

Daya Saing, Spesialisasi, dan Kinerja Ekspor Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Internasional

Competitiveness, Specialization, and Export Performance of Indonesian Essential Oils in the International Market

Yunita Angela Tampubolon*, Yuliawati

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

*Email: yntangela04@gmail.com

(Diterima 19-04-2025; Disetujui 04-07-2025)

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu eksportir minyak atsiri dunia, dengan permintaan tinggi dari industri parfum, kosmetik, farmasi, makanan, dan minuman. Namun, ekspor minyak atsiri mengalami fluktuasi di lima negara tujuan, yaitu Singapura, Spanyol, Belanda, Swiss, dan Jerman. Penelitian ini menganalisis daya saing, spesialisasi perdagangan, dan kinerja ekspor minyak atsiri Indonesia menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), *Export Competitiveness Index* (ECI), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Comparative Export Performance* (CEP), serta *Acceleration Ratio* (AR) berdasarkan data UN Comtrade 2014–2023 dengan kode HS 3301. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan nilai RCA rata-rata 3,53. Analisis EPD menunjukkan Jerman, Belanda, Singapura, dan Spanyol berada dalam kategori *retreat* dan Swiss di kategori *lost opportunity*, sementara ECI yang fluktuatif mengindikasikan daya saing yang belum stabil. ISP menegaskan posisi Indonesia sebagai eksportir minyak atsiri. CEP menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan ekspor relatif dibandingkan rata-rata dunia. Serta AR menunjukkan dinamika percepatan ekspor yang fluktuatif. Untuk meningkatkan daya saing, diperlukan diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan strategi pemasaran yang lebih agresif.

Kata kunci: Minyak Atsiri, Daya Saing, Spesialisasi, Kinerja Ekspor

ABSTRACT

Indonesia is one of the world's essential oil exporters, with high demand from the perfume, cosmetics, pharmaceutical, food, and beverage industries. However, essential oil exports have fluctuated in five destination countries, namely: Singapore, Spain, the Netherlands, Switzerland, and Germany. This study analyzes Indonesia's competitiveness, trade specialization, and essential oil export performance using *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), *Export Competitiveness Index* (ECI), *Trade Specialization Index* (ISP), *Comparative Export Performance* (CEP), and *Acceleration Ratio* (AR) based on UN Comtrade 2014–2023 data with HS code 3301. The results show that Indonesia has a comparative advantage with an average RCA value of 3.53. EPD analysis shows that Germany, the Netherlands, Singapore and Spain are in the *Retreat* category and Switzerland in the *Lost Opportunity* category, while the fluctuating ECI indicates unstable competitiveness. ISP confirms Indonesia's position as an essential oil exporter. CEP shows that Indonesia has a relative export advantage over the world average. And AR shows the fluctuating dynamics of export acceleration. To improve competitiveness, product diversification, quality improvement, and more aggressive marketing strategies are needed.

Keywords: Essential Oil, Competitiveness, Specialization, Export Performance

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman hayati yang melimpah. Salah satu dari keragaman tersebut adalah tanaman yang dapat dijadikan sebagai penghasil minyak atsiri. Minyak atsiri dapat diekstrak dari biji, bunga, buah, kayu, dan kulit kayu dari tanaman tertentu. Contoh tanaman tersebut seperti nilam, kayu putih, cengkeh, pala, dan sebagainya. Indonesia memiliki 40 dari sekitar 150 varian minyak atsiri yang diperjualbelikan secara global (Rubiyanto *et al.*, 2023),

Minyak atsiri adalah salah satu komoditas ekspor non-migas yang memiliki nilai signifikan bagi berbagai sektor industri, seperti parfum, kosmetik, farmasi, serta makanan dan minuman. Dalam perdagangan internasional, komoditas ini diakui sebagai elemen strategis yang berkontribusi pada

produksi berbagai jenis barang untuk kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Meskipun harga komoditas ini sering mengalami fluktuasi, baik petani maupun produsen masih memperoleh keuntungan dari aktivitas ini. Di Indonesia, minyak atsiri digunakan dalam berbagai cara yang beragam. Minyak atsiri dimanfaatkan secara langsung dalam makanan dan minuman, seperti pada jamu yang mengandung komponen ini, untuk menambah rasa dan aroma. Selain itu, minyak atsiri digunakan sebagai bahan perasa dalam produk seperti es krim, permen, pasta gigi, dan sejenisnya. Pemanfaatannya juga meluas dalam berbagai produk perawatan dan kesehatan, termasuk untuk pijat, lulur, losion, balsem, sabun mandi, sampo, obat luka atau memar, hingga parfum. Selain itu, minyak atsiri juga digunakan sebagai aromaterapi untuk menyegarkan udara dalam ruangan, sebagai pengharum pada tisu, dan untuk pengobatan pernapasan serta efek aroma terapi lainnya (Julianto, 2016).

Minyak atsiri di pasar domestik digunakan dalam industri pangan, kosmetik, dan farmasi sebagai bahan dasar produk turunannya. Namun, potensi pasar dalam negeri yang besar belum dimanfaatkan secara optimal karena masih terbatasnya industri pengolahan minyak atsiri mentah menjadi produk turunan. Akibatnya, kebutuhan industri pangan, kosmetik, dan farmasi sebagian besar dipenuhi melalui impor. Saat ini, sekitar 90% produksi minyak atsiri Indonesia diekspor ke pasar luar negeri, sementara sisanya digunakan untuk kebutuhan dalam negeri (Putri & Retnaningsih, 2023).

Tabel 1. Volume, Nilai, dan Harga Ekspor Minyak Atsiri Indonesia

Tahun	Ekspor Minyak Atsiri Indonesia		
	Volume (kg)	Nilai (US\$)	Harga (US\$/Kg)
2014	3.987.557	156.300.555	39,20
2015	5.198.805	179.904.969	34,61
2016	30.766.563	166.380.347	5,41
2017	4.907.242	160.553.770	32,72
2018	6.630.279	199.266.150	30,05
2019	6.571.337	185.327.742	28,20
2020	7.537.742	215.830.234	28,63
2021	8.255.836	248.411.121	30,09
2022	5.907.576	172.873.293	29,26
2023	5.728.423	175.069.342	30,56

Sumber: UN Comtrade (2024)

Tabel 1. menunjukkan adanya perkembangan dari sisi volume, nilai, dan harga ekspor komoditas minyak atsiri Indonesia pada periode 2014–2023. Jika diperhatikan, pada tahun 2016 volume ekspor Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015, namun pada sisi nilai menurun drastis. Dewan Atsiri Indonesia (*dalam* Cahyaning, 2021) mengatakan bahwa adanya fluktuasi harga menjadikan petani tanaman atsiri beralih membudidayakan tanaman lainnya yang memiliki keuntungan lebih besar. Hal ini akhirnya berdampak bagi volume ekspor minyak atsiri Indonesia. Minyak atsiri kembali mengalami peningkatan harga pada tahun berikutnya yaitu 2017 menjadi US\$ 32,72/kg dan terus stabil hingga tahun 2023. Hal ini menjadi peluang yang besar bagi Indonesia untuk terus meningkatkan kuantitas ekspornya sekaligus meningkatkan perekonomian negara.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurcahyani & Salqaura (2023), menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Competitiveness Index* (ECI), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Artikel tersebut membahas tentang bagaimana posisi daya saing minyak atsiri Indonesia di negara-negara tujuan utama ekspor seperti India, Amerika Serikat, Prancis, dan China. Padahal volume ekspor minyak atsiri Indonesia juga menunjukkan performa yang cukup baik di negara-negara tujuan lainnya seperti Jerman, Belanda, Singapura, Spanyol, dan Swiss, serta perlu dianalisis lebih lanjut untuk memberikan informasi ada tidaknya perubahan daya saing Indonesia di negara-negara tersebut.

Telah diketahui bahwa minyak atsiri Indonesia mengalami fluktuasi dalam volume ekspor dan harga, serta adanya permintaan yang terus meningkat. Dengan demikian tujuan penelitian ini, yaitu 1) menganalisis daya saing minyak atsiri Indonesia di pasar Internasional, 2) menganalisis posisi spesialisasi perdagangan minyak atsiri Indonesia di pasar Internasional, dan 3) menganalisis kinerja ekspor minyak atsiri Indonesia di pasar Internasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan pada Januari hingga Maret 2025. Penelitian ini menggunakan data sekunder *time series* selama sepuluh tahun, yaitu dari tahun 2014 hingga 2023, yang diperoleh dari *database* UN Comtrade. Data yang dianalisis mencakup ekspor dan impor minyak atsiri dengan kode HS 3301. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), *Export Competitiveness Index* (ECI), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Comparative Export Performance* (CEP), dan *Acceleration Ratio* (AR). Seluruh data diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak *Microsoft Excel*. Penelitian ini secara khusus menyoroti daya saing minyak atsiri Indonesia di lima negara tujuan ekspor, yaitu Jerman, Belanda, Singapura, Spanyol, dan Swiss.

Berikut penjelasan mengenai metode analisis data:

1. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Menurut Tambunan (2004), tujuan penggunaan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah untuk menilai posisi daya saing suatu komoditas di pasar internasional. Jika suatu negara mengekspor sebuah barang dengan porsi yang lebih besar dibandingkan rata-rata ekspor barang tersebut di seluruh dunia, maka negara tersebut memiliki keunggulan dalam produksi dan ekspor barang tersebut. Artinya, negara tersebut lebih mampu bersaing dalam menjual produk tersebut di pasar internasional dibandingkan dengan negara lain. Perhitungan menggunakan metode RCA dilakukan dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

i : Minyak atsiri

j : Indonesia

w : Swiss, Jerman, Belanda, Singapura, dan Spanyol

X_{ij} : Nilai ekspor komoditi i dari negara j ke negara tujuan (US\$)

X_j : Nilai total ekspor seluruh komoditas dari negara j ke negara tujuan ekspor (US\$)

X_{iw} : Nilai ekspor komoditi i dari seluruh negara ke negara tujuan (US\$)

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

Ketika RCA melebihi 1 (RCA>1), menandakan Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata global, mencerminkan daya saing yang kuat. Sebaliknya, jika RCA kurang dari 1 (RCA<1), Indonesia memiliki keunggulan komparatif di bawah rata-rata global, menggambarkan daya saing yang lemah. Semakin tinggi nilai RCA, semakin besar keunggulan yang dimiliki Indonesia dalam komoditas minyak atsiri.

2. *Export Product Dynamic* (EPD)

Analisis *Export Product Dynamic* (EPD) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi tingkat daya saing serta perkembangan suatu komoditas dalam ekspor sebuah negara (Pradipta & Firdaus, 2014). Ekananda (*dalam* Cahyaning, 2021), menyatakan bahwa posisi pasar ini dapat diidentifikasi dengan menggunakan dua parameter, yaitu *share export total* (X) dan *share export commodity* (Y). Melalui pendekatan EPD, kita dapat menganalisis apakah ekspor komoditas suatu negara ke negara tujuan berkembang secara dinamis atau cenderung stagnan. Secara terstruktur, metode EPD dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Pangsa pasar ekspor (X)} = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right) \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

$$\text{Pangsa pasar produk (Y)} = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right) \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

i : Minyak atsiri

j : Indonesia

w : Swiss, Jerman, Belanda, Singapura, dan Spanyol

- T : Jumlah tahun yang dianalisis
t : Tahun saat ini
t-1 : Tahun sebelumnya
X_{ij} : Nilai ekspor komoditi i dari negara j ke negara tujuan (US\$)
X_t : Nilai total ekspor seluruh komoditas dari negara j ke negara tujuan ekspor (US\$)
W_{ij} : Nilai ekspor komoditi i dari seluruh negara ke negara tujuan ekspor (US\$)
W_t : Nilai total ekspor seluruh komoditas dari seluruh negara ke negara tujuan ekspor (US\$)
Metode EPD terdiri atas matriks yang dipetakan menjadi empat kategori, sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks Posisi Pasar pada EPD

<i>Share of Country's Export in World Trade (X)</i>	<i>Share of Product in the World Trade (Y)</i>	
	<i>Rising Star (Dynamic)</i>	<i>Falling Star (Stagnan)</i>
<i>Rising Star (Competitiveness)</i>	<i>Rising Star</i>	<i>Falling Star</i>
<i>Falling Star (Non-Competitiveness)</i>	<i>Lost Opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber: Esterhuizen (2006)

3. Export Competitiveness Index (ECI)

Salah satu metode analisis data yang dapat diterapkan untuk menilai daya saing ekspor suatu negara adalah dengan menggunakan *Export Competitiveness Index* (ECI). Indeks ini membandingkan pangsa pasar suatu negara terhadap komoditas tertentu antara kondisi saat ini dan periode sebelumnya. Jika nilai ECI lebih besar dari 1 (ECI>1), hal ini menunjukkan bahwa negara tersebut masih mempertahankan keunggulan kompetitif meskipun dalam persaingan perdagangan yang ketat. Sebaliknya, jika nilai ECI kurang dari 1 (ECI<1), hal ini mengindikasikan bahwa keunggulan kompetitif negara tersebut mengalami penurunan (Nurchayani & Salqaura, 2023). Rumus perhitungan ECI adalah sebagai berikut:

$$ECI = \frac{(X_{ij}/X_{iw})_t}{(X_{ij}/X_{iw})_{t-1}}$$

Keterangan:

- X_{ij} : Nilai ekspor minyak atsiri Indonesia (US\$)
X_{iw} : Nilai ekspor seluruh komoditas minyak atsiri di dunia (US\$)
t : Tahun saat ini
t-1 : Tahun sebelumnya
i : Minyak atsiri
j : Indonesia

4. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Tambunan (2004), menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dari suatu produk bisa diukur dengan menerapkan analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). ISP menghitung perbandingan antara selisih nilai ekspor dan impor suatu negara dengan total nilai perdagangan. Dengan kata lain, ISP adalah ukuran yang akan menggambarkan apakah suatu negara cenderung menjadi eksportir atau importir dalam komoditas tertentu, khususnya dalam sektor pertanian. Indeks Spesialisasi Perdagangan dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

- X_{ij} : Nilai ekspor minyak atsiri Indonesia (US\$)
M_{ij} : Nilai impor minyak atsiri Indonesia (US\$)

Nilai indeks ini berkisar dari -1 hingga 1. Jika ISP positif, yaitu antara 0 dan 1 (0<ISP≤1), maka minyak atsiri Indonesia memiliki daya saing yang tinggi sehingga cenderung menjadi eksportir (suplai domestik melebihi permintaan domestik). Sebaliknya, jika ISP negatif dengan kisaran -1 hingga 0 (-1≤ISP<0), maka minyak atsiri Indonesia memiliki daya saing yang rendah sehingga cenderung menjadi importir.

5. Comparative Export Performance (CEP)

Comparative Export Performance (CEP) adalah suatu metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui keunggulan relatif suatu negara pada suatu produk ekspor. CEP diukur berdasarkan kinerja ekspor suatu negara dengan kinerja ekspor rata-rata dunia (Rachmaningtyas *et al.*, 2019). Berikut rumus yang digunakan:

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

Keterangan:

X_{ij} : Nilai ekspor minyak atsiri Indonesia (US\$)

X_j : Total nilai ekspor negara Indonesia (US\$)

X_{iw} : Total nilai ekspor dunia pada komoditas minyak atsiri (US\$)

X_w : Total nilai ekspor dunia (US\$)

Jika Nilai CEP lebih dari 1 ($CEP > 1$), itu menandakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan relatif dalam ekspor minyak atsiri. Sebaliknya, jika Nilai CEP kurang dari 1 ($CEP < 1$), itu menunjukkan bahwa Indonesia belum memiliki keunggulan relatif dalam ekspor minyak atsiri (Purnamasari *et al.*, 2014).

6. Acceleration Ratio (AR)

Pendekatan AR (*Acceleration Ratio*) merupakan salah satu metode analisis yang dimanfaatkan untuk menilai kemungkinan suatu produk negara untuk bersaing di pasar. Dengan kata lain, analisis AR mampu memberikan indikasi apakah suatu negara mampu menguasai pasar dari pesaingnya atau mengalami penurunan dalam posisi di pasar ekspor maupun domestik (Tambunan, 2004). Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$AR = \frac{(Trend X_{ij} + 100)}{(Trend M_{ij} + 100)}$$

Keterangan:

X_{ij} : Nilai ekspor minyak atsiri Indonesia (US\$)

M_{ij} : Nilai impor minyak atsiri Indonesia (US\$)

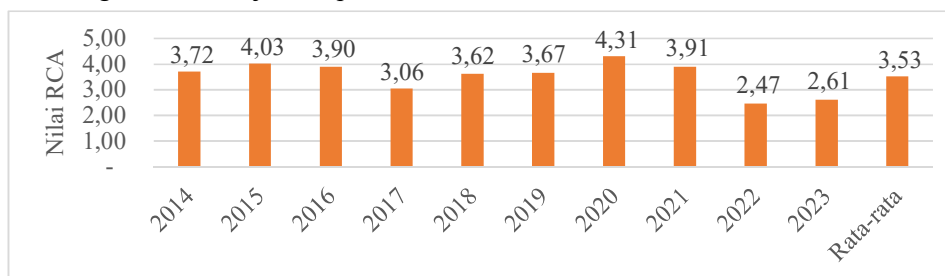
Jika nilai AR lebih besar dari 1 ($AR > 1$), maka Indonesia mampu merebut pasar. Jika nilai AR lebih kecil dari 1 atau mendekati 0 berarti posisi Indonesia lemah. Namun, jika AR kurang dari 0 ($AR < 0$) atau mendekati -1, maka Indonesia belum mampu merebut pasar atau berarti ada negara lain yang merebut pangsa pasarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Saing Ekspor Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Internasional

a. Revelead Comparative Advantage (RCA)

Berdasarkan hasil perhitungan RCA, nilai minyak atsiri Indonesia selama periode 2014–2023 berkisar antara 2,47 hingga 4,31, dengan rata-rata 3,53. Nilai RCA > 1, menandakan bahwa minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata global, mencerminkan daya saing yang kuat sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram nilai RCA minyak atsiri Indonesia 2014–2023

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Nilai RCA minyak atsiri Indonesia mengalami fluktuasi sepanjang 2014–2023. Pada tahun 2014–2016, nilai RCA minyak atsiri Indonesia berada di atas 3, dengan angka tertinggi pada tahun 2015. Nilai ini kemudian menurun pada 2017 sebelum kembali meningkat secara bertahap pada 2018–2020, dan mencapai puncaknya pada 2020. Setelah itu, tren penurunan mulai terjadi pada 2021, dan mengalami penurunan signifikan ke titik terendah pada 2022 sebelum sedikit meningkat pada 2023. Meskipun nilai tetap di atas 1, penurunan dalam dua tahun terakhir mengindikasikan pelemahan daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia. Penurunan nilai RCA sejalan dengan tren nilai ekspor yang menurun dari tahun ke tahun dan pasar yang kurang dinamis (Lestari *et al.*, 2023).

Tabel 3. Nilai RCA minyak atsiri Indonesia di lima negara tujuan pada 2014–2023

Tahun	Nilai RCA Indonesia di Lima Negara Tujuan				
	Jerman	Belanda	Singapura	Spanyol	Swiss
2014	10,61	3,90	3,69	27,18	151,68
2015	10,67	1,96	3,89	44,25	23,52
2016	6,72	2,27	3,40	26,80	9,95
2017	4,88	1,71	3,36	18,46	18,56
2018	6,68	3,58	2,82	22,12	19,29
2019	7,71	8,26	2,81	19,18	9,67
2020	10,10	10,75	3,92	29,87	3,50
2021	7,38	10,36	4,07	26,97	6,19
2022	6,85	4,13	2,89	20,95	8,55
2023	6,28	4,14	3,17	18,04	9,97
Rata-rata	7,79	5,11	3,40	25,38	26,09

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Berdasarkan Tabel 3. ekspor minyak atsiri Indonesia ke lima negara tujuan pada periode 2014–2023 menunjukkan nilai RCA rata-rata di atas 1, yang menandakan keunggulan komparatif di pasar ekspor. Daya saing tertinggi tercatat di Spanyol (RCA 26,09) dan Swiss (RCA 25,38), meskipun nilainya sempat berfluktuasi. Di Jerman, nilai RCA menunjukkan tren menurun sejak 2015, namun rata-rata sebesar 7,79 tetap mencerminkan keunggulan ekspor. Sementara itu, RCA Belanda juga fluktuatif, tetapi masih cukup tinggi dengan rata-rata 5,11. Di sisi lain, Singapura mencatat rata-rata RCA paling rendah, karena perannya sebagai pusat transit yang menyebabkan harga minyak atsiri lebih rendah dibanding pasar global, sehingga melemahkan posisi tawar Indonesia (Puspita *et al.*, 2021). Bahkan, menurut Kemenperin (*dalam* Puspita *et al.*, 2021), harga beli di Singapura pada 2016 hanya berkisar Rp200 ribu hingga Rp2 juta/kg, jauh di bawah harga pasar dunia yang dapat mencapai US\$1.000/kg.

Fluktuasi nilai RCA ini dipengaruhi oleh harga ekspor (US\$) yang sangat sensitif terhadap faktor-faktor seperti penawaran, permintaan, kondisi cuaca, nilai tukar, kebijakan politik, dan tarif perdagangan. Selain itu, perubahan regulasi dan keterbatasan sarana pengiriman juga menyebabkan kenaikan biaya logistik, sehingga mengurangi daya saing harga di pasar internasional (Jati, 2022). Secara keseluruhan, Indonesia tetap memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor minyak atsiri, terutama ke pasar Spanyol dan Swiss, yang menunjukkan potensi besar untuk terus dikembangkan di masa depan.

b. Export Product Dynamic (EPD)

Matriks EPD mengukur daya tarik pasar berdasarkan pertumbuhan permintaan dan kekuatan bisnis berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar suatu negara. Kombinasi keduanya menentukan posisi produk dalam empat kategori: *Rising star*, *Falling star*, *Lost opportunity*, dan *Retreat*.

Tabel 4. Nilai EPD minyak atsiri Indonesia 2014–2023

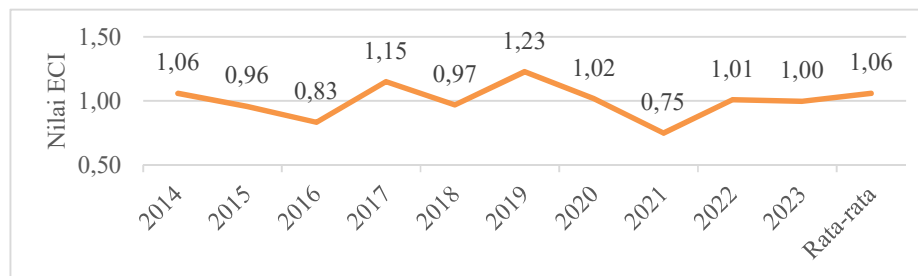
Negara	Pertumbuhan Pangsa pasar Produk (X) (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (Y) (%)	Posisi EPD
Jerman	- 0,000172	- 0,00008	<i>Retreat</i>
Belanda	- 0,000045	- 0,00015	<i>Retreat</i>
Singapura	- 0,000984	- 0,00215	<i>Retreat</i>
Spanyol	- 0,000754	- 0,00008	<i>Retreat</i>
Swiss	- 0,000115	0,00067	<i>Lost opportunity</i>

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4, analisis EPD terhadap ekspor minyak atsiri Indonesia periode 2014–2023 menunjukkan bahwa sebagian besar posisinya masih berada pada kategori *retreat* dan *lost opportunity*. Di Jerman, Belanda, Singapura, dan Spanyol, ekspor minyak atsiri Indonesia tergolong *retreat*, sementara di Swiss masuk kategori *lost opportunity*. Menurut Baga *et al.*, (2011), *lost opportunity* mencerminkan penurunan pangsa pasar pada produk yang sebenarnya berpotensi, sedangkan *retreat* menunjukkan kondisi paling tidak diinginkan karena ekspor cenderung stagnan atau menurun. Penelitian sebelumnya oleh Faradiva, (2020) juga menunjukkan pola serupa, dengan Spanyol berada dalam posisi *lost opportunity* dan Singapura pada *retreat* untuk periode 2014–2018. Data terbaru pada Tabel 4. bahkan menunjukkan pergeseran Spanyol ke kategori *retreat*, mengindikasikan penurunan daya saing dan hilangnya peluang ekspansi pasar (Akbar & Widyastutik, 2022). Kondisi ini diperburuk oleh ketergantungan Indonesia pada ekspor bahan baku tanpa pengolahan lanjutan, yang menyebabkan nilai tambah rendah dan daya saing lemah. Padahal, untuk menembus pasar kosmetik aromaterapi khususnya pada negara Eropa, dibutuhkan produk berkualitas tinggi, pasokan stabil, dan proses ekstraksi tertentu seperti pelarut yang memerlukan investasi besar (CBI, 2018).

c. *Export Competitiveness Index (ECI)*

Berdasarkan Gambar 2. nilai *Export Competitiveness Index (ECI)* minyak atsiri Indonesia menunjukkan fluktuasi sepanjang 2014–2023. Rata-rata nilai ECI selama periode tersebut adalah 1,058, yang menandakan daya saing ekspor yang cukup baik dalam industri minyak atsiri. Namun, terdapat beberapa tahun di mana daya saing melemah, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai ECI yang turun di bawah 1.



Gambar 2. Grafik nilai ECI minyak atsiri Indonesia 2014–2023

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Tren fluktuatif nilai ECI mencerminkan dinamika daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia di pasar internasional. Pada tahun 2014, 2017, 2019, 2020, dan 2022, nilai ECI berada di atas 1, yang menunjukkan daya saing kuat, terutama pada 2019 dengan puncak nilai 1,227. Hal ini menandakan bahwa Indonesia mampu memproduksi minyak atsiri secara lebih efisien atau berkualitas dibanding negara lain (Nurchayani & Salqaura, 2023). Namun, pada tahun-tahun seperti 2015, 2016, 2018, 2021, dan 2023, nilai ECI turun di bawah 1, dengan titik terendah 0,748 pada 2021, yang mencerminkan tekanan besar dalam ekspor akibat persaingan global, perubahan permintaan, dan tantangan produksi. Nilai ECI yang tinggi membuka peluang peningkatan pangsa pasar dan investasi, sementara nilai rendah menjadi sinyal perlunya peningkatan efisiensi, inovasi, dan diversifikasi pasar. Selain itu, faktor pendukung seperti infrastruktur, kebijakan, stabilitas politik, teknologi, dan kualitas SDM juga berperan penting dalam menjaga daya saing ekspor. Oleh karena itu, diperlukan strategi berkelanjutan yang mencakup dukungan teknologi, perbaikan infrastruktur, dan peningkatan kualitas produk agar ekspor minyak atsiri Indonesia tetap kompetitif secara global (Nurchayani & Salqaura, 2023).

Posisi Spesialisasi Perdagangan Ekspor Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Internasional

Hasil analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) minyak atsiri Indonesia di pasar internasional ditunjukkan pada Gambar 3. Nilai ISP mencerminkan posisi Indonesia sebagai eksportir atau importir di pasar internasional.



Gambar 3. Diagram nilai ISP minyak atsiri Indonesia 2014–2023

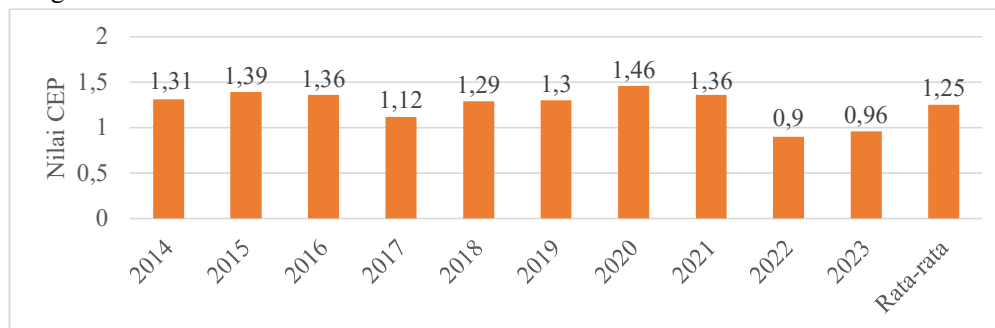
Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Gambar 3. menunjukkan bahwa nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) minyak atsiri Indonesia cenderung positif, yang mengindikasikan daya saing ekspor yang cukup kuat di pasar internasional. Namun, nilai ISP yang berfluktuasi dari tahun ke tahun mencerminkan ketidakstabilan peran Indonesia dalam perdagangan minyak atsiri. Pada 2014–2017, Indonesia berperan sebagai eksportir, namun pada 2018 dan 2022 nilai ISP menjadi negatif, menandakan peralihan sementara sebagai importir karena nilai impornya melebihi ekspor. Kondisi ini dipengaruhi oleh tingginya permintaan minyak atsiri dalam bentuk turunan di dalam negeri, sementara Indonesia lebih banyak memproduksi minyak atsiri mentah (Cahyaning, 2021). Nilai ISP kembali positif pada 2019–2021 dan 2023, menunjukkan upaya penguatan ekspor meski tingkat spesialisasinya belum stabil. Rata-rata nilai ISP selama 2013–2022 menurut Nurcahyani & Salqaura, (2023) adalah 0,08, dan meskipun terjadi sedikit peningkatan, tren fluktuatif menegaskan bahwa daya saing ekspor minyak atsiri Indonesia masih membutuhkan strategi keberlanjutan untuk memperkuat posisinya di pasar internasional.

Kinerja Ekspor Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Internasional

a. *Comparative Export Performance (CEP)*

Dalam menilai kinerja ekspor minyak atsiri Indonesia dibandingkan dengan rata-rata dunia, digunakan metode *Comparative Export Performance (CEP)*. Analisis ini membantu mengukur apakah ekspor minyak atsiri Indonesia memiliki keunggulan relatif atau justru mengalami penurunan daya saing.



Gambar 4. Diagram nilai CEP minyak atsiri Indonesia 2014–2023

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Berdasarkan Gambar 4. nilai rata-rata CEP selama 2014–2023 menunjukkan bahwa ekspor minyak atsiri Indonesia memiliki kinerja yang relatif lebih baik dibandingkan rata-rata dunia. Namun, kinerja ekspor ini mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014–2021, nilai CEP selalu di atas 1, yang mengindikasikan bahwa ekspor minyak atsiri Indonesia memiliki kinerja ekspor yang komparatif dibandingkan dengan rata-rata ekspor dunia. Namun, pada tahun 2022 dan 2023 nilai CEP turun ke 0,90 dan 0,96 mengindikasikan bahwa ekspor minyak atsiri Indonesia mulai mengalami penurunan dibandingkan tren global. Hal tersebut disebabkan oleh negara pesaing ekspor minyak atsiri seperti Amerika Serikat, Brazil, dan Cina memiliki harga yang lebih kompetitif.

Selain kinerja secara keseluruhan, Tabel 5. menunjukkan bahwa kinerja ekspor minyak atsiri Indonesia bervariasi di lima negara tujuan, yaitu Jerman, Belanda, Singapura, Spanyol, dan Swiss.

Tabel 5. Nilai CEP Minyak Atsiri Indonesia di Negara Tujuan 2014–2023

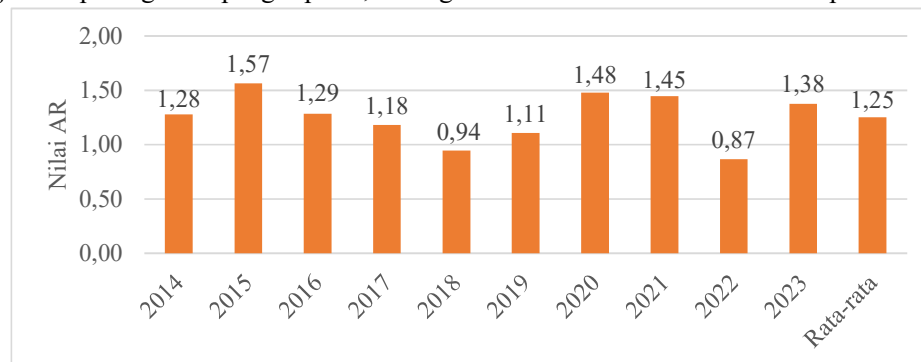
Tahun	Nilai CEP Indonesia di Lima Negara Tujuan				
	Jerman	Belanda	Singapura	Spanyol	Swiss
2014	2,36	1,36	1,31	3,30	5,02
2015	2,37	0,67	1,36	3,79	3,16
2016	1,91	0,82	1,22	3,29	2,30
2017	1,59	0,54	1,21	2,92	2,92
2018	1,90	1,27	1,04	3,10	2,96
2019	2,04	2,11	1,03	2,95	2,27
2020	2,31	2,37	1,37	3,40	1,25
2021	2,00	2,34	1,40	3,29	1,82
2022	1,92	1,42	1,06	3,04	2,15
2023	1,84	1,42	1,15	2,89	2,30
Rata-rata	2,02	1,43	1,22	3,20	2,61

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Berdasarkan Tabel 5. Spanyol tercatat sebagai negara dengan kinerja ekspor minyak atsiri tertinggi bagi Indonesia, dengan nilai rata-rata CEP sebesar 3,20, diikuti Swiss sebesar 2,61, menunjukkan daya saing yang baik meskipun fluktuatif. Jerman mencatat rata-rata CEP 2,02, namun tetap menghadapi tantangan karena tren yang tidak stabil. Belanda dan Singapura memiliki nilai CEP yang lebih rendah, masing-masing 1,43 dan 1,22, dengan Singapura menunjukkan stabilitas dan berperan sebagai pusat distribusi ulang. Kinerja ekspor ini dipengaruhi oleh dinamika industri hilir seperti parfum, kosmetik, farmasi, dan makanan yang sangat menentukan permintaan dan harga minyak atsiri (Dewan Atsiri Indonesia, 2009). Oleh karena itu, diperlukan strategi ekspor yang disesuaikan dengan karakteristik pasar masing-masing negara. Khususnya di Eropa, Indonesia perlu menonjolkan keunggulan produk melalui sertifikasi (terutama organik), cerita pemasaran yang kuat, komitmen CSR, serta penguatan akses dan keberlanjutan bahan baku untuk membangun reputasi dan daya saing di pasar global (CBI, 2018).

b. Acceleration Ratio (AR)

Gambar 5. menunjukkan fluktuasi *Acceleration Ratio* (AR) ekspor minyak atsiri Indonesia selama 2014–2023, mencerminkan dinamika daya saingnya di pasar internasional. Nilai AR di atas 1 menunjukkan peningkatan pangsa pasar, sedangkan nilai di bawah 1 menandakan pelemahan.



Gambar 5. Diagram nilai AR minyak atsiri Indonesia 2014-2023

Sumber: UN Comtrade (2024) (data diolah)

Selama periode 2014–2023, nilai *Acceleration Ratio* (AR) minyak atsiri Indonesia menunjukkan fluktuasi. Nilai AR di atas 1 pada 2014–2017 mencerminkan peningkatan pangsa pasar, namun turun menjadi 0,944 pada 2018 yang mengindikasikan pelemahan posisi ekspor. Pemulihan terjadi pada 2019–2021 dengan AR kembali di atas 1, sebelum turun lagi ke 0,868 pada 2022, dan akhirnya naik signifikan menjadi 1,378 pada 2023. Rata-rata nilai AR selama periode tersebut tercatat sebesar 1,25, menunjukkan tren positif secara keseluruhan. Sebagian besar ekspor minyak atsiri Indonesia ditujukan ke pasar Uni Eropa, namun pasar ini didominasi oleh perusahaan multinasional besar dengan jaringan distribusi luas, sehingga menyulitkan pelaku usaha kecil. Meski demikian, peluang tetap terbuka, khususnya di segmen kosmetik alami dan organik yang terus berkembang. Saat ini,

Indonesia mengeksport minyak atsiri (HS 3301) dan produk kosmetik (HS 3304), dengan minyak geranium sebagai komoditas utama (70% dari ekspor minyak atsiri), diikuti oleh minyak akar wangi. Namun, pertumbuhan ekspor minyak atsiri masih tertinggal dibandingkan produk kosmetik lainnya seperti make-up dan parfum (Lord *et al.*, 2010). Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah telah menerapkan berbagai kebijakan, termasuk pemberian insentif, pembukaan akses pasar baru, peningkatan kualitas dan daya saing produk, serta mendorong hilirisasi untuk meningkatkan nilai tambah (Waluyo, 2023). Selain itu, pelatihan kepada petani dan produsen terus dilakukan guna memperbaiki teknik budidaya dan penyulingan agar kualitas produk lebih kompetitif di pasar internasional (Adi, 2025). Upaya ini diharapkan mampu menjaga dan meningkatkan daya saing minyak atsiri Indonesia ke depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing ekspor minyak atsiri yang cukup kuat, dengan nilai RCA rata-rata 3,53 dan ECI 1,058, meskipun terdapat penurunan di beberapa negara tujuan. Analisis EPD mengungkapkan bahwa posisi Indonesia mengalami *retreat* di Jerman, Belanda, Singapura, dan Spanyol, serta *lost opportunity* di Swiss. Meski demikian, nilai ISP rata-rata 0,104 menunjukkan bahwa Indonesia tetap berspesialisasi sebagai negara eksportir minyak atsiri. Kinerja ekspor tergolong kompetitif, ditunjukkan oleh nilai CEP dan AR dengan rata-rata yang sama yaitu 1,25, yang mengindikasikan penguatan posisi Indonesia di pasar internasional. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas, hilirisasi, efisiensi rantai pasok, dan inovasi untuk menjaga dan meningkatkan daya saing minyak atsiri Indonesia secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. (2025). *Ekspor Minyak Atsiri dari Indonesia: Peluang dan Tantangan*. <https://jangkargroups.co.id/ekspor-minyak-atsiri-dari-indonesia/>. [Diakses pada 24 februari 2025]
- Akbar, F. M., & Widyastutik. (2022). Analysis of Competitiveness, Dynamics, and Determinants of Main Commodity Export Demand from Indonesia to United Kingdom. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 11(2), 108–131. <https://doi.org/10.29244/jekp.11.2.2022.108-131>
- Baga, L. M., Fariyanti, A., & Jahroh, S. (2011). *Kewirausahaan dan Daya Saing Agribisnis*. PT Penerbit IPB Press.
- Cahyaning, R. (2021). *Daya Saing dan Tingkat Persaingan Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Global* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. [https://repository.uinjt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/56872/1/RATDIN CAHYANING M.W-FST.pdf](https://repository.uinjt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/56872/1/RATDIN%20CAHYANING%20M.W-FST.pdf). [Skripsi]
- CBI. (2018). *Exporting essential oils for aromatherapy to Europe*. CBI Ministry of Foreign Affairs. <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/essential-oils-aromatherapy>. [Diakses pada 24 Maret]
- Dewan Atsiri Indonesia. (2009). *Minyak Atsiri Indonesia*. <https://minyakatsiriindonesia.wordpress.com/atsiri/>. [Diakses pada 23 Februari 2025]
- Esterhuizen, D. (2006). Measuring and Analysing Competitiveness In the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. *Isis*, 107(4), 823–824.
- Faradiva, A. (2020). *Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Atsiri Indonesia*. Universitas Hasanuddin. [Skripsi]
- Jati, K. (2022). Edukasi Manfaat Ekonomi Minyak Atsiri. *Prosiding the 4rd Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(2), 51–63.
- Julianto, T. S. (2016). *Minyak Atsiri Bunga Indonesia*. Deepublish. [https://chemistry.uin.ac.id/Tatang/Minyak Atsiri Bunga Indonesia_Watermark.pdf](https://chemistry.uin.ac.id/Tatang/Minyak%20Atsiri%20Bunga%20Indonesia_Watermark.pdf)
- Lestari, P. F. K., Ferhat, A., & Bimantio, M. P. (2023). Agribusiness Competitiveness Analysis of Indonesia Essential Oil As An Export Commodity In The International Market Using Revealed Comparative Advantage (RCA) Method. *AGRICULTURAL ECONOMICS: Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 7(1), 144–154. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/>

- Lord, M., Oktaviani, R., & Ruehe, E. (2010). *Indonesia's Trade Access to the European Union: Opportunities and Challenges* (Issue 41144). https://mpa.ub.uni-muenchen.de/41144/1/Indonesias_Trade_Access_to_the_European_Union.pdf.
- Nurcahyani, M., & Salqaura, S. S. (2023). Analisis Kinerja Ekspor Minyak Atsiri Indonesia Di Pasar Internasional. *Agrifo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i1.11771>
- Pradipta, A., & Firdaus, M. (2014). Posisi Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(2), 129–143. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/upcoming/view/7890>
- Purnamasari, M., Hanani, N., & Huang, W.-C. (2014). the Competitiveness Analysis of Indonesian Coffee Export. *AGRISE*, XIV(1), 58–66.
- Puspita, R. A., Imamah, L., & Cahyaning, R. (2021). Daya Saing Minyak Atsiri Indonesia di Pasar Global. *Konferensi Nasional PERHEPI XIX*, 140–149.
- Putri, S., & Retnaningsih, U. O. (2023). Strategi Indonesia Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekspor Komoditi Minyak Atsiri ke Amerika Serikat. *JOM FISIP*, 10(2), 58–71.
- Rachmaningtyas, A., Winarno, S. T., Hidayat, S. I., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., Nasional, U. P., Timur, V. J., Rungkut, J., No, M., & Timur, J. (2019). Competitiveness of Indonesian Coffee Exports in International Markets. *Journal of Islands Agribusiness*, 9(3), 252–266.
- Rubiyanto, D., Wicaksono, W. P., Mussawa, M. M., Fitri, N., Yuliyohrami, Isnaini, N., Wijaya, A. R., Tohar, & Dimas, M. (2023). *Pengembangan UMKM Berbasis Minyak Atsiri dan Bahan Alam*. Deepublish Digital.
- Tambunan, T. (2004). *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia.
- UN Comtrade. (2024). *United Nations Commodity Trade Statistics Database*. <https://comtrade.un.org/> [Diakses pada 20 Agustus 2024]
- Waluyo, D. (2023). *Harum Aroma Industri Minyak Atsiri*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7767/harum-aroma-industri-minyak-atsiri>. [Diakses pada 24 Februari 2025]