

PERBANDINGAN DAYA SAING EKSPOR CENGKEH INDONESIA DAN MADAGASKAR DI PASAR INTERNASIONAL

COMPETITIVENESS COMPARISON OF INDONESIAN AND MADAGASCAR CLOVE EXPORT IN THE INTERNATIONAL MARKET

RIZQI ALISIA^{1*} dan MARIA²

^{1*} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana

² Staf Pengajar Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis,
Universitas Kristen Satya Wacana

*E-mail korespondensi: 522015023@student.uksw.edu

ABSTRAK

Komoditas Cengkeh menjadi salah satu komoditas unggulan ekspor dan produk potensial yang dapat dimaksimalkan untuk mendukung kinerja ekspor Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan ekspor Cengkeh (HS 0907) serta menganalisis daya saing ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar di pasar internasional tahun 2008-2018. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan kurun waktu 2008-2018. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Products Dynamics* (EPD) dan Indeks Spesialisasi Produk (ISP). Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa perkembangan ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar tahun 2008-2018 mengalami fluktuasi di setiap tahunnya. Secara garis besar rata-rata nilai dan volume ekspor Cengkeh Madagaskar lebih unggul dibanding Indonesia. Daya saing Cengkeh Indonesia dan Madagaskar memiliki daya saing yang kuat dengan analisis RCA. Kemudian berdasarkan analisis EPD diperoleh bahwa pasar potensial untuk pengembangan ekspor produk Cengkeh Indonesia yaitu India dan Amerika Serikat, sedangkan bagi Madagaskar yaitu India dan Vietnam. Berdasarkan analisis ISP, Indonesia dan Madagaskar memiliki keuntungan sebagai negara eksportir. Cengkeh Indonesia berada pada tahap pertumbuhan sedangkan Madagaskar berada pada tahap kemandirian.

Kata Kunci : Daya Saing, Ekspor, Cengkeh

ABSTRACT

Cloves are one of the leading export commodities and potential products that can be maximized to support Indonesia's export performance. This study aims to determine the development of clove exports (HS 0907) and to analyze the competitiveness of Indonesian and Madagascar clove exports in the international market in 2008-2018. The data used is secondary data from 2008-2018. The quantitative descriptive research type used in this study by using Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Products Dynamics (EPD) and Trade Specialization Index (ISP) as the research analysis method. Based on the results of the study, it showed that in 2008-2018, the development of Indonesian and Madagascar clove exports fluctuated year after year. In outline, Madagascar's clove exports outperform Indonesia in terms of average value and volume. Indonesian cloves and Madagascar had strong competitiveness by using RCA analysis. Then based on the EPD analysis, it was found that the potential markets for the development of Indonesian clove product exports were India and the United States, while for Madagascar, namely India and Vietnam. Based on ISP analysis, Indonesia and Madagascar had the advantage of being an exporter country. Indonesian clove was at the stage of growth while Madagascar was at the stage of independence.

Keywords: *Competitiveness, Export, Clove*

PENDAHULUAN

Salah satu kegiatan yang berperan penting dalam keberlangsungan perekonomian suatu negara adalah perdagangan internasional. Kegiatan ekspor-impor menjadi istilah yang lekat dengan perdagangan internasional. Indonesia menjadi salah satu negara yang bergantung pada kegiatan ekspor.

Pada tahun 2020, nilai ekspor sektor migas mendapat nilai terendah sebesar US\$8,3 juta. Sedangkan untuk sektor non migas, mengalami kenaikan mencapai US\$ 162,8 juta hingga tahun 2018 dengan nilai sebesar (BPS, 2020). Maka dari itu, Indonesia lebih memfokuskan pada sektor non migas yaitu sektor industri, sektor pertambangan dan sektor pertanian (Muharami & Novianti, 2018).

Secara umum, sektor pertanian meliputi pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Pada sektor perkebunan, terdapat salah satu tanaman yang menjadi komoditas unggulan ekspor yaitu tanaman Cengkeh. Cengkeh menjadi salah satu produk potensial pada subsektor perkebunan yang dapat dimaksimalkan untuk mendukung kinerja ekspor Indonesia.

Dalam kurun waktu 2014-2018, luas areal panen Cengkeh Indonesia mengalami peningkatan sedangkan produksi Cengkeh

mengalami fluktuasi. Produksi Cengkeh terbesar berada di tahun 2015 dengan angka 139.641 ton namun produksi menurun hingga tahun 2017 menjadi 113.178 ton (FAOSTAT, 2021). Ketidakstabilan produksi Cengkeh ini disebabkan oleh beberapa permasalahan antara lain sempitnya areal kebun per petani Cengkeh dan biasanya tanaman Cengkeh sudah tua disertai dengan produktivitas yang rendah karena penanganan pascapanen masih dilakukan dengan cara tradisional (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).

Berbeda dengan Indonesia, luas areal panen dan produksi negara pesaing eksportir Cengkeh yakni Madagaskar dalam kurun waktu 2014-2018 cenderung mengalami kenaikan hingga tahun 2017, namun mengalami penurunan pada tahun 2018. Menurut USAID (2018), penurunan produksi Cengkeh ini disebabkan oleh berbagai macam bencana di wilayah Madagaskar Tenggara seperti topan Enawo di Timur Laut, serta banjir dan angin puting beliung yang merusak tanaman Cengkeh sehingga berdampak pada penurunan produksi.

Pada tahun 2018 ekspor Cengkeh Indonesia berada di peringkat kedua dengan volume mencapai 20.249 ton. Peringkat pertama masih ditempati

Madagaskar dengan volume ekspor 20.960 ton. Peringkat tiga, empat dan lima secara berurutan ditempati oleh Singapura, Comoros dan Brazil (FAOSTAT, 2021). Madagaskar yang merupakan peringkat teratas eksportir Cengkeh dunia menjadi pesaing bagi Indonesia dan patut dipertimbangkan sebagai kompetitor di pasar internasional.

Berdasarkan uraian data di atas, menunjukkan adanya peluang besar bagi Cengkeh Indonesia untuk menguasai pasar internasional. Dengan besarnya potensi Cengkeh Indonesia, tentunya menjadi sebuah tantangan. Melihat pentingnya komoditas Cengkeh sebagai penyumbang peningkatan perekonomian negara, maka ekspor Cengkeh Indonesia harus memiliki daya saing. Kuat atau lemahnya daya saing suatu produk/komoditas di pasar internasional akan berpengaruh terhadap volume ekspor produk/ komoditas tersebut (Krugman & Obstfeld, 2005).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perkembangan ekspor Cengkeh serta menganalisis daya saing ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar di pasar internasional tahun 2008-2018.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif

dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi mengenai situasi atau kejadian yaitu gambaran ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar periode tahun 2008-2018. Adapun pendekatan melalui cara kuantitatif diterapkan guna mengetahui hasil analisis daya saing komparatif dan kompetitif, posisi daya saing ekspor Cengkeh serta spesialisasi perdagangan Cengkeh Indonesia dan Madagaskar di pasar internasional. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari UN Comtrade, *Trade Map* dan FAOSTAT selama 11 tahun (2008-2018). Data yang digunakan yaitu nilai ekspor komoditas Cengkeh dengan kode HS 0907 (Cengkeh utuh, bunga dan tangkai) Indonesia dengan negara pesaingnya yaitu Madagaskar. Terdapat enam negara tujuan ekspor yakni Amerika Serikat, Arab Saudi, India, Singapura, Uni Emirat Arab dan Vietnam.

Metode analisis data yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Products Dynamics* (EPD) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

- *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Metode ini digunakan untuk menganalisis daya saing komparatif komoditas Cengkeh yang dituliskan dalam

persamaan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

X_{ij} = nilai ekspor komoditas Cengkeh dari negara Indonesia/Madagaskar ke negara tujuan (US\$)

X_j = total nilai seluruh komoditas ekspor dari negara Indonesia/Madagaskar ke negara tujuan (US\$)

X_{iw} = nilai ekspor komoditas Cengkeh dari seluruh dunia ke negara tujuan (US\$)

X_w = total nilai seluruh ekspor dari dunia ke negara tujuan (US\$).

RCA lebih dari satu (>1) berarti produk/komoditas suatu negara memiliki keunggulan daya saing kuat. Jika angka RCA memiliki angka kurang dari satu (<1), berarti keunggulan daya saing lemah (Apriansyah, 2019).

- Export Product Dynamics (EPD)

Analisis EPD digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai dinamis (pertumbuhannya cepat) atau tidaknya performa suatu komoditas pada arus perdagangan dunia pada suatu periode tertentu. Suatu matriks EPD memperlihatkan pangsa pasar ekspor (sumbu X) dihitung berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu dan pangsa pasar produk (sumbu Y) diukur berdasarkan pertumbuhan dari

permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu kemudian dikelompokkan menjadi empat posisi pasar yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity* dan *retreat* (Zuhdi dan Suharno, 2016). EPD dituliskan dalam persamaan sebagai berikut :

Sumbu X :

Pertumbuhan pangsa ekspor negara i=

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

Sumbu Y : Pertumbuhan pangsa pasar produk =

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

Keterangan:

X_{ivj} : Nilai ekspor Cengkeh dari Indonesia/Madagaskar ke negara tujuan (US\$)

W_{ivj} : Nilai ekspor Cengkeh dari dunia ke negara tujuan (US\$)

X_{ivt} : Nilai ekspor total seluruh komoditas dari Indonesia/Madagaskar ke negara tujuan (US\$)

W_t : Nilai ekspor total seluruh komoditas dari dunia ke negara tujuan (US\$)

t : Tahun ke-t

t-1 : Tahun sebelumnya

T : Jumlah tahun analisis

- Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

ISP digunakan untuk mengetahui apakah suatu negara cenderung menjadi eksportir atau importir. ISP juga sebagai penunjuk posisi daya saing suatu negara atas komoditas/produk tertentu. Secara matematis indeks ini dirumuskan sebagai berikut:

$$ISP_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Keterangan:

ISP_{ij} = Indeks Spesialisasi Perdagangan atas komoditas Cengkeh (i) dari negara produsen (j)

X_{ij} = Nilai ekspor atas komoditas Cengkeh (i) dari negara produsen (j)

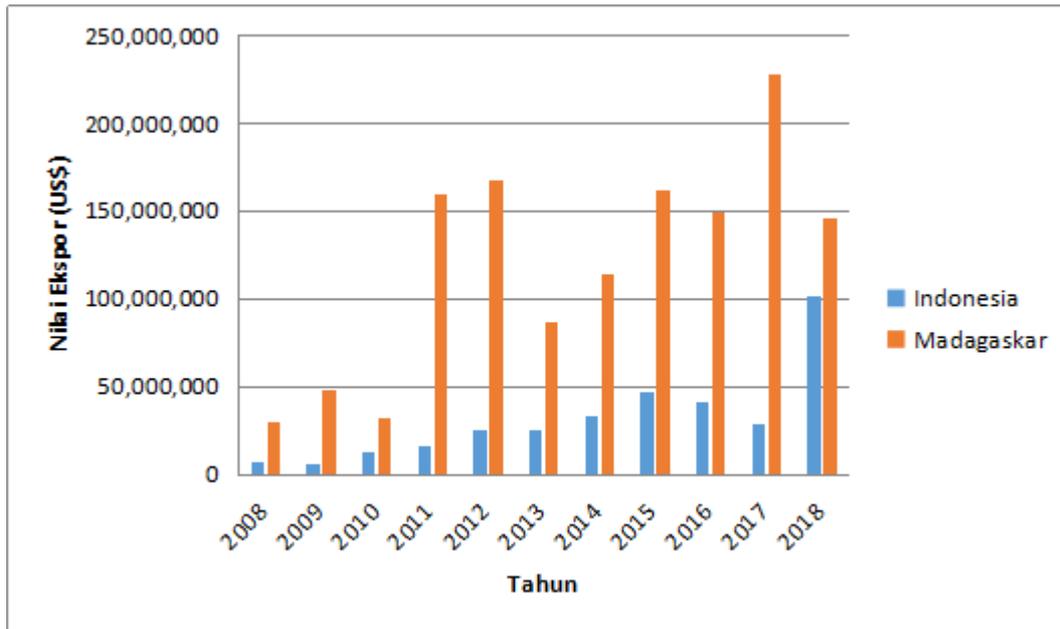
M_{ij} = Nilai impor atas komoditas Cengkeh (i) dari negara produsen (j)

Nilai ISP berada di antara -1 dan +1. Jika nilainya positif (di atas 0 sampai dengan 1), maka dikatakan memiliki daya saing yang kuat atau negara cenderung sebagai pengekspor komoditas tersebut. Nilai ISP dapat dikategorikan ke dalam

lima tahap yaitu pengenalan ($-1,00 < ISP \leq -0,50$), substitusi impor ($-0,51 < ISP \leq 0,00$), pertumbuhan ($0,01 < ISP \leq 0,80$), kemandirian ($0,81 < ISP \leq 1,00$), dan mengimpor kembali (jika nilai ISP kembali menurun, $0 < ISP \leq 1,00$) (Tambunan, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN Perkembangan Ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar di Pasar Internasional Tahun 2008-2018

Nilai ekspor Cengkeh Indonesia pada Gambar 1. tahun 2008-2018 di pasar internasional mengalami fluktuasi dengan kecenderungan meningkat, dengan nilai ekspor terendah di tahun 2009 sebesar 5.585.926 US\$ dan nilai tertinggi di tahun 2018 mencapai 101.746.314 US\$. Sedangkan nilai ekspor Cengkeh Madagaskar cenderung kurang stabil di mana nilai ekspor terendah sebesar 30.108.217 US\$ pada tahun 2008 dan nilai ekspor tertinggi mencapai 228.224.871 US\$ pada tahun 2017.



Gambar 1. Nilai Ekspor Cengkeh (HS 0907) Indonesia dan Madagaskar Tahun 2008-2018
Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Jika dibandingkan nilai rata-ratanya, nilai ekspor Cengkeh Indonesia masih sangat jauh di bawah Madagaskar. Hal ini disebabkan oleh produksi Cengkeh Indonesia yang mengalami beberapa permasalahan seperti sempitnya areal tanam Cengkeh, tanaman Cengkeh sudah tua disertai dengan produktivitas yang rendah karena penanganan pascapanen masih dilakukan dengan cara tradisional (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).

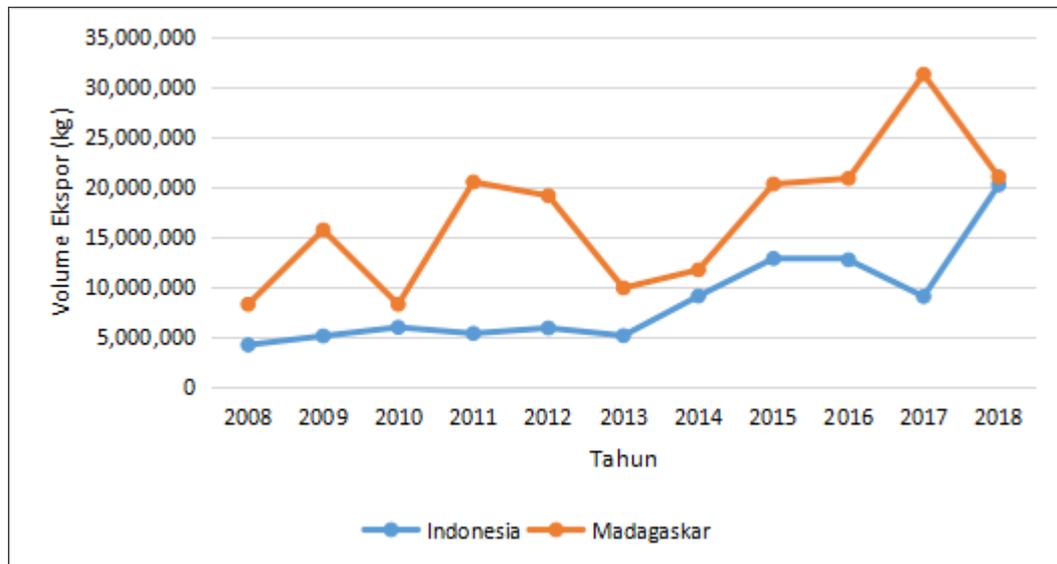
Trend ekspor Cengkeh dunia pada Gambar 2. untuk Indonesia dan Madagaskar pada periode 2008-2018 mengalami fluktuasi. Terlihat bahwa ekspor Cengkeh Indonesia mengalami peningkatan di tahun 2017 sedangkan pada tahun yang sama ekspor Cengkeh Madagaskar mengalami penurunan. Pada tahun 2009, 2011, 2012 ekspor Cengkeh

Madagaskar juga mengalami penurunan. Volume ekspor Cengkeh Indonesia di pasar internasional periode tahun 2008-2018 mengalami fluktuasi dengan volume ekspor tertinggi sebesar 20.249.116 kg pada tahun 2017 dan volume ekspor terendah sebesar 4.251.418 kg pada tahun 2008. Fluktuasi volume ekspor Cengkeh juga dialami oleh Madagaskar periode tahun 2008-2018 di mana volume ekspor tertinggi sebesar 31.302.064 kg pada tahun 2016 dan volume ekspor terendah sebesar 8.305.914 kg pada tahun 2009.

Data yang diperoleh dari *Trade Map* (2022), menunjukkan bahwa pada periode tahun 2008-2018 Indonesia mengekspor Cengkeh paling banyak menuju negara India dengan perolehan

volume ekspor sebesar 13.616 ton. Berbeda dengan Indonesia, pada negara perbandingan yaitu Madagaskar mengekspor paling banyak

menuju Singapura dengan perolehan volume ekspor mencapai 42.966 ton



Gambar 2. Trend Ekspor Cengkeh (HS 0907) Indonesia dan Madagaskar Tahun 2008-2018
Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Berdasarkan Tabel 1., dapat dilihat perbandingan nilai RCA komoditas Cengkeh HS 0907 antara Indonesia dan Madagaskar

periode tahun 2008 hingga 2018 ke enam negara tujuan.

Tabel 1. Nilai Rata-Rata RCA (*Revealed Comparative Advantage*) Produk Cengkeh (HS 0907) Indonesia dan Madagaskar ke Negara Tujuan Tahun 2008-2018

Negara Tujuan	Negara Eksportir	
	Indonesia	Madagaskar
Singapura	3.56	1.14
India	1.91	1.51
Vietnam	3.03	1.08
Amerika Serikat	1.17	1.27
Uni Emirat Arab	3.74	1.96
Arab Saudi	1.10	0.90
6 Negara	1.91	1.14

Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Cengkeh Indonesia dan Madagaskar sama-sama memiliki daya saing yang kuat

ditandai dengan nilai rata-rata positif lebih dari 1 yakni 1,91 dan 1,14. Nilai

RCA yang positif untuk komoditas Cengkeh Indonesia selaras dengan penelitian Tupamahu, (2015) tentang analisis daya saing cengkeh di pasar internasional dalam kurun waktu 1980-2012 di mana nilai rata-rata RCA untuk ekspor cengkeh adalah sebesar 6.910. Nilai RCA Madagaskar bernilai positif juga disebutkan pada hasil penelitian Zuhdi & Rambe (2021), di mana pada periode tahun 2001-2019 RCA Madagaskar memiliki nilai

rata-rata positif sebesar 2.62.

Export Product Dynamics (EPD)

Hasil analisis EPD untuk produk Cengkeh (HS 0907) oleh Indonesia pada Tabel 2. menempati tiga posisi. India dan Amerika Serikat menempati posisi *rising star*, Arab Saudi berada di posisi *lost opportunity*, serta posisi *falling star* ditempati Singapura, Vietnam dan Uni Emirat Arab.

Tabel 2. Nilai EPD (Export Product Dynamics) Produk Cengkeh (HS 0907) Indonesia ke Negara Tujuan Tahun 2008-2018

Negara	EPD		Posisi EPD
	Pertumbuhan pangsa ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	
Singapura	0.03991	-0.00155	<i>Falling Star</i>
India	0.01555	0.04350	<i>Rising Star</i>
Vietnam	0.46229	-0.00004	<i>Falling Star</i>
Amerika Serikat	0.01755	0.00008	<i>Rising Star</i>
Uni Emirat Arab	0.04175	-0.00039	<i>Falling Star</i>
Arab Saudi	-0.01219	140.63619	<i>Lost Opportunity</i>

Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Ekspor Cengkeh Indonesia di pasar Arab Saudi berada di posisi *lost opportunity*. Posisi ini membuat Cengkeh Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar tersebut. Hal ini disebabkan oleh penurunan produksi Cengkeh pada tahun 2008 dan 2011 sebesar 12,27 persen dan 26,57 persen (Nurhayati dkk, 2018). Selain penurunan produksi, data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Perkebunan (2012), menunjukkan bahwa produktivitas rata-rata

Cengkeh Indonesia masih di bawah potensinya yaitu kisaran 260-360 kg/ha selama periode tahun 2008-2011 dari potensi sebesar 500-600 kg/ha. Beberapa penyebab rendahnya produktivitas ini yaitu banyaknya tanaman tua dan rusak akibat serangan hama dan penyakit serta kondisi tanaman kurang optimal (kurangnya pemeliharaan dan ditanam di lereng melebihi ketentuan).

Ekspor Cengkeh Indonesia di pasar Singapura, Vietnam dan Uni Emirat Arab berada di posisi *falling star* yaitu posisi di mana Cengkeh Indonesia kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar produknya. Ini berarti nilai ekspor total Indonesia ke pasar tersebut bila dibandingkan dengan nilai ekspor total dunia ke pasar tersebut secara rata-rata dari tahun ke tahun menurun. Hal ini disebabkan oleh peralihan kegiatan impor yang dilakukan oleh Singapura, Vietnam dan Uni Emirat Arab dalam kurun waktu 2008-2018. Ketiga negara

tersebut masing-masing melakukan impor total lebih banyak dari Tiongkok (oleh Singapura dan Vietnam) dan Area NES (oleh Uni Emirat Arab) (UN Comtrade, 2021).

Hasil analisis EPD untuk produk Cengkeh (HS 0907) oleh Madagaskar pada Tabel 3. menempati tiga posisi. India dan Vietnam menempati posisi *rising star*, Amerika Serikat, Uni Emirat Arab dan Arab Saudi berada di posisi *lost opportunity*, serta posisi *retreat* ditempati Singapura.

Tabel 3. Nilai EPD (*Export Product Dynamics*) Produk Cengkeh (HS 0907) Madagaskar ke Negara Tujuan Tahun 2008-2018

Negara	EPD		Posisi EPD
	Pertumbuhan pangsa ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar produk (%)	
Singapura	-0.010431	-0.000004	<i>Retreat</i>
India	0.026711	0.000011	<i>Rising Star</i>
Vietnam	0.063730	0.000006	<i>Rising Star</i>
Amerika Serikat	-0.022311	0.000004	<i>Lost Opportunity</i>
Uni Emirat Arab	-0.007757	0.000029	<i>Lost Opportunity</i>
Arab Saudi	-0.019205	0.0000003	<i>Lost Opportunity</i>

Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Amerika Serikat, Uni Emirat Arab dan Arab Saudi menjadi pasar Cengkeh Madagaskar yang menempati posisi *lost opportunity*. Hal ini disebabkan oleh terjadinya penurunan produksi Cengkeh Madagaskar di tahun 2018 yakni dari 24.866 ton menjadi 23.634 ton sehingga berdampak pada kegiatan ekspor Cengkeh Madagaskar di pasar global (FAOSTAT, 2021). Hal lain

penyebab menurunnya pangsa ekspor Cengkeh Madagaskar menurut data UN Comtrade (2021), di tahun 2016 Amerika Serikat, Uni Emirat Arab dan Arab Saudi juga melakukan impor Cengkeh di Indonesia dan Brazil.

Negara yang sama-sama menjadi tujuan ekspor Cengkeh dan dapat dijadikan pasar potensial dalam rangka

diversifikasi pasar ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar adalah India. Menurut Sinaga & Fuadi (2020), mengonsumsi makanan dan minuman yang mengandung rempah menjadi kebiasaan bagi masyarakat India. Selain itu, India tidak dapat memenuhi kebutuhan Cengkeh dalam negerinya sendiri. Hal ini menjadikan negara India sebagai negara tujuan utama pasar ekspor negara lain untuk peningkatan devisa negara pengekspor Cengkeh.

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Cengkeh Indonesia dan Madagaskar sama-sama menguntungkan sebagai negara

eksportir yang ditandai dengan nilai rata-rata positif. Meskipun sama-sama menguntungkan sebagai eksportir Cengkeh, nilai rata-rata ISP Indonesia masih lebih rendah atau dapat dikatakan bahwa Indonesia masih kalah dalam spesialis perdagangan Cengkeh dengan Madagaskar. Menurut Anggrasari dkk (2021), hal ini disebabkan oleh tingginya laju impor rempah-rempah Indonesia, salah satunya yakni peningkatan impor yang tajam pada komoditas Cengkeh.

Tabel 4. Nilai ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) Produk Cengkeh (HS 0907) Indonesia dan Madagaskar Tahun 2008-2018

Tahun	ISP	
	Indonesia	Madagaskar
2008	1	0.997
2009	0.961	1
2010	0.808	0.998
2011	-0.910	1
2012	-0.635	0.992
2013	0.770	0.978
2014	1	0.996
2015	0.995	1
2016	-0.193	1
2017	-0.594	1
2018	-0.019	0.997
Rata-Rata	0.289	0.996

Sumber: UN Comtrade 2021 (diolah)

Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa Cengkeh Indonesia berada pada tahap pertumbuhan dengan nilai rata-rata sebesar

0,289. Pada tahap pertumbuhan ini berarti Cengkeh Indonesia mengalami perluasan ekspor dalam perdagangan

dunia atau dapat juga dikatakan berdaya saing kuat. Sedangkan Cengkeh Madagaskar berada pada tahap kematangan dengan nilai 0,996. Pada tahap kematangan ini Cengkeh memiliki daya saing yang sangat kuat dalam perdagangan dunia serta hal-hal yang menyangkut teknologi tentang Cengkeh telah distandarisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perkembangan ekspor Cengkeh Indonesia dan Madagaskar tahun 2008-2018 mengalami fluktuasi di setiap tahunnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara garis besar rata-rata nilai dan volume ekspor Cengkeh Madagaskar lebih unggul dibanding Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian perhitungan analisis RCA disimpulkan bahwa pada umumnya Cengkeh Indonesia dan Madagaskar di pasar internasional memiliki daya saing yang kuat dengan nilai RCA rata-rata positif > 1 . Dari hasil perhitungan EPD, pasar yang memiliki potensi pengembangan pasar potensial dalam rangka diversifikasi pasar ekspor produk Cengkeh Indonesia yaitu India dan Amerika Serikat, sedangkan bagi Madagaskar yaitu India dan Vietnam. Sedangkan dari hasil perhitungan ISP menunjukkan bahwa produk Cengkeh Indonesia dan Madagaskar memiliki daya

saing kuat dan memiliki posisi yang menguntungkan sebagai eksportir. Nilai ISP rata-rata Indonesia sebesar 0,289 berada pada tahap pertumbuhan sedangkan Madagaskar sebesar 0,996 berada pada tahap kemandirian.

Saran

Peningkatan daya saing Cengkeh dapat dilakukan dengan memberikan nilai tambah, produktivitas, dan mutu melalui inovasi teknologi diiringi dengan peningkatan kualitas serta memperbaiki penanganan pasca panen produk Cengkeh.

Meningkatkan dan mengembangkan produk Cengkeh pada negara-negara potensial dan berdaya saing kuat agar produk ekspor tidak mengalami kemunduran kualitas yang dapat mempengaruhi permintaan dan nilai ekspor.

Pemerintah perlu mengadakan pelatihan dan pendampingan kepada petani serta menjaga stabilitas harga Cengkeh agar petani lebih intensif dalam melakukan budidaya Cengkeh.

DAFTAR PUSTAKA

Anggrasari, H., Perdana, P., & Mulyo, J. H. 2021. *Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Rempah-Rempah Indonesia di Pasar Internasional*. Jurnal AGRICA 14(1): 9-19

- Apriansyah, B. 2019. *Analisis Daya Saing Karet Alam Indonesia Dan Variabel-Variabel Yang Mempengaruhinya*. Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang, 7(2)
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Ekspor-Impor*. Tersedia pada: <https://bps.go.id>
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2012. *Statistik Perkebunan Indonesia 2011-2013 (Cengkeh)*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. Jakarta
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2019. *Statistik Perkebunan Indonesia 2018-2020. (Cengkeh)*. Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. Jakarta
- Food and Agriculture Organization Statistics (FAOSTAT)*. 2021. *Crops and Livestock Products*. Tersedia pada : <http://www.fao.org>
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. 2005. *Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan 5th ed.* PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Muharami, G., & Novianti, T. 2018. *Analisis Kinerja Ekspor Komoditas Karet Indonesia Ke Amerika Latin*. Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol. 6 No. 1:15-26
- Nurhayati, Ely; Hartoyo, Sri & Mulatsih, Sri. 2018. *Analisis Pengembangan Ekspor Cengkeh Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan 7(1): 21-42
- Sinaga, J. & Fuadi A. 2020. *Kerja Sama Ekspor Cengkeh Indonesia-India Tahun 2017-2019*. Jurnal Info Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Politik 7(2): 1-13
- Tambunan, Tulus. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Trade Map*. 2022. Tersedia pada: <http://www.trademap.org>
- Tupamahu, Y. M. 2015. *Analisis Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia di Kawasan ASEAN dan Dunia*. Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 8(1), 27-35
- United Nation Statistics*. 2021. *United Nations Commodity Trade (UN Comtrade) Statistics Database*. Tersedia pada: <http://www.comtrade.un.org>
- USAID (*United States Agency for International Development*). 2018. *Famine Early Warning Systems Network (FEWS NET): MADAGASCAR Food Security Outlook 2017-2018*. Tersedia pada : <https://www.usaid.gov>
- Zuhdi, F., & Rambe, K. R. 2021. *Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia Di Pasar Global*. Jurnal SEPA. Vol 17 (2), 165-173
- Zuhdi, F., & Suharno, S. 2016. *Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5*. Jurnal Habitat. 26(3), 152-162