	<i>Lost Opportunity</i>
Vietnam	1,364	-0,053	<i>Falling Star</i>
Thailand	-1,069	0,065	<i>Lost Opportunity</i>
Pakistan	0,806	0,183	<i>Rising Star</i>
Belgia	-1,909	-0,002	<i>Retreat</i>
Prancis	-0,689	0,002	<i>Lost Opportunity</i>
Jerman	0,818	0,003	<i>Rising Star</i>
Italia	2,637	0,011	<i>Rising Star</i>
Belanda	-0,826	0,011	<i>Lost Opportunity</i>
Amerika Serikat	0,577	0,013	<i>Rising Star</i>

Sumber: UN-Comtrade (2017), diolah

Indonesia berada pada posisi *rising star* di pasar Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat, sedangkan di pasar Malaysia, Thailand, Prancis, dan Belanda berada pada posisi *lost opportunity*. Ini berarti bahwa komoditas pala, lawang, dan kapulaga di pasar tersebut mengalami kehilangan pangsa pasar ekspor. Hal ini tercermin dari nilai pertumbuhan pangsa pasar ekspornya yang bernilai negatif. Di pasar Vietnam, komoditas pala, lawang, dan kapulaga berada pada posisi *falling star*, dan di pasar Belgia berada pada posisi *retreat*.

Di pasar Malaysia, pertumbuhan pangsa pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga bernilai negatif disebabkan oleh terjadinya penurunan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar Malaysia pada tahun 2009, 2015, dan 2016. Padahal di sisi lain, total impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Malaysia mengalami peningkatan pada tahun tersebut. Hal ini terjadi karena pada tahun

tersebut Malaysia lebih banyak mengimpor pala, lawang, dan kapulaga dari pasar Guatemala dibandingkan dari Indonesia. Padahal pada tahun-tahun lainnya Indonesia selalu menjadi importir utama pala, lawang, dan kapulaga Malaysia.

Pertumbuhan pangsa pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga bernilai negatif juga terjadi di pasar Thailand. Hal ini disebabkan oleh terjadinya penurunan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga pada tahun 2015. Padahal pada tahun tersebut total impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Thailand mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena pada tahun tersebut Thailand lebih banyak mengimpor pala, lawang, dan kapulaga dari pasar Singapura dibandingkan dari Indonesia. Padahal pada tahun-tahun lainnya Indonesia selalu menjadi importir utama pala, lawang, dan kapulaga Thailand.

Di pasar Belgia, negatifnya pertumbuhan pangsa

pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga disebabkan oleh hal yang sama, yaitu adanya penurunan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar Belgia pada tahun 2011 dan 2016, padahal pada tahun tersebut total impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belgia mengalami peningkatan. Selain itu, sejak tahun 2011 hingga 2016 terjadi pergeseran dominasi impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belgia. Bila sebelumnya Indonesia selalu mendominasi impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belgia, sejak tahun 2011 dominasi tersebut bergeser ke Belanda. Hal ini diduga karena jarak Belanda yang lebih dekat dari jarak Indonesia.

Pada pasar Prancis, ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia sempat mengalami penurunan pada tahun 2007 dan 2013. Penurunan ekspor ini menyebabkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga bernilai negatif, sebab pada tahun tersebut secara keseluruhan total impor pala, lawang, dan kapulaga Prancis mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena pada tahun tersebut Prancis lebih banyak mengimpor pala, lawang, dan kapulaga dari importir lain yang juga menjadi kompetitor Indonesia di pasar Prancis, yaitu Belanda dan Belgia pada tahun 2007 dan Belanda pada tahun 2013.

Di pasar Belanda, pertumbuhan pangsa pasar ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga bernilai negatif disebabkan oleh terjadinya penurunan nilai ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar Belanda pada tahun 2007 dan 2013. Padahal di sisi lain, total impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belanda mengalami peningkatan pada tahun tersebut. Namun demikian, secara keseluruhan di tahun tersebut Indonesia tetap mendominasi impor pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belanda.

Pada pasar Vietnam dan Belgia, 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 dari tahun ke tahun cenderung

mengalami penurunan.

Selanjutnya setelah didapat hasil analisis RCA dan EPD, dilakukan klusterisasi potensi pengembangan pasar dengan menggunakan metode *x-model potential export products*. Analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan hasil analisis RCA dan EPD yang telah didapat. Dengan menggunakan metode ini, hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia dari dua sisi sekaligus, yaitu dari sisi RCA dan juga EPD. Dari analisis ini akan diketahui potensi pengembangan pasar komoditas pala, lawang, dan kapulaga. Potensi pengembangan pasar tersebut dibagi menjadi empat kluster, yaitu potensi pengembangan pasar optimis, potensi pengembangan pasar potensial, potensi pengembangan pasar kurang potensial, dan potensi pengembangan pasar tidak potensial. Tabel 7 menampilkan hasil analisis *x-model* pala, lawang, dan kapulaga Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis, ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat. Di pasar-pasar tersebut komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia berdaya saing kuat sekaligus berada pada posisi *rising star*, sedangkan di pasar Malaysia, Vietnam, Thailand, Prancis, dan Belanda ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi pengembangan pasar potensial. Hal ini disebabkan karena komoditas ini memiliki daya saing yang kuat di pasar-pasar tersebut. Namun, komoditas ini berada pada posisi *lost opportunity* atau *falling star*, sedangkan di pasar Belgia ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi pengembangan pasar yang kurang potensial, sebab meskipun komoditas Pala, Lawang, dan Kapulaga berdaya saing kuat, namun komoditas ini berada pada posisi *retreat* di pasar Belgia.

Berdasarkan hasil analisis *x-model potential export products*, ditemukan bahwa pengembangan ekspor

**Tabel 7:** Hasil Analisis *X-Model* Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia Tahun 2007–2016

Negara	RCA	EPD	<i>X-Model</i>
Malaysia	8,42	<i>Lost Opportunity</i>	Pengembangan pasar potensial
Vietnam	31,03	<i>Falling Star</i>	Pengembangan pasar potensial
Thailand	29,93	<i>Lost Opportunity</i>	Pengembangan pasar potensial
Pakistan	5,69	<i>Rising Star</i>	Pengembangan pasar optimis
Belgia	105,29	<i>Retreat</i>	Pengembangan pasar kurang potensial
Prancis	115,84	<i>Lost Opportunity</i>	Pengembangan pasar potensial
Jerman	95,64	<i>Rising Star</i>	Pengembangan pasar optimis
Italia	142,54	<i>Rising Star</i>	Pengembangan pasar optimis
Belanda	61,42	<i>Lost Opportunity</i>	Pengembangan pasar potensial
Amerika Serikat	53,86	<i>Rising Star</i>	Pengembangan pasar optimis

Sumber: *UN-Comtrade* (2017), diolah

pala, lawang, dan kapulaga Indonesia sebaiknya terutama dikembangkan di pasar Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat. Pasar-pasar tersebut merupakan pasar yang paling menjanjikan dari sepuluh pasar yang diteliti. Namun selain pasar-pasar tersebut, pasar lain yang potensial dikembangkan adalah pasar Malaysia, Vietnam, Thailand, Prancis, dan Belanda.

### Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan pala, lawang, dan kapulaga Indonesia. Analisis dilakukan dengan menggunakan model *gravity*. Variabel penduga yang digunakan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi ekspor pala, lawang, dan kapulaga adalah PDB per kapita negara tujuan (*PDBC*), populasi negara tujuan (*POP*), harga ekspor komoditas (*HE*), jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan (*JE*), dan tarif ekspor ke negara tujuan (*TRF*).

Data *time series* yang diteliti merupakan data selama 15 tahun, yaitu data tahun 2002 hingga 2016. Adapun data *cross section* yang digunakan yaitu data sepuluh pasar utama komoditas pala, lawang, dan kapulaga Indonesia. Sepuluh pasar tersebut adalah Malaysia, Vietnam, Thailand, Pakistan, Belgia, Prancis, Jerman, Italia, Belanda, dan Amerika Serikat.

Analisis pengolahan data faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga dimulai dengan perumusan model dan dilanjutkan dengan pemilihan model estimasi. Pemilihan model estimasi dilakukan menggunakan uji Hausman yang bertujuan untuk memilih metode terbaik dari metode *Random Effect Model* (*REM*) atau *Fixed Effect Model* (*FEM*), dan uji Chow yang bertujuan untuk memilih metode terbaik antara *FEM* atau *Pooled Least Square* (*PLS*). Berdasarkan hasil pengujian, maka pendekatan model terbaik yang dipilih adalah pendekatan model *fixed effect*. Pengolahan dengan pendekatan model *fixed effect* ini juga dilakukan dengan pilihan kriteria pembobotan, yaitu dengan memberikan pembobotan *Seemingly Unrelated Regression* (*SUR*) *cross-section weighted*. Metode ini mampu mengoreksi heteroskedastisitas serta autokorelasi antar-unit *cross section*.

Variabel yang memengaruhi permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga menunjukkan hasil yang bervariasi, yaitu berpengaruh signifikan secara positif, berpengaruh signifikan secara negatif, dan tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil estimasi modelnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan hasil estimasi yang ditampilkan pada Tabel 8, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ )<sup>1</sup> untuk komoditas pala, lawang, dan kapulaga adalah se-

<sup>1</sup>Pengolahan dilakukan dengan pendekatan model *fixed effect* ini dilakukan dengan pilihan kriteria pembobotan, yaitu dengan memberikan pembobotan *SUR cross-section weighted*. Metode ini mampu mengoreksi heteroskedastisitas serta autokorelasi antar-unit *cross section* sehingga hasil analisis terbebas dari bias.

**Tabel 8:** Hasil Estimasi Faktor yang Memengaruhi Ekspor Pala, Lawang, dan Kapulaga

Variabel	Koefisien	Probabilitas
C	-2,016970	0,8195
LNPDBC	2,185877	0,0000*
LNPOP	0,383676	0,4687
LNHE	-0,226742	0,0000*
LNJE	-2,140682	0,0000*
TRF	-0,108363	0,0000*
<i>R-squared</i>	0,981186	
<i>Adjusted R-squared</i>	0,979235	
N	150	

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Keterangan: \* signifikan pada taraf 1%

besar 0,981186. Artinya sebesar 98,11% keragaman faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor komoditas tersebut dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya, sedangkan 1,89% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model.

Berdasarkan hasil analisis, faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga adalah PDB per kapita, harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif. Variabel PDB per kapita, harga ekspor, jarak ekonomi dan tarif berpengaruh signifikan pada taraf nyata 1%. Variabel PDB per kapita negara tujuan berpengaruh positif terhadap volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, dengan setiap kenaikan PDB per kapita negara tujuan sebesar 1%, maka volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga akan meningkat sebesar 2,18%, begitu pula sebaliknya (*ceteris paribus*). PDB per kapita negara tujuan mencerminkan daya beli masyarakat, ini berarti bahwa peningkatan daya beli masyarakat di negara tujuan akan meningkatkan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Andari (2017), bahwa PDB per kapita negara tujuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap permintaan ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga. Begitu pula dengan hasil analisis Maulana dan Kartiasih (2017), ditemukan bahwa PDB per kapita negara tujuan ekspor berpengaruh positif dan signifikan pada volume ekspor Indonesia.

Variabel harga ekspor memiliki pengaruh yang negatif, dengan setiap kenaikan harga sebesar 1%, maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,23%. Meningkatnya harga ekspor membuat biaya yang dikeluarkan oleh negara tujuan menjadi lebih tinggi. Hal ini akan menurunkan permintaan ekspor Indonesia sehingga volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga akan menurun. Hal ini sejalan dengan hasil kajian Kementerian Perdagangan (2011), bahwa harga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan ekspor. Pengaruh harga ekspor terhadap ekspor merupakan pengaruh yang memiliki hubungan negatif. Begitu pula dengan hasil analisis Maulana dan Kartiasih (2017) yang menemukan bahwa harga ekspor berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap volume ekspor Indonesia. Namun demikian, koefisien variabel harga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pala, lawang, dan kapulaga adalah barang yang inelastis sehingga kebijakan menurunkan harga justru dapat mengurangi penerimaan ekspor. Karenanya, untuk dapat meningkatkan penerimaan ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga, maka harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga perlu dijaga stabilitasnya.

Variabel jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan memiliki pengaruh yang negatif, dengan setiap kenaikan 1% jarak ekonomi akan menurunkan volume ekspor sebesar 2,14%. Variabel jarak ekonomi mencerminkan biaya ekspor sehingga meningkatnya jarak ekonomi mengakibatkan

biaya yang dikeluarkan negara tujuan menjadi lebih tinggi. Karenanya, peningkatan jarak ekonomi akan menurunkan permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga. Dalam penelitian Inayah *et al.* (2016) ditemukan hal yang sama, yaitu jarak ekonomi antara negara asal dengan negara tujuan berpengaruh negatif terhadap ekspor.

Variabel tarif berpengaruh negatif pada volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, yang setiap kenaikan tarif sebesar 1%, maka volume ekspor akan menurun sebesar 0,11%. Meningkatkan tarif ekspor di negara tujuan mengakibatkan penurunan volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia ke negara tujuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kis-Katos dan Sparrow (2015), ditemukan hasil yang serupa, yaitu keberadaan tarif di negara tujuan memberikan pengaruh yang negatif terhadap ekspor sehingga apabila tarif naik, maka nilai ekspor akan turun, namun bila tarif mengalami penurunan atau penghapusan, maka nilai ekspor akan meningkat.

Pada variabel populasi, hasil analisis menunjukkan bahwa populasi negara tujuan ekspor pala, lawang, dan kapulaga tidak berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga. Terbukti dari nilai probabilitas variabel tarif yang lebih besar dari taraf nyata, yaitu  $0,47 > 0,05$ . Temuan ini serupa dengan temuan pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kanaya dan Firdaus (2014). Tidak signifikannya variabel populasi diduga karena tren volume ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia selalu berfluktuasi di setiap negara pada setiap tahunnya, adakala mengalami peningkatan dan adakala mengalami penurunan. Di sisi lain, jumlah populasi di negara tujuan terus mengalami peningkatan di setiap negara pada setiap tahunnya. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan jumlah populasi di negara tujuan ekspor tidak signifikan memengaruhi volume ekspor pala, lawang dan kapulaga ke negara tujuan.

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar tujuan utama ditemukan bahwa faktor-faktor yang signifikan memengaruhi adalah faktor PDB per kapita negara tujuan, harga ekspor pala, lawang, dan kapulaga, jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara tujuan, serta tarif ekspor di negara tujuan. Variabel PDB per kapita berpengaruh positif terhadap ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, sedangkan variabel harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif berpengaruh negatif terhadap ekspor pala, lawang, dan kapulaga.

## Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingginya ekspor Indonesia ke negara tujuan tidak selalu mencerminkan daya saing ekspor yang tinggi. Besarnya ekspor ke negara tujuan tidak selalu mencerminkan posisi komoditas tersebut di pasar tujuan, seperti pada ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga di pasar Belgia. Pasar tersebut merupakan ekspor pala, lawang, dan kapulaga keenam terbesar Indonesia, namun komoditas tersebut justru berada pada posisi *retreat*. Ini berarti bahwa meskipun pasar tersebut menjadi salah satu pasar utama, namun potensi pengembangan komoditas pala, lawang, dan kapulaga di pasar tersebut kurang potensial.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan analisis RCA dan EPD disimpulkan bahwa komoditas pala, lawang, dan kapulaga memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Pakistan, Jerman, Italia, dan Amerika Serikat. Potensi pengembangan pasar potensial bagi ekspor pala, lawang, dan kapulaga adalah pasar Malaysia, Vietnam, Thailand, Prancis, dan Belanda sehingga sebagai upaya mengembangkan ekspor, sebaiknya pemerintah dan eksportir memprioritaskan pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar-pasar yang memiliki potensi pengembangan pasar optimis dan potensi pengembangan potensial

tersebut.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap ekspor komoditas pala, lawang, dan kapulaga adalah PDB per kapita, harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif negara tujuan. Variabel PDB per kapita memiliki hubungan yang positif terhadap ekspor, sedangkan variabel harga ekspor, jarak ekonomi, dan tarif memiliki hubungan yang negatif terhadap ekspor sehingga apabila pemerintah dan eksportir akan melakukan pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga ke pasar lain, sebaiknya pemerintah dan eksportir mempertimbangkan faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor pala, lawang, dan kapulaga tersebut, yaitu pasar dengan PDB per kapita yang tinggi atau cenderung meningkat, serta jarak ekonomi dan tarif yang rendah atau cenderung menurun. Selain itu, pemerintah dan eksportir juga perlu menjaga stabilitas harga ekspor.

## Daftar Pustaka

- [1] Andari, W. (2017). Analisis pengaruh dan tingkat keberhasilan perdagangan Indonesia dalam ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA). *Tesis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [2] Basri, F., & Munandar, H. (2010). *Dasar-Dasar ekonomi internasional: Pengenalan dan aplikasi metode kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- [3] BPS. (2017). *Nilai ekspor impor Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- [4] Estherhuizen, D. (2006). An evaluation of the competitiveness of the South African agribusiness sector. *Dissertation*. Department of Agricultural Economics, Extension and Rural Development - Faculty of Natural and Agricultural Science - University of Pretoria. Diakses 14 April 2017 dari <http://hdl.handle.net/2263/30241>.
- [5] Head, K. (2003). *Gravity for beginners*. Diakses 14 April 2017 dari <https://vi.unctad.org/tda/background/Introduction%20to%20Gravity%20Models/gravity.pdf>.
- [6] Hermawan, I. (2015). Daya saing rempah Indonesia di pasar ASEAN periode pra dan pasca krisis ekonomi global. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 153–178. doi: <http://dx.doi.org/10.30908/bilp.v9i2.6>.
- [7] Inayah, I., Oktaviani, R., & Daryanto, H. K. (2016). The analysis of export determinant of Indonesian pepper in the international market. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 5(11), 1856–1860.
- [8] Kanaya, I. A., & Firdaus, M. (2014). Daya saing dan permintaan ekspor produk biofarmaka Indonesia di negara tujuan utama periode 2003-2012. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(3), 183–198. doi: <https://doi.org/10.17358/jma.11.3.183-198>.
- [9] Kementerian Perdagangan (2013). *Kajian potensi pengembangan ekspor ke pasar non tradisional*. Jakarta: Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri BP2KP.
- [10] Kementerian Perdagangan. (2011). *Laporan akhir kajian kebijakan pengembangan diversifikasi pasar dan produk ekspor*. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri - Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Diakses 13 April 2017 dari [www.kemendag.go.id/files/pdf/2014/01/06/Full-Report-Kajian-Diversifikasi.pdf](http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2014/01/06/Full-Report-Kajian-Diversifikasi.pdf).
- [11] Kementerian Perdagangan. (2017). *Negara tujuan ekspor 10 komoditas potensial*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Diakses 13 April 2017 dari <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-commodities/10-potential-commodities>.
- [12] Kementerian Pertanian. (2016). *Outlook pala: Komoditas pertanian subsektor perkebunan*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian - Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Diakses 6 April 2018 dari <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/75-outlook-perkebunan/419-outlook-pala-2016>.
- [13] Kis-Katos, K., & Sparrow, R. (2015). Poverty, labor markets and trade liberalization in Indonesia. *Journal of Development Economics*, 117, 94–106. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2015.07.005>.
- [14] Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2003). *International economics: Theory and policy (6th Edition)*. Addison Wesley.
- [15] Kusuma, N. A. (2015). Analisis daya saing dan perdagangan produk ekspor kelapa sawit Indonesia di pasar internasional. *Tesis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [16] Lipsey, R. G., Courant, P. N., & Purvis, D. D. (1995). *Pengantar Makroekonomi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- [17] Mankiw, N. G. (2000). *Teori makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- [18] Maulana, A., & Kartiasih, F. (2017). Analisis ekspor kakao olahan Indonesia ke sembilan negara tujuan tahun 2000–2014. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 103–117. doi: <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.664>.
- [19] Porter, M. E. (1994). *Keunggulan bersaing: Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- [20] Tambunan, T. (2001). *Perdagangan internasional dan neraca pembayaran: Teori dan temuan empiris*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- [21] Telaumbanua, E. (2012). Analisis determinan ekspor Provinsi Sumatera Utara: Pendekatan Gravity Model. *Quantitative*

*Economics Journal*, 2(2), 35–52.

- [22] UN-Comtrade. (2017). *UN Comtrade Database*. United Nations Commodity Trade. Diakses 14 April 2017 dari <https://comtrade.un.org/data>.
- [23] Yuniarti, D. (2007). Analisis determinan perdagangan bilateral Indonesia pendekatan gravity model. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Ekonomi Negara Berkembang [Economic Journal of Emerging Markets]*, 12(2), 99–109. doi: <https://doi.org/10.20885/vol12iss2aa509>.