

**DAYA SAING KOMPARATIF DAN KOMPETITIF EKSPOR KOMODITAS
BUAH PISANG INDONESIA (*HS CODE 0803*) DI PASAR MALAYSIA DAN
SINGAPURA PERIODE 2019-2023**

Fathir Muhammad Ghifar Zulcarnain

Universitas Padjadjaran, Indonesia

E-mail: fathir20001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Indonesia dikenal dengan keanekaragaman hayati dan kekayaan sumber daya pertaniannya, termasuk industri pisang yang berkembang pesat. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization*, Indonesia merupakan negara ketiga terbesar produsen buah pisang di dunia setelah India dan Tiongkok pada tahun 2022, dengan total produksi sebesar 9,24 juta ton yang meningkat menjadi 9,33 juta ton pada tahun 2023. Meskipun demikian, jumlah ekspor buah pisang Indonesia masih relatif rendah, hanya mencapai 24.847 ton atau sekitar 0,27% dari total produksi pada tahun 2023. Konsumsi buah pisang dalam negeri pada tahun 2021 mencapai 5,01 juta ton, meninggalkan selisih produksi sebesar 3,73 juta ton atau 42,6%. Pasar ekspor utama bagi buah pisang Indonesia adalah Malaysia, yang menyumbang 50,68% dari total ekspor pada tahun 2023, sedangkan Singapura menyumbang sekitar 18,53%. Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan bahwa nilai RCA ekspor pisang Indonesia ke Malaysia lebih tinggi dibandingkan dengan Singapura, dengan peningkatan stabil terutama pada tahun 2022 dan 2023. Analisis *Export Competitiveness Index* (ECI) menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi menengah dibandingkan dengan Filipina, Vietnam, Ekuador, Thailand, dan India, dengan rata-rata nilai ECI sebesar 0.95. Meskipun ada peningkatan signifikan pada tahun 2021 dan 2022, penurunan pada tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia masih perlu meningkatkan daya saing kompetitifnya.

Kata Kunci: ekspor; produksi buah pisang; Malaysia; Singapura; analisis RCA; analisis ECI; daya saing komparatif; daya saing kompetitif

ABSTRACT

Indonesia is known for its biodiversity and rich agricultural resources, including its rapidly growing banana industry. According to data from the Food and Agriculture Organization, Indonesia was the world's third-largest producer of bananas in 2022, following India and China, with a total production of 9.24 million tons, which increased to 9.33 million tons in 2023. Despite this, Indonesia's banana exports remain relatively low, totaling only 24,847 tons or approximately 0.27% of total production in 2023. Domestic banana consumption in 2021 reached 5.01 million tons, leaving a production surplus of 3.73 million tons or 42.6%. Malaysia is the main export market for

Indonesian bananas, accounting for 50.68% of total exports in 2023, while Singapore accounts for around 18.53%. The analysis of Revealed Comparative Advantage (RCA) indicates that the RCA value of Indonesian banana exports to Malaysia is higher than that to Singapore, with stable increases, particularly in 2022 and 2023. The Export Competitiveness Index (ECI) analysis shows that Indonesia ranks in the middle compared to the Philippines, Vietnam, Ecuador, Thailand, and India, with an average ECI value of 0.95. Despite significant increases in 2021 and 2022, the decline in 2023 suggests that Indonesia still needs to improve its competitive advantage.

Keywords: *banana production; Malaysia; Singapore; RCA; ECI; comparative advantage; competitive advantage.*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Globalisasi telah mendorong integrasi ekonomi antar negara, membuka peluang baru bagi bisnis internasional. Menurut Griffin dan Pustay (2010), perdagangan internasional merupakan transaksi bisnis antara sejumlah pihak dengan lebih dari satu negara. Sedangkan menurut (Hadi, 2012), bisnis internasional adalah studi mengenai transaksi ekonomi termasuk perdagangan internasional (ekspor dan impor) dan investasi asing, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang dilakukan oleh individu, perusahaan, atau kelompok dengan tujuan mendapatkan keuntungan tertentu. Fenomena globalisasi juga menghadirkan tantangan bagi hampir seluruh negara di dunia dengan mewajibkan adanya ekspansi ekonomi yang lebih terbuka.

Dalam konteks bisnis internasional, ekspor merujuk pada kegiatan menjual barang, jasa, atau komoditas dari suatu negara ke negara lain untuk tujuan komersial. Ekspor merupakan salah satu sumber pendapatan negara dan dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Triwidyati *et al.*, 2019). Dengan melakukan ekspor barang dan jasa, Indonesia dapat memasuki pasar global dan memperluas basis pelanggannya. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan negara tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan menggairahkan industri dalam negeri (Basri *et al.*, 2020). Menurut Ndoen (2020), ekspor dapat mengarah pada kemajuan teknologi dan peningkatan produktivitas seiring dengan upaya perusahaan-perusahaan Indonesia untuk memenuhi standar kualitas internasional dan bersaing secara global. Pertumbuhan ekspor memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi Indonesia, khususnya dalam hal Produk Domestik Bruto (Goestjahjanti, n.d.). Selain itu, peningkatan aktivitas ekspor mengarah pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan produktivitas di berbagai sektor.

Indonesia terkenal dengan keanekaragaman hayati dan sumber daya pertaniannya yang kaya serta memiliki industri pisang yang berkembang pesat (Sulaiman *et al.*, 2020). Menurut data Badan Pusat Statistik, Indonesia terus meningkatkan volume produksi pisang. Pada tahun 2022, produksi pisang di Indonesia mencapai volume 9,2 juta ton, meningkat 5,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Salah satu faktor pertumbuhan produksi pisang ini adalah meningkatnya permintaan pisang di dalam negeri dan tingginya konsumsi pisang dalam negeri di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor-faktor ini mencakup keterjangkauan dan ketersediaan pisang serta signifikansi budaya sebagai salah satu makanan pokok masakan Indonesia. Selain itu, pisang juga dihargai karena manfaat nutrisinya, menjadi sumber potasium, serat, dan berbagai vitamin yang baik (Tasnim *et al.*, 2020). Selain itu, pisang juga menjadi bahan populer dalam berbagai makanan penutup dan makanan ringan khas Indonesia.

Jenis-jenis pisang yang tumbuh di Indonesia sangat beragam dan memiliki karakteristik, rasa, serta ukuran yang berbeda-beda. Beberapa jenis pisang yang umum ditemukan di Indonesia antara lain Pisang Ambon (*Musa acuminata* × *balbisiana*), Pisang Cavendish (*Musa acuminata*

AAA Group), Pisang Raja Bulu (*Musa paradisiaca*), Pisang Barangan (*Musa acuminata* × *paradisiaca*), Pisang Mas (*Musa acuminata* × *balbisiana*), Pisang Susu (*Musa acuminata* × *balbisiana*), dan Pisang Tanduk (*Musa acuminata* × *balbisiana*). Setiap jenis pisang memiliki keunikan tersendiri dalam cita rasa dan kegunaannya.

Perekonomian Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di Asia Tenggara dan memiliki potensi pertumbuhan yang besar. Pertanian adalah salah satu sektor utama dalam ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dan penciptaan lapangan kerja (Suwali *et al.*, 2022). Dalam konteks pertanian, buah pisang memiliki peran penting sebagai salah satu komoditas unggulan yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Buah pisang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Selain sebagai sumber pendapatan bagi petani di daerah pedesaan, buah pisang juga menjadi salah satu komoditas utama dalam perdagangan internasional. Ekspor buah pisang dari Indonesia telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan devisa negara, meningkatkan kesejahteraan petani, serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Peningkatan ekspor buah pisang memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian Indonesia. Dalam skala mikro, peningkatan pendapatan dari ekspor buah pisang dapat meningkatkan kesejahteraan petani pisang serta mendorong investasi dan pengembangan infrastruktur di daerah produsen. Di sisi lain, dalam skala makro, pertumbuhan ekspor buah pisang dapat meningkatkan kontribusi sektor pertanian terhadap PDB secara keseluruhan serta memperkuat kedudukan Indonesia dalam perdagangan internasional.

Indonesia, dengan kekayaan alam dan kondisi iklim yang sangat mendukung telah menempatkan dirinya sebagai salah satu produsen buah pisang terbesar di dunia. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization*, Indonesia menjadi negara ketiga terbesar produsen buah pisang di dunia setelah India dan Tiongkok pada tahun 2022 dengan total produksi sebesar 9,24 juta ton. India dan Tiongkok, dua negara dengan populasi terbesar di dunia, memimpin dalam produksi buah pisang berkat wilayah pertanian yang luas dan dukungan pemerintah yang signifikan dalam sektor pertanian. Walaupun perbedaan total produksinya cukup jauh dari India dan Tiongkok, produksi buah pisang di Indonesia masih yang tertinggi di Asia Tenggara di atas Filipina yang menghasilkan 5,9 juta ton buah pisang pada tahun 2022 (Kennedy *et al.*, 1998).

Pusat Statistik, konsumsi buah pisang pada sektor rumah tangga di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 2,39 juta ton dan berkontribusi sebesar 47,7% dari total konsumsi buah pisang dalam negeri. Sisanya yang berjumlah 52,3% dikonsumsi pada sektor lainnya sebesar 2,62 juta ton. Dengan hasil tersebut, total konsumsi buah pisang dalam negeri adalah sekitar 5,01 juta ton pada tahun 2021. Dapat diambil kesimpulan bahwa ada selisih yang cukup besar dari total produksi buah pisang di Indonesia dengan total konsumsi pisang dalam negeri pada tahun 2021 yaitu sebesar 3,73 juta ton atau 42,6% dari total produksi. Sedangkan total ekspor yang terealisasi pada tahun 2021 hanyalah sebesar 13,6 ribu ton atau 0,15% dari total produksi buah pisang Indonesia (Hasibuan *et al.*, 2012).

Tren ekspor buah pisang dari Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun kenaikannya signifikan, pada kasus ekspor buah pisang kontribusi total ekspor terhadap total produksinya masih sangat minim. Selisih jumlah produksi dengan jumlah konsumsi buah pisang dalam negeri sebesar 42,6% seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para petani dan para pelaku ekspor (Imanullah, 2017). Apabila selisih ini dapat dimaksimalkan untuk diekspor ke negara lain, tentunya akan banyak manfaat yang didapat untuk masyarakat dan negara. Dengan produksi buah pisang yang besar tiap tahunnya dan kebutuhan konsumsi dalam negeri yang sudah tercukupi langkah yang tepat adalah memanfaatkan potensi tersebut melalui peningkatan ekspor buah pisang ke berbagai negara dengan pasar yang potensial untuk dikembangkan.

Salah satu cara untuk memaksimalkan volume ekspor buah pisang Indonesia terutama ke negara Malaysia dan Singapura adalah dengan memanfaatkan perjanjian ekonomi ASEAN. *The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) Trade in Goods Agreement* yang selanjutnya disebut ATIGA adalah perjanjian yang berkaitan dengan pembentukan kawasan

perdagangan bebas untuk perdagangan barang antar negara anggota ASEAN, ditandatangani pada 26 Februari 2009 dan telah dilaksanakan pada 17 Mei 2010. ATIGA atau *ASEAN Trade in Goods Agreement* adalah perjanjian antara negara-negara anggota ASEAN yang diharapkan dapat menciptakan perekonomian ASEAN yang kohesif dan terintegrasi melalui pergerakan bebas produk, sekaligus mendukung konsep meminimalkan dan menghilangkan hambatan-hambatan perdagangan internasional, baik hambatan tarif maupun non-tarif (Fahri et al., 2022).v. ATIGA memiliki banyak keuntungan, terutama menghilangkan tarif untuk hampir semua jenis produk, memungkinkan pengiriman barang bolak-balik di dalam negara anggota, memungkinkan faktur barang pihak ketiga, dan memungkinkan ASEAN kumulasi. Sebagai perjanjian internasional, ATIGA juga harus sesuai dengan prinsip-prinsip umum perjanjian. Semua perjanjian, termasuk perjanjian internasional, memiliki dasar yang menentukan bagaimana mereka dilaksanakan.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui daya saing komparatif ekspor buah pisang Indonesia di pasar Malaysia dan Singapura dan mengetahui daya saing kompetitif ekspor buah pisang Indonesia dibandingkan dengan negara-negara kompetitor. Manfaat Penelitian bagi penulis, proses penelitian ini akan membantu penulis mengembangkan keterampilan analisis data, penelitian literatur, dan pemecahan masalah yang berharga untuk karir akademik dan profesional di masa depan. Selain itu, penulis akan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar ekspor buah pisang Indonesia terutama ke pasar Malaysia dan Singapura. Bagi para pelaku usaha, penelitian ini akan membantu menambah wawasan yang lebih dalam tentang potensi pasar buah pisang Indonesia di Malaysia dan Singapura. Selain itu, penelitian ini dapat membantu untuk menentukan negara tujuan ekspor buah pisang Indonesia melalui analisis RCA dan ECI. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang topik terkait, seperti menganalisis daya saing ekspor komoditas unggulan ke negara tujuan ekspor lainnya dan sebagai dasar dari rancangan strategi strategi memasuki pasar Malaysia dan Singapura terutama untuk ekspor komoditas buah pisang Indonesia (Kuntarsih, 2012).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dari bulan April 2024 – Juli 2024, di Bandung, Indonesia. Adapun waktu penelitian dibulan April yaitu pengajuan judul, dibulan Mei pengumpulan data, dibulan Juni masa bimbingan SUP, dan akhir pada bulan Juli yaitu seminar usulan penelitian, revisi draft SUP, pengumpulan data sekunder, masa bimbingan LTA, dan seminar laporan tugas akhir.

Data pada penelitian ini bersumber dari International Trade Centre (*Trade Map*), yang menyediakan analisis pasar yang komprehensif dan data perdagangan bilateral yang rinci. Selain itu, diambil pula data dari UN Comtrade yang menyediakan data perdagangan internasional secara rinci. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan pendekatan kuantitatif.

Data yang diambil dari sumber-sumber ini akan mencakup informasi ekspor buah pisang dengan *HS Code* 0803 pada periode tahun 2019 hingga 2023, yang relevan dengan negara tujuan ekspor, termasuk volume ekspor, nilai ekspor, serta tren perdagangan selama beberapa tahun terakhir. Dengan sumber data dari berbagai sumber yang kredibel, diharapkan penelitian ini akan mendapatkan gambaran yang lengkap dan akurat mengenai kondisi dan prospek daya saing ekspor buah pisang Indonesia ke Malaysia dan Singapura serta memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang mendalam dan memberikan rekomendasi berbasis data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penelitian ini adalah teknik studi literatur dan metode dokumentasi. Sedangkan dokumentasi merupakan teknik untuk pengumpulan data berupa tabel, grafik dan gambar bersumber dari United Nation Commodity Trade (UN Comtrade), Food and Agriculture Organization (FAO), Badan Pusat Statistik (BPS), dan instansi lainnya. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* Microsoft Excel 2016

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis data komprehensif yaitu Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan Analisis ECI (*Export Competitiveness Index*).

Metodologi yang dipilih bertujuan untuk menilai dan mengukur keunggulan relatif Indonesia dan daya saing eksportnya di pasar global, khususnya di pasar Malaysia dan Singapura. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi dalam proses ini.

Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*)

Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) adalah metode yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam suatu komoditas. RCA dihitung dengan membandingkan antara nilai ekspor komoditas pisang Indonesia ke negara terkait terhadap nilai ekspor total Indonesia ke negara terkait dengan nilai ekspor komoditas pisang dunia ke negara terkait serta nilai ekspor total dunia ke negara terkait (Aurelia et al., 2022).

Analisis RCA dilakukan dengan membandingkan pangsa ekspor suatu negara terhadap suatu komoditas dengan pangsa ekspor negara-negara lain terhadap komoditas yang sama. Jika pangsa ekspor suatu negara lebih tinggi dari pangsa ekspor negara-negara lain, maka negara tersebut dikatakan memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas tersebut.

Dalam hal ini analisis RCA digunakan agar dapat menjawab rumusan masalah mengenai daya saing ekspor buah pisang Indonesia di Malaysia dan Singapura dengan mengetahui keunggulan komparatif dalam mengekspor buah pisang ke Malaysia dan Singapura sehingga penulis dapat mengetahui bagaimana potensi pasar buah pisang di Malaysia dan Singapura menurut keunggulan komparatifnya.

Rumus yang digunakan adalah:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_t}{X_{wj} / X_w}$$

Keterangan:

- RCA = Tingkat daya saing pisang Indonesia ke pasar tujuan ekspor i
- X_{ij} = Nilai ekspor komoditas pisang Indonesia ke negara i (USD)
- X_t = Nilai total ekspor Indonesia ke negara i (USD)
- X_{wj} = Nilai ekspor komoditas pisang seluruh dunia ke negara i (USD)
- X_w = Nilai total ekspor seluruh dunia ke negara i (USD)

Hasil estimasi menggunakan metode analisis RCA dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai $RCA > 1$; pangsa komoditas x dari negara i lebih besar dari pangsa rata-rata ekspor komoditas x dari semua negara di dunia
- Nilai $RCA < 1$; pangsa komoditas x dari negara i lebih kecil dari pangsa rata-rata ekspor komoditas x dari semua negara di dunia

Jika nilai RCA lebih besar dari 1, dapat disimpulkan bahwa komoditas tersebut memiliki daya saing komparatif. Di sisi lain, jika nilai RCA kurang dari 1, itu menunjukkan bahwa komoditas tersebut kurang memiliki daya saing komparatif. Ketika melakukan perbandingan RCA (*Revealed Comparative Advantage*) antara dua atau lebih negara, negara dengan RCA tertinggi menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki daya saing komparatif yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya.

Analisis ECI (*Export Competitiveness Index*)

Analisis ECI (*Export Competitiveness Index*) adalah metode yang digunakan untuk mengukur daya saing ekspor suatu negara. Daya saing ekspor adalah kemampuan suatu negara untuk menjual produk-produknya ke pasar global dengan harga yang kompetitif dan menguntungkan (Pratita, et al., 2021). Hasil analisis ECI ini akan memberikan jawaban atas rumusan masalah mengenai potensi ekspor buah pisang Indonesia ke Malaysia dan Singapura dalam kaitannya dengan daya saing komparatifnya dengan buah pisang dari negara lain.

Perhitungan analisis ECI dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$ECI = \frac{(Xik/Xaj)_t}{(Xik/Xaj)_{t-1}}$$

Rumus di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Xik = Nilai ekspor buah pisang Indonesia ke seluruh dunia pada tahun j
- Xaj = Nilai ekspor buah pisang seluruh dunia pada tahun j
- t = Periode terkait
- $t - 1$ = Periode sebelum

Hasil estimasi menggunakan metode analisis ECI dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai $ECI > 1$, ditarik kesimpulan bahwa komoditas terkait memiliki daya saing yang kuat berdasarkan keunggulan kompetitif
- Nilai $ECI < 1$ ditarik kesimpulan bahwa komoditas terkait memiliki daya saing yang lemah berdasarkan keunggulan kompetitif

Hasil dari kedua metode analisis data tersebut yakni RCA dan ECI adalah untuk memberikan informasi mengenai keunggulan komparatif dan kompetitif ekspor buah pisang Indonesia serta menilai kinerja ekspor buah pisang Indonesia telah optimal atau masih perlu peningkatan. Hasil data dari kedua metode tersebut akan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang pertama, yakni, bagaimana daya saing komparatif ekspor buah pisang Indonesia di pasar Malaysia dan Singapura menggunakan analisis RCA. Untuk rumusan masalah yang kedua yakni, bagaimana daya saing kompetitif ekspor buah pisang Indonesia di pasar Malaysia dan Singapura menggunakan analisis ECI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbandingan Jumlah Tanaman Menghasilkan dan Total Produksi Buah Pisang di Indonesia

Dalam penelitian ini, produksi dan jumlah tanaman menghasilkan buah pisang di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan pada periode tahun 2019-2023. Berikut perbandingan antara jumlah produksi buah pisang dan jumlah tanaman buah pisang di Indonesia pada periode tahun 2019-2023.

Tabel 1 Produktivitas Tanaman Buah Pisang di Indonesia Periode Tahun 2019-2023

Produktivitas Tanaman Buah Pisang Periode 2019-2023 (kg/pohon)					
Data	2019	2020	2021	2022	2023
Total Produksi (kg)	7.280.658.00	8.182.756.00	8.741.147.00	9.245.427.00	9.335.232.00
Jumlah Tanaman Menghasilkan (Pohon/Rumpun)	0	0	0	0	0
Nilai Produktivitas	68,82	74,78	75,41	80,62	84,80

Sumber: Kementerian Pertanian Indonesia (2024)

Total produksi buah pisang yang terus meningkat dari tahun 2019 hingga 2023 tidak diiringi dengan peningkatan jumlah tanaman buah pisang di tahun yang sama. Pada tahun 2022 dan 2023 terjadi penurunan jumlah tanaman menghasilkan buah pisang dari tahun sebelumnya, padahal di tahun yang sama total produksi buah pisang justru meningkat dari tahun sebelumnya. Hal ini membuat nilai produktivitas tanaman buah pisang di Indonesia terus meningkat walaupun terjadi penurunan pada jumlah tanaman buah pisang. Tren peningkatan jumlah tanaman buah

pisang berhenti pada tahun 2022. Pasalnya, dari tahun 2021 yang berjumlah 115,9 juta pohon/rumpun yang ada berkurang menjadi 114,6 juta pohon atau rumpun. Walaupun mengalami penurunan jumlah tanaman buah pisang, produksinya justru meningkat dari 8,7 juta ton pada tahun 2021 menjadi 9,2 juta ton pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun jumlah tanaman menghasilkan buah pisang menurun pada tahun tersebut, jumlah produksinya masih bisa meningkat sehingga menunjukkan nilai produktivitas yang meningkat pula dari tahun 2021 senilai 75,41 kg/pohon menjadi 80,62 kg/pohon.

Perbandingan Jumlah Volume Ekspor dan Total Produksi Buah Pisang Indonesia

Anganalisis perbandingan antara jumlah volume ekspor dan total produksi pisang di Indonesia dalam kurun waktu 2019-2023 guna memahami tantangan dan peluang dalam meningkatkan daya saing pisang Indonesia di pasar global.

Tabel 2 Persentase Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) Terhadap Total Produksi Tahun 2019-2023

Persentase Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) Terhadap Total Produksi					
Data	2019	2020	2021	2022	2023
Total Volume Ekspor (ton)	22.744	12.345	13.656	22.113	24.827
Total Produksi (ton)	7.280.658	8.182.756	8.741.147	9.245.427	9.335.232
Nilai Produktivitas	0,31%	0,15%	0,16%	0,24%	0,27%

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2024)

Produksi pisang di Indonesia menunjukkan peningkatan yang stabil dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, total produksi adalah sekitar 7,28 juta ton dan meningkat menjadi sekitar 9,33 juta ton pada tahun 2023. Ini menunjukkan adanya peningkatan produksi sebesar 28,2% selama periode tersebut. Volume ekspor buah pisang mengalami fluktuasi selama periode yang sama. Pada tahun 2019, volume ekspor mencapai 22.744 ton, kemudian menurun drastis pada tahun 2020 menjadi 12.345 ton, dan kembali mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya, mencapai 24.827 ton pada tahun 2023. Persentase ekspor terhadap total produksi menunjukkan tren yang bervariasi. Pada tahun 2019, persentase ekspor adalah 0,31%, yang kemudian menurun pada tahun 2020 menjadi 0,15%, dan secara bertahap meningkat kembali menjadi 0,27% pada tahun 2023. Ini menunjukkan bahwa meskipun volume ekspor meningkat, kontribusinya terhadap total produksi tetap relatif kecil. Meskipun ada peningkatan dalam volume ekspor, persentase ekspor terhadap total produksi tetap rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar produksi pisang digunakan untuk konsumsi domestik atau mungkin tidak memenuhi standar ekspor internasional.

Perbandingan Volume Ekspor dan Nilai Ekspor Buah Pisang Indonesia

Perbandingan volume ekspor dan nilai ekspor adalah dua metrik yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja perdagangan internasional suatu komoditas atau produk. Keduanya memberikan perspektif yang berbeda tentang ekspor dan bersama-sama dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang aktivitas perdagangan suatu negara. Volume ekspor mengacu pada jumlah fisik atau kuantitas barang yang diekspor, biasanya diukur dalam unit berat seperti ton, kilogram, atau unit lain yang sesuai dengan produk tertentu. Data volume ekspor berguna untuk memahami seberapa banyak suatu produk atau komoditas yang dikirim ke pasar internasional. Ini dapat membantu dalam menganalisis kapasitas produksi, distribusi, dan permintaan pasar untuk produk tersebut (Kurniawati et al., 2022).

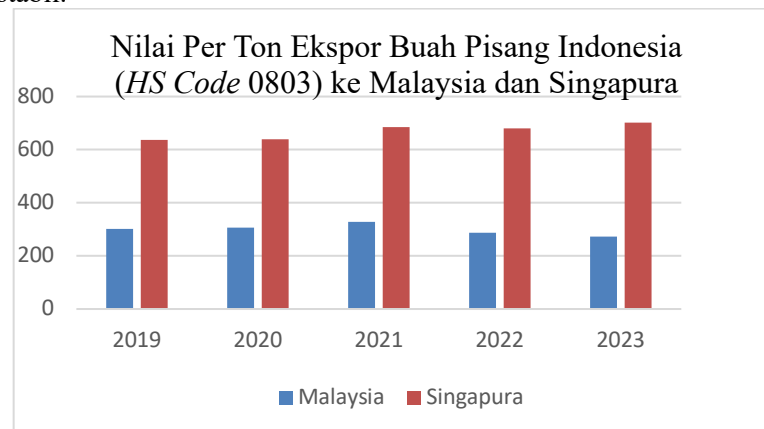
Sementara nilai ekspor mengacu pada nilai finansial atau moneter dari barang yang diekspor, biasanya diukur dalam mata uang seperti dolar AS (USD), euro (EUR), atau mata uang lainnya. Data nilai ekspor memberikan gambaran tentang nilai yang dihasilkan dari ekspor suatu produk. Ini penting untuk memahami kontribusi sektor ekspor terhadap ekonomi nasional,

termasuk devisa yang dihasilkan dari perdagangan internasional. Seringkali, volume dan nilai ekspor tidak meningkat atau menurun secara proporsional. Misalnya, volume ekspor bisa tetap sama atau meningkat sementara nilai ekspor bisa berfluktuasi karena perubahan harga pasar internasional, biaya pengiriman, tarif, dan faktor ekonomi lainnya (Mukama et al., 2016).

Menggunakan kedua metrik ini bersama-sama dapat memberikan wawasan tentang kinerja ekspor. Misalnya, peningkatan volume ekspor dengan penurunan nilai ekspor dapat menunjukkan penurunan harga komoditas di pasar internasional. Sebaliknya, peningkatan nilai ekspor dengan volume yang tetap bisa menunjukkan peningkatan harga atau permintaan untuk produk tersebut. Informasi dari perbandingan volume dan nilai ekspor dapat membantu pemerintah dan pengambil keputusan dalam merumuskan kebijakan perdagangan, menentukan strategi pasar, dan mengidentifikasi peluang untuk diversifikasi produk atau pasar.

Volume ekspor ke Malaysia mengalami fluktuasi dari 6.300 ton pada 2019, turun menjadi 4.497 ton pada 2020, lalu meningkat signifikan menjadi 7.349 ton pada 2021, dan terus naik hingga mencapai 17.706 ton pada 2023. Nilai ekspor ke Malaysia menunjukkan peningkatan dari 1.898.000 USD pada 2019 menjadi 4.844.000 USD pada 2023. Peningkatan nilai ekspor ini sejalan dengan peningkatan volume ekspor, meskipun nilai per ton cenderung menurun. Nilai per ton untuk ekspor buah pisang ke Malaysia menunjukkan tren penurunan, dari 301 USD pada 2019 menjadi 274 USD pada 2023. Salah satu kemungkinan faktor penurunan ini disebabkan oleh penurunan harga pasar atau peningkatan persaingan di pasar Malaysia.

Volume ekspor ke Singapura menunjukkan tren peningkatan yang stabil, dari 471 ton pada 2019 menjadi 2.693 ton pada 2022. Namun, pada 2023 terjadi sedikit penurunan volume ekspor menjadi 2.521 ton. Nilai ekspor ke Singapura juga meningkat dari 300.000 USD pada 2019 menjadi 1.832.000 USD pada 2022. Meskipun volume ekspor sedikit menurun pada 2023, nilai ekspor tetap tinggi di angka 1.771.000 USD. Nilai per ton untuk ekspor ke Singapura cenderung meningkat, dari 637 USD pada 2019 menjadi 702 USD pada 2023. Hal ini menunjukkan bahwa harga pisang Indonesia di pasar Singapura tetap tinggi dan mungkin mencerminkan kualitas atau permintaan yang stabil.



Gambar 1 Nilai Per Ton Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) ke Malaysia dan Singapura Tahun 2019-2023

Sumber: International Trade Centre, 2024 (Diolah)

Berdasarkan bagan di atas, nilai ekspor per ton buah pisang Indonesia ke Malaysia menunjukkan tren yang fluktuatif selama periode 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, nilai per ton tercatat sebesar 301 USD dan mengalami kenaikan menjadi 306 USD pada tahun 2020, yang merupakan kenaikan sebesar 1,66%. Kenaikan ini berlanjut pada tahun 2021, di mana nilai per ton mencapai 327 USD, meningkat sebesar 6,86% dari tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2022, nilai per ton mengalami penurunan tajam sebesar 12,54% menjadi 286 USD, dan penurunan

ini terus berlanjut pada tahun 2023 dengan nilai per ton menjadi 274 USD, turun 4,20% dari tahun sebelumnya. Tren ini menunjukkan bahwa meskipun ada periode kenaikan, pasar Malaysia cenderung tidak stabil dalam memberikan nilai ekspor yang tinggi per ton.

Di sisi lain, nilai ekspor per ton buah pisang Indonesia ke Singapura menunjukkan tren yang lebih stabil dan cenderung meningkat. Pada tahun 2019, nilai per ton tercatat sebesar 637 USD dan sedikit meningkat menjadi 638 USD pada tahun 2020 dengan kenaikan sebesar 0,16%. Kenaikan signifikan terjadi pada tahun 2021, di mana nilai per ton mencapai 685 USD, meningkat 7,37% dari tahun sebelumnya. Meskipun pada tahun 2022 nilai per ton sedikit menurun menjadi 680 USD, penurunan ini relatif kecil yaitu sebesar 0,73%. Pada tahun 2023, nilai per ton kembali meningkat menjadi 702 USD, dengan kenaikan sebesar 3,24% dari tahun sebelumnya. Tren ini menunjukkan bahwa pasar Singapura memberikan nilai ekspor per ton yang lebih tinggi dan stabil dibandingkan Malaysia.

Berdasarkan analisis tersebut, Singapura dapat dianggap sebagai pasar yang lebih potensial dan menguntungkan untuk ekspor buah pisang Indonesia dibandingkan dengan Malaysia. Nilai per ton ekspor ke Singapura konsisten lebih tinggi dan menunjukkan stabilitas harga yang lebih baik, yang berarti Singapura mampu memberikan keuntungan yang lebih besar bagi para eksportir pisang Indonesia. Dengan demikian, fokus pada pengembangan pasar ekspor ke Singapura dapat menjadi strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pendapatan dan stabilitas pasar bagi buah pisang Indonesia di pasar internasional.

Daya Saing Komparatif Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) Periode Tahun 2019-2023

Metode yang digunakan untuk mengukur daya saing komparatif adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA), yang menunjukkan seberapa besar pangsa ekspor suatu komoditas dalam total ekspor negara dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia. Dalam penelitian ini, negara tujuan ekspor yang akan dianalisis untuk mengetahui daya saing komparatif dari buah pisang Indonesia menggunakan metode analisis RCA adalah Malaysia dan Singapura. Berikut data-data yang diperlukan untuk analisis RCA ekspor buah pisang Indonesia (HS Code 0803) di Malaysia dan Singapura sebagai negara tujuan ekspor.

Tabel 2 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis RCA Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Malaysia Tahun 2019-2023 (Ribuan USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis RCA Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Malaysia (Ribuan USD)				
Tahun	Nilai Ekspor pisang Indonesia ke Malaysia (Xij)	Nilai Total Ekspor Indonesia ke Malaysia (Xt)	Nilai Ekspor Pisang Dunia ke Malaysia (Xwj)	Nilai Total Ekspor Seluruh Dunia ke Malaysia (Xw)
2019	1.898	8.801.815	14.825	204.988.314
2020	1.374	8.130.627	14.799	189.559.672
2021	2.406	11.967.891	12.131	238.321.107
2022	3.859	15.452.430	14.167	295.092.902
2023	4.844	12.460.270	18.964	265.972.626

Sumber: International Trade Centre (2024)

**Tabel 3 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis RCA Ekspor Buah Pisang
Indonesia (HS Code 0803) di Singapura Tahun 2019-2023 (Ribuan USD)**

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis RCA Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Singapura (Ribuan USD)				
Tahun	Nilai Ekspor pisang Indonesia ke Singapura (Xij)	Nilai Total Ekspor Indonesia ke Singapura (Xt)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia ke Singapura (Xwj)	Nilai Total Ekspor Seluruh Dunia ke Singapura (Xw)
2019	300	12.916.730	31.017	359.008.256
2020	312	10.712.315	32.381	328.822.696
2021	649	11.631.895	30.653	406.912.769
2022	1.832	14.395.732	30.450	475.516.057
2023	1.771	12.607.218	31.620	422.530.066

Sumber: International Trade Centre (2024)

Setelah semua data dari negara tujuan ekspor sudah terkumpul, Langkah berikutnya adalah melakukan perhitungan sesuai dengan rumus metode analisis RCA. *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah metode yang digunakan untuk mengukur daya saing komparatif suatu negara dalam mengekspor suatu komoditas. Nilai RCA di atas 1 menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas tersebut. Sedangkan jika hasil nilai RCA di bawah 1 menunjukkan kondisi sebaliknya. Berikut hasil dari perhitungan metode analisis RCA buah pisang Indonesia di Malaysia dan Singapura pada periode 2019-2023.

**Tabel 4 Hasil Analisis RCA Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di
Malaysia dan Singapura Periode 2019-2023**

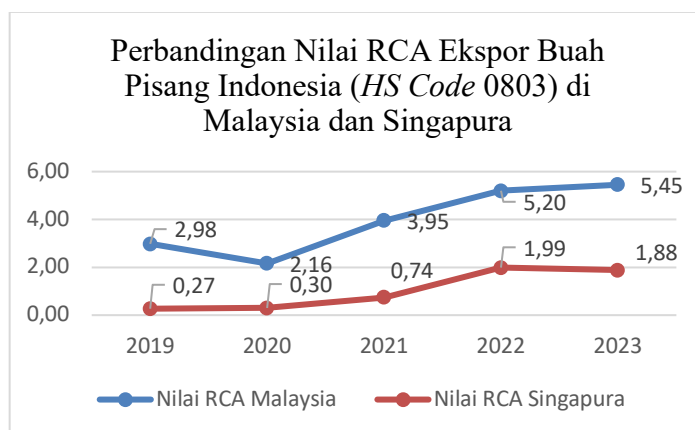
Hasil Analisis RCA Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Malaysia dan Singapura		
Tahun	Malaysia	Singapura
2019	2,98	0,27
2020	2,16	0,30
2021	3,95	0,74

2022	5,20	1,99
2023	5,45	1,88

Sumber: International Trade Centre, 2024 (Diolah)

Dari hasil analisis, nilai RCA ekspor buah pisang Indonesia ke Malaysia menunjukkan tren yang meningkat dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, nilai RCA sebesar 2,98 menunjukkan bahwa Indonesia sudah memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor pisang ke Malaysia. Namun, nilai RCA sempat menurun pada tahun 2020 menjadi 2,16 yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan permintaan pasar atau kondisi ekonomi global. Setelah itu, nilai RCA meningkat signifikan pada tahun 2021 menjadi 3,95 dan terus meningkat hingga mencapai 5,45 pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Indonesia semakin memperkuat keunggulan komparatifnya dalam ekspor pisang ke Malaysia selama periode tersebut.

Sebaliknya, analisis RCA ekspor buah pisang Indonesia ke Singapura menunjukkan nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia, meskipun terdapat tren peningkatan selama periode yang sama. Pada tahun 2019, nilai RCA hanya sebesar 0,27, menunjukkan bahwa Indonesia tidak memiliki daya saing komparatif dalam ekspor pisang ke Singapura pada tahun tersebut. Nilai ini meningkat sedikit menjadi 0,30 pada tahun 2020 dan 0,74 pada tahun 2021. Peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2022 dengan nilai RCA mencapai 1,99, menunjukkan bahwa Indonesia mulai memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor pisang ke Singapura. Namun, pada tahun 2023, nilai RCA sedikit menurun menjadi 1,88, meskipun tetap di atas 1, yang menunjukkan bahwa Indonesia masih mempertahankan keunggulan komparatifnya.



Gambar 2 Perbandingan Nilai RCA Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Malaysia dan Singapura Periode 2019-2023

Sumber: International Trade Centre, 2024 (Diolah)

Dari hasil analisis RCA, terlihat bahwa ekspor buah pisang Indonesia memiliki daya saing komparatif yang lebih kuat di Malaysia dibandingkan dengan Singapura. Nilai RCA untuk Malaysia konsisten lebih tinggi dan menunjukkan peningkatan yang stabil, terutama pada tahun 2022 dan 2023, yang mencerminkan semakin kuatnya posisi Indonesia di pasar pisang Malaysia. Di sisi lain, meskipun nilai RCA untuk Singapura menunjukkan peningkatan yang signifikan pada tahun 2022, nilainya masih lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia, dan sedikit menurun pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa pasar Malaysia lebih potensial dan menguntungkan bagi ekspor buah pisang Indonesia dibandingkan dengan Singapura. Oleh karena itu, strategi ekspor Indonesia mungkin perlu lebih difokuskan pada pasar Malaysia untuk memaksimalkan

daya saing komparatif yang ada, sambil tetap memperkuat upaya di Singapura untuk meningkatkan daya saing komparatif di pasar tersebut.

Daya Saing Kompetitif Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) dengan Negara Kompetitor Periode Tahun 2019-2023

Daya saing kompetitif, mengacu pada kemampuan suatu negara atau perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya di pasar global. Ini mencakup berbagai faktor seperti kualitas produk, inovasi, efisiensi produksi, strategi pemasaran, dan layanan purna jual. Daya saing kompetitif menekankan pada keunggulan yang diperoleh melalui diferensiasi produk dan peningkatan nilai tambah yang dapat diterima oleh konsumen. Salah satu metode yang digunakan untuk mengukur daya saing kompetitif adalah *Export Competitiveness Index* (ECI), yang membandingkan kinerja ekspor suatu negara dengan negara lain dan memberikan gambaran yang jelas tentang posisi mereka di pasar global. Negara eksportir buah pisang (HS Code 0803) yang diteliti adalah negara-negara eksportir dengan volume ekspor buah pisang tertinggi ke Malaysia dan Singapura. Berikut enam negara eksportir buah pisang tertinggi ke Malaysia dan Singapura.

Tabel 5 Daftar Negara Dengan Volume Ekspor Buah Pisang (HS Code 0803) Tertinggi ke Malaysia dan Singapura Tahun 2023

Enam Negara Eksportir Buah Pisang (HS Code 0803) Tertinggi ke
Malaysia dan Singapura Tahun 2023

Negara	Malaysia		Singapura	
	Volume (Ton)	Impor	Volume (Ton)	Impor
Filipina	6.510		21.680	
Vietnam	19.657		2.949	
Indonesia	5.325		2.448	
Thailand	3.890		189	
India	77		1.090	
Ekuador	0		411	

Sumber: International Trade Centre (2024)

Berdasarkan tabel di atas, negara yang akan dianalisis daya saing kompetitifnya menggunakan metode analisis ECI adalah Indonesia, Filipina, Vietnam, Thailand, India, dan Ekuador. Data yang diperlukan untuk analisis ECI tahun 2019-2023 adalah data dari tahun 2018-2023 berdasarkan rumus ECI. Berikut data-data yang diperlukan untuk analisis ECI komoditas buah pisang di Indonesia, Filipina, Vietnam, Thailand, India, dan Ekuador sebagai negara kompetitor Indonesia dalam ekspor komoditas buah pisang.

Tabel 6 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di Indonesia Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di
Indonesia (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang Indonesia ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	14.610	12.660.674
2019	11.344	13.859.454
2020	5.650	13.978.497
2021	6.090	13.447.095
2022	8.697	13.522.565
2023	9.557	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Tabel 7 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di Filipina Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di Filipina (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang Filipina ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	1.504.777	12.660.674
2019	1.930.879	13.859.454
2020	1.608.278	13.978.497
2021	1.127.537	13.447.095
2022	1.097.892	13.522.565
2023	1.220.478	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Tabel 8 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di Vietnam Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di Vietnam (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang Vietnam ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	104.332	12.660.674
2019	175.855	13.859.454
2020	162.186	13.978.497
2021	230.577	13.447.095
2022	307.649	13.522.565
2023	311.963	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Tabel 9 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di Thailand Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di Thailand (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang Thailand ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	27.238	12.660.674
2019	24.685	13.859.454
2020	15.924	13.978.497
2021	17.375	13.447.095

2022	11.568	13.522.565
2023	9.836	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Tabel 10 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di India Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di India (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang India ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	55.784	12.660.674
2019	76.332	13.859.454
2020	101.356	13.978.497
2021	144.131	13.447.095
2022	162.800	13.522.565
2023	251.384	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Tabel 11 Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Komoditas Buah Pisang (HS Code 0803) di Ekuador Tahun 2019-2023 (Ribu USD)

Data Untuk Perhitungan Metode Analisis ECI Buah Pisang (HS Code 0803) di Ekuador (Ribu USD)

Tahun	Nilai Ekspor Pisang Ekuador ke Seluruh Dunia (Xik)	Nilai Ekspor Pisang Seluruh Dunia (Xaj)
2018	3.238.284	12.660.674
2019	3.310.588	13.859.454

2020	3.682.436	13.978.497
2021	3.500.321	13.447.095
2022	3.523.427	13.522.565
2023	3.789.457	14.422.417

Sumber: International Trade Centre (2024)

Setelah semua data dari negara kompetitor ekspor buah pisang sudah terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan perhitungan sesuai dengan rumus metode analisis ECI. *Export Competitiveness Index* (ECI) adalah metode yang digunakan untuk mengukur daya saing kompetitif suatu negara dalam mengeksportir suatu komoditas. Jika nilai ECI di atas 1 menunjukkan bahwa komoditas tersebut menghadapi peningkatan *trend* daya saing dan mampu dalam menciptakan peluang pasar. Namun, apabila nilai ECI di bawah 1 menunjukkan bahwa komoditas tersebut menghadapi penurunan *trend* daya saing dengan kata lain daya saingnya menjadi melemah dan mengalami kemungkinan penurunan pangsa pasar. Berikut hasil dari perhitungan metode analisis ECI komoditas buah pisang di enam negara eksportir tertinggi ke Malaysia dan Singapura periode 2019-2023.

Tabel 12 Hasil Analisis ECI Ekspor Buah Pisang (HS Code 0803) Pada Enam Negara Eksportir Tertinggi ke Malaysia dan Singapura Periode 2019-2023

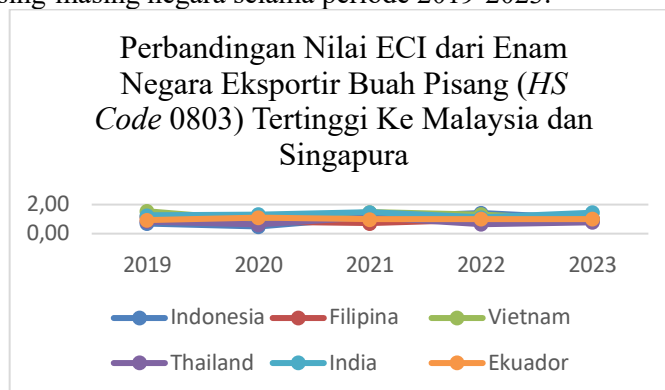
Hasil Analisis ECI Pada Enam Negara Eksportir Tertinggi ke Malaysia dan Singapura						
Tahun	Indonesia	Filipina	Vietnam	Thailand	India	Ekuador
2019	0,71	1,17	1,54	0,83	1,25	0,93
2020	0,49	0,83	0,91	0,64	1,32	1,10
2021	1,12	0,73	1,48	1,13	1,48	0,99
2022	1,42	0,97	1,33	0,66	1,12	1,00
2023	1,03	1,04	0,95	0,80	1,45	1,01
Rata-rata	0,95	0,95	1,24	0,81	1,32	1,01

Sumber: International Trade Centre (Diolah)

Berdasarkan analisis rata-rata nilai *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk ekspor buah pisang (HS Code 0803) dari negara-negara eksportir buah pisang tertinggi ke Malaysia dan Singapura dari tahun 2019 hingga 2023, terdapat variasi signifikan antara keenam negara eksportir utama. Indonesia menunjukkan fluktuasi dengan rata-rata ECI sebesar 0,95. Tahun 2019, ECI Indonesia tercatat 0,71, meningkat menjadi 1,42 pada tahun 2022, namun kembali turun menjadi 1,03 pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan adanya ketidakstabilan dalam daya saing ekspor pisang Indonesia selama periode tersebut. Filipina memiliki kinerja ECI yang lebih stabil dengan rata-rata 0,95, mirip dengan Indonesia. Tahun 2019, ECI Filipina berada di angka 1,17, kemudian mengalami penurunan menjadi 0,73 pada tahun 2021, dan sedikit meningkat menjadi 1,04 pada tahun 2023. Stabilitas ini menunjukkan Filipina memiliki daya saing yang cukup konsisten dalam ekspor pisang selama lima tahun terakhir.

Vietnam menunjukkan kinerja ECI yang tinggi dan relatif stabil dengan rata-rata 1,24. Pada tahun 2019, ECI Vietnam tercatat 1,54 dan sedikit menurun menjadi 0,91 pada tahun 2020. Namun, Vietnam berhasil mempertahankan ECI di atas 1 di tahun-tahun berikutnya, mencapai 1,33 pada tahun 2022 dan sedikit menurun menjadi 0,95 pada tahun 2023. Kinerja ini mencerminkan kemampuan Vietnam dalam mempertahankan daya saing ekspor pisangnya. India

dan Ekuador memiliki rata-rata ECI yang tinggi, dengan masing-masing 1,32 dan 1,01. India menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam ECI dari 1,25 pada tahun 2019 menjadi 1,45 pada tahun 2023, sementara Ekuador relatif stabil dengan ECI yang berkisar antara 0,93 hingga 1,10. Thailand memiliki rata-rata ECI yang paling rendah di antara keenam negara, yaitu 0,81, menunjukkan bahwa daya saing ekspor pisang Thailand lebih rendah dibandingkan negara lainnya. Dengan demikian, analisis ini menunjukkan perbedaan yang jelas dalam daya saing ekspor pisang dari masing-masing negara selama periode 2019-2023.



Gambar 3 Perbandingan Nilai ECI dari Enam Negara Eksportir Buah Pisang (HS Code 0803) Tertinggi Ke Malaysia dan Singapura Periode 2019-2023

Sumber: International Trade Centre (Diolah)

Dari analisis data ECI ekspor buah pisang (HS Code 0803) selama periode 2019-2023 di atas, terlihat jelas bahwa Indonesia menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam daya saing kompetitifnya. Pada tahun 2019, nilai ECI Indonesia tercatat sebesar 0,71. Nilai ini menurun drastis pada tahun 2020 menjadi 0,49, menandakan penurunan sebesar 31%. Namun, pada tahun 2021, ECI Indonesia melonjak tajam hingga mencapai 1,12, menunjukkan peningkatan sebesar 128%. Peningkatan ini berlanjut hingga tahun 2022 dengan ECI mencapai 1,42, meningkat lagi sebesar 27% dari tahun sebelumnya (Cahyadi & Purwanti, 2020). Pada tahun 2023, nilai ECI Indonesia sedikit menurun menjadi 1,03, mencatat penurunan sebesar 27,5% dibandingkan tahun 2022. Filipina, sebagai salah satu eksportir terbesar buah pisang, mengalami fluktuasi yang cukup besar dalam nilai ECI selama periode 2019-2023. Pada tahun 2019, ECI Filipina tercatat sebesar 1,17. Nilai ini menurun tajam pada tahun 2020 menjadi 0,83, mencatat penurunan sebesar 29%. Pada tahun 2021, ECI Filipina kembali turun menjadi 0,73, penurunan lebih lanjut sebesar 12%. Namun, pada tahun 2022, Filipina berhasil meningkatkan daya saingnya dengan ECI mencapai 0,97, naik 32,9% dari tahun sebelumnya, dan terus meningkat pada tahun 2023 menjadi 1,04, menunjukkan peningkatan 7,2%.

Vietnam menunjukkan daya saing yang kuat dan fluktuatif dalam ekspor buah pisang. Pada tahun 2019, ECI Vietnam tercatat sebesar 1,54, tertinggi di antara negara-negara yang dianalisis. Namun, pada tahun 2020, nilai ini turun signifikan menjadi 0,91, mencatat penurunan sebesar 40,9%. Pada tahun 2021, ECI Vietnam kembali meningkat tajam menjadi 1,48, peningkatan sebesar 62,6%, tetapi menurun kembali pada tahun 2022 menjadi 1,33, penurunan sebesar 10,1%. Pada tahun 2023, ECI Vietnam turun lagi menjadi 0,95, penurunan sebesar 28,6% dari tahun sebelumnya. Ekuador, meskipun memiliki nilai ekspor tertinggi, menunjukkan stabilitas yang mengesankan dalam nilai ECI. Pada tahun 2019, ECI Ekuador tercatat sebesar 0,93. Nilai ini meningkat pada tahun 2020 menjadi 1,10, mencatat peningkatan sebesar 18,3%. Pada tahun 2021, nilai ECI Ekuador sedikit menurun menjadi 0,99, penurunan sebesar 10%. Namun, pada tahun 2022, nilai ECI Ekuador kembali meningkat menjadi 1,00 dan stabil pada tahun 2023 dengan nilai ECI 1,01, mencatat peningkatan sebesar 1% (Bustami & Hidayat, 2013).

Thailand dan India menunjukkan fluktuasi yang cukup besar dalam nilai ECI mereka. Thailand memiliki nilai ECI yang rendah pada tahun 2019 sebesar 0,83 dan turun menjadi 0,64 pada tahun 2020, penurunan sebesar 22,9%. Namun, pada tahun 2021, ECI Thailand meningkat

menjadi 1,13, peningkatan sebesar 76,6%. Nilai ini kembali menurun pada tahun 2022 menjadi 0,66, penurunan sebesar 41,6%, dan sedikit meningkat pada tahun 2023 menjadi 0,80, peningkatan sebesar 21,2%. Sementara itu, India menunjukkan peningkatan signifikan dari 1,25 pada tahun 2019 hingga 1,45 pada tahun 2023, menunjukkan tren peningkatan daya saing yang stabil. Secara keseluruhan, Vietnam dan India menunjukkan daya saing kompetitif yang lebih stabil dan signifikan dibandingkan negara lain dalam hal ekspor buah pisang ke Malaysia dan Singapura selama periode 2019-2023 (Bouoiyour & Selmi, 2016). Ekuador, meskipun memiliki nilai ekspor tertinggi, menunjukkan stabilitas yang baik dalam nilai ECI, menjadikannya kompetitor utama yang kuat. Sementara itu, Indonesia dan Filipina perlu meningkatkan strategi ekspor mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar internasional. Rata-rata nilai ECI yang tinggi menunjukkan potensi besar bagi negara-negara tersebut untuk memperluas pangsa pasar mereka dengan memperkuat kualitas produk dan efisiensi logistik (Anggraini et al., 2021).

Berdasarkan analisis nilai *Export Competitiveness Index* (ECI) ekspor buah pisang kode (HS Code 0803) dari tahun 2019 hingga 2023, terlihat bahwa Indonesia berada pada posisi menengah dibandingkan dengan lima negara eksportir utama lainnya, yaitu Filipina, Vietnam, Ekuador, Thailand, dan India dengan rata-rata nilai ECI Indonesia selama periode tersebut adalah 0.95. Indonesia menunjukkan beberapa kelemahan dalam daya saing kompetitif ekspor buah pisang, terlihat dari fluktuasi nilai ECI yang cukup besar. Meskipun ada peningkatan signifikan pada tahun 2021 dan 2022, penurunan nilai ECI pada tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing kompetitifnya. Kelemahan ini bisa disebabkan oleh faktor-faktor seperti ketidakstabilan pasokan, kualitas produk, atau efisiensi logistik yang mempengaruhi daya saing di pasar internasional. Namun, peningkatan tajam pada tahun 2021 dan 2022 menunjukkan bahwa ada potensi besar yang dapat dimaksimalkan dengan strategi yang tepat. Untuk meningkatkan daya saing kompetitifnya, Indonesia perlu fokus pada peningkatan kualitas produk dan efisiensi logistik. Selain itu, diversifikasi pasar ekspor dan peningkatan kerjasama dengan negara-negara tujuan ekspor dapat membantu memperkuat posisi Indonesia. Pembenahan infrastruktur, peningkatan teknologi pertanian, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing ekspor buah pisang Indonesia. Dengan strategi yang tepat, Indonesia dapat mengurangi fluktuasi nilai ECI dan mencapai stabilitas yang lebih baik dalam daya saing global (Nugraha et al., 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah penulis buat dengan judul “Daya Saing Komparatif dan Kompetitif Ekspor Buah Pisang Indonesia (HS Code 0803) di Pasar Malaysia dan Singapura Periode 2019-2023”, dapat diambil kesimpulan dari keseluruhan tulisan yaitu Indonesia dikenal dengan keanekaragaman hayati dan kekayaan sumber daya pertaniannya dengan industri pisang yang berkembang pesat. Berdasarkan data dari Food and Agriculture Organization, Indonesia merupakan negara ketiga terbesar produsen buah pisang di dunia setelah India dan Tiongkok pada tahun 2022, dengan total produksi sebesar 9,24 juta ton dan meningkat menjadi 9,33 juta ton pada tahun 2023.

Meskipun Indonesia merupakan salah satu produsen pisang terbesar di dunia, jumlah ekspor buah pisang Indonesia masih relatif rendah. Pada tahun 2023, total ekspor buah pisang Indonesia hanya mencapai 24.847 ton dari total produksi sebesar 9,33 juta ton atau hanya sekitar 0,27%. Konsumsi buah pisang dalam negeri sebesar 5,01 juta ton pada tahun 2021 dengan total produksi sebesar 8,7 juta ton. Dapat diambil kesimpulan bahwa ada selisih yang cukup besar dari total produksi buah pisang di Indonesia dengan total konsumsi pisang dalam negeri pada tahun 2021 yaitu sebesar 3,73 juta ton atau 42,6% dari total produksi. Pasar ekspor utama bagi buah pisang Indonesia adalah Malaysia, dengan kontribusi ekspor buah pisang ke Malaysia menyumbang sekitar 50,68% dari total ekspor buah pisang Indonesia ke seluruh dunia pada tahun 2023, sementara ekspor ke Singapura menyumbang sekitar 18,53%.

Hasil nilai dari analisis RCA untuk mengetahui daya saing komparatif ekspor buah pisang Indonesia ke Malaysia dan Singapura periode 2019-2023 menunjukkan bahwa Nilai RCA ke Malaysia lebih tinggi dibandingkan dengan ke Singapura. Nilai RCA untuk Malaysia konsisten lebih tinggi dan menunjukkan peningkatan yang stabil, terutama pada tahun 2022 dan 2023, yang mencerminkan semakin kuatnya posisi Indonesia di pasar pisang Malaysia. Meskipun nilai RCA untuk Singapura menunjukkan peningkatan yang signifikan pada tahun 2022, nilainya masih lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia, dan sedikit menurun pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa pasar Malaysia lebih potensial dan menguntungkan bagi ekspor buah pisang Indonesia dibandingkan dengan Singapura.

Hasil ECI ekspor buah pisang pada enam negara kompetitor eksportir buah pisang tertinggi ke Malaysia dan Singapura periode 2019-2023 menunjukkan bahwa nilai ECI Indonesia berada pada posisi menengah dibandingkan Filipina, Vietnam, Ekuador, Thailand, dan India dengan rata-rata nilai ECI sebesar 0.95. Meskipun ada peningkatan signifikan pada tahun 2021 dan 2022, penurunan nilai ECI pada tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing kompetitifnya. Namun, peningkatan tajam pada tahun 2021 dan 2022 menunjukkan bahwa ada potensi besar yang dapat dimaksimalkan dengan strategi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., Syapsan, S., & Darmayuda, D. (2021). Daya Saing Ekspor Lada Indonesia ke Amerika Serikat. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 3(2), 90–105.
- Aurelia, R., Kurniati, D., & Hutajulu, J. P. (2022). Daya Saing Ekspor Pisang Indonesia Di Negara Tujuan Ekspor Periode 2000-2019. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(2), 335–349.
- Basri, R. F., Karimi, S., & Zulkifli, Z. (2020). Export orientation of Indonesia's manufacturing industry. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 111–124.
- Bouoiyour, J., & Selmi, R. (2016). A synthesis of the effects of exchange rate volatility on international trade: A meta-regression analysis. *The International Trade Journal*, 30(4), 263–294.
- Bustami, B. R., & Hidayat, P. (2013). Analisis daya saing produk ekspor provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(2), 14876.
- Cahyadi, N. D. P., & Purwanti, P. A. P. (2020). Analysis of Apparel Competitive Export in The Countries of ASEAN. *International Journal of Education and Social Science Research*, 3(3), 72–88.
- Fahri, A., Pranacitra, R., & Santoso, I. (2022). Pembebanan Preferential Tariff Skema Asean Trade In Goods Agreement (ATIGA) Berdasarkan Operational Certification Procedures. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3).
- Goestjahjanti, F. S. (n.d.). The impact of exports and gross domestic product on Indonesian income per capita in the new normal era. *Sebelas Maret Business Review*, 6(2), 79–84.
- Hadi, S. (2012). Indonesia, ASEAN, and the rise of China: Indonesia in the midst of East Asia's dynamics in the post-global crisis world. *International Journal of China Studies*, 3(2), 151.
- Hasibuan, A. M., Nurmalina, R., & Wahyudi, A. (2012). Analisis kinerja dan daya saing perdagangan biji kakao dan produk kakao olahan Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Tanaman Industri Dan Penyegar*, 3(1), 57–70.
- Imanullah, M. N. (2017). *Petani dalam perdagangan pangan internasional*. ASA GRAFIKA.
- Kennedy, P. L., Harrison, R. W., & Piedra, M. A. (1998). Analyzing agribusiness

- competitiveness: The case of the United States sugar industry. *The International Food and Agribusiness Management Review*, 1(2), 245–257.
- Kuntarsih, S. (2012). Pedoman penanganan pascapanen pisang. *Direktorat Budidaya Dan Pascapanen Buah Kementerian Pertanian. Jakarta*.
- Kurniawati, R., Aulawi, H., & Rismawati, S. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode Business Model Canvas (BMC) dan Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM). *Jurnal Kalibrasi*, 20(2), 93–101.
- Mukama, T., Ndejjo, R., Musoke, D., Musunguzi, G., Halage, A. A., Carpenter, D. O., & Ssempebwa, J. C. (2016). Practices, concerns, and willingness to participate in solid waste management in two urban slums in Central Uganda. *Journal of Environmental and Public Health*, 2016(1), 6830163.
- Nugraha, A. A., Darsono, D., & Marwanti, S. (2023). Analisis Daya Saing Kompetitif Ekspor Pisang Indonesia di Pasar Internasional. *National Multidisciplinary Sciences*, 2(3), 167–173.