

Analisis Daya Saing dan Diversifikasi Pasar Ekspor Lada Indonesia dalam Mendukung Pengembangan Agribisnis Berorientasi Ekspor

Analysis of the Competitiveness and Export Market Diversification of Indonesian Pepper to Support Export Oriented Agribusiness Development

Aulia Nadhirah^{*1}, Dinu Saadillah², Aditya Nizar Al Ardi³, Rini Hardiyani²

¹Program Studi Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

²Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

³Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

*Email: aulia.nadhirah@polije.ac.id

(Diterima 21-06-2026; Disetujui 30-07-2026)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja ekspor, daya saing, konsentrasi pasar, dan dinamika pertumbuhan ekspor lada Indonesia di pasar global. Penelitian menggunakan data perdagangan internasional sekunder yang diperoleh dari United Nations Comtrade Database periode 2005–2024. Analisis dilakukan menggunakan analisis tren, *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), dan *Constant Market Share* (CMS). Hasil analisis tren menunjukkan bahwa ekspor lada Indonesia mengalami fluktuasi selama periode penelitian. Analisis RCA menunjukkan bahwa Indonesia secara konsisten memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan lada dunia, meskipun nilai RCA Indonesia masih berada di bawah Vietnam sebagai eksportir utama. Analisis HHI menunjukkan bahwa pasar ekspor lada Indonesia memiliki tingkat konsentrasi yang rendah dengan nilai HHI berkisar antara 0,02 sampai 0,06, yang mengindikasikan struktur pasar ekspor yang relatif terdiversifikasi. Sementara itu, hasil dekomposisi CMS menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor lada Indonesia terutama didorong oleh efek pertumbuhan pasar dunia yang memberikan kontribusi sebesar USD 370,35 juta dan efek distribusi pasar sebesar USD 101,75 juta. Sebaliknya, efek daya saing memberikan kontribusi negatif sebesar USD 399,86 juta, mengindikasikan penurunan daya saing relatif ekspor lada Indonesia. Secara keseluruhan, pertumbuhan ekspor lada Indonesia lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi pasar global yang menguntungkan dibandingkan oleh peningkatan daya saing. Meskipun Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif yang kuat dan pasar ekspor yang relatif terdiversifikasi, peningkatan produktivitas, kualitas produk, dan strategi pengembangan pasar ekspor diperlukan untuk memperkuat daya saing dan mempertahankan posisi Indonesia dalam perdagangan lada global.

Kata kunci: *constant market share*, daya saing, ekspor lada, *herfindahl hirschman index*, *revealed comparative advantage*

ABSTRACT

This study aims to analyze the export performance, competitiveness, market concentration, and growth dynamics of Indonesian pepper in the global market. The research utilizes secondary trade data obtained from the United Nations Comtrade Database covering the period 2005–2024. Several analytical approaches were employed, including trend analysis, Revealed Comparative Advantage (RCA), Herfindahl Hirschman Index (HHI), and Constant Market Share (CMS) analysis. The trend analysis indicates fluctuations in Indonesia's pepper exports during the study period. The RCA results show that Indonesia consistently maintains a comparative advantage in the global pepper market, although its RCA values remain below those of Vietnam. The HHI analysis reveals that Indonesian pepper exports are characterized by a low level of market concentration, with HHI values ranging from 0.02 to 0.06, indicating a relatively diversified export market structure. The CMS decomposition demonstrates that export growth was primarily driven by the world trade effect, which contributed USD 370.35 million, and the market distribution effect, which contributed USD 101.75 million. In contrast, the competitiveness effect recorded a negative contribution of USD 399.86 million, indicating a decline in Indonesia's relative export competitiveness. Overall, the findings suggest that Indonesia's pepper export growth is largely driven by favorable global market conditions rather than improvements in competitiveness. Although Indonesia continues to possess a strong comparative advantage and diversified export destinations, strengthening productivity, product quality, and export market strategies is essential to enhance competitiveness and sustain Indonesia's position in the global pepper trade.

Keywords: *competitiveness, constant market share, herfindahl hirschman index, pepper exports, revealed comparative advantage*

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas rempah yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan berperan penting pada perdagangan internasional adalah lada (*Piper nigrum* L.). Lada seringkali digunakan sebagai bahan baku kosmetik, farmasi, industri pangan, dan berbagai olahan lainnya sehingga permintaannya terus meningkat setiap tahunnya di pasar global (Yulianti et al., 2024). Berdasarkan proyeksi pasar global, permintaan lada dunia diperkirakan terus meningkat dengan laju pertumbuhan sekitar 5–6% per tahun hingga tahun 2030. Peningkatan tersebut didorong oleh berkembangnya industri makanan dan minuman, meningkatnya konsumsi produk rempah alami, serta ekspansi perdagangan rempah internasional (Jannah & Nuralina, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa komoditas lada masih memiliki prospek pasar yang menjanjikan dan membuka peluang bagi negara-negara produsen utama, termasuk Indonesia, untuk meningkatkan daya saing eksportnya (Hartanti et al., 2021).

Perdagangan lada dunia menunjukkan persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya produksi dari negara-negara eksportir utama. Data produksi dunia menunjukkan bahwa Vietnam masih menjadi produsen lada terbesar dengan produksi mencapai sekitar 262 ribu ton pada tahun 2024, diikuti oleh India sebesar 126 ribu ton dan Brasil sebesar 125 ribu ton (Kemenpan, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasar lada global semakin terkonsentrasi pada beberapa negara produsen utama yang memiliki kapasitas produksi dan efisiensi rantai pasok yang tinggi.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil lada terbesar di dunia dan telah lama dikenal sebagai pemasok lada hitam Lampung serta lada putih Muntok yang memiliki reputasi baik di pasar internasional (Wahyudi et al., 2017). Komoditas lada tidak hanya berperan sebagai sumber devisa negara, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi jutaan petani di berbagai sentra produksi seperti Bangka Belitung, Lampung, Kalimantan Barat, dan Sulawesi Tenggara. Keberadaan Indonesia sebagai anggota pendiri *International Pepper Community* (IPC) menunjukkan pentingnya peran Indonesia dalam perdagangan lada dunia. Organisasi tersebut dibentuk untuk mendorong konsumsi lada dunia, meningkatkan standar mutu, dan memperkuat kerja sama antarnegara produsen lada (Community, 2002).

Meskipun memiliki posisi yang strategis, kinerja ekspor lada Indonesia selama dua dekade terakhir menunjukkan perkembangan yang fluktuatif. Berdasarkan data UN Comtrade, nilai ekspor lada Indonesia meningkat dari sekitar USD 57,86 juta pada tahun 2005 menjadi USD 531,64 juta pada tahun 2015. Namun setelah mencapai puncaknya, nilai ekspor mengalami penurunan yang cukup tajam hingga hanya sekitar USD 141,84 juta pada tahun 2019 (Kemenpan, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya saing lada Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari perubahan harga internasional, peningkatan persaingan antarnegara eksportir, serta perubahan pola permintaan pasar global (Zahira & Renaldi, 2024).

Negara dengan tingkat ekspor lada tertinggi di dunia yaitu Vietnam. Keunggulan Vietnam didukung oleh produktivitas yang tinggi, pengembangan budidaya secara intensif, serta integrasi yang kuat dengan rantai pasok internasional. Selain itu, Vietnam menguasai sekitar sepertiga perdagangan lada dunia dan memiliki tingkat spesialisasi ekspor yang jauh lebih tinggi dibandingkan negara-negara pesaing lainnya (Hadi et al., 2023). Sedangkan di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala seperti produktivitas yang relatif rendah, kualitas produk yang belum seragam, keterbatasan inovasi pascapanen, dan rendahnya diversifikasi produk olahan lada (Ariesha, 2017).

Penelitian mengenai daya saing ekspor lada telah dilakukan oleh berbagai peneliti dengan pendekatan yang berbeda. Balassa (1965) memperkenalkan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) sebagai alat untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam perdagangan internasional. Pada komoditas lada, Gustrinazul (2023) menggunakan metode RCA untuk menganalisis daya saing ekspor lada Indonesia dan menemukan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat di pasar internasional. Sementara itu, Anggraeni (2023) meneliti daya saing lada Indonesia menggunakan kombinasi RCA dan Export Product Dynamics (EPD) sehingga mampu mengidentifikasi posisi kompetitif produk pada pasar tujuan ekspor. Di sisi lain, Safitri (2025) menganalisis konsentrasi pasar ekspor komoditas pertanian Indonesia menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI) dan menemukan bahwa diversifikasi pasar berperan penting dalam menjaga stabilitas ekspor. Adapun Jepma (1986) mengembangkan pendekatan *Constant Market Share* (CMS) yang banyak digunakan untuk mengidentifikasi sumber pertumbuhan ekspor berdasarkan efek pertumbuhan perdagangan dunia, distribusi pasar, dan daya saing.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji daya saing ekspor lada Indonesia, sebagian besar masih berfokus pada aspek tertentu secara terpisah seperti pengukuran keunggulan komparatif

menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), analisis posisi pasar melalui *Export Product Dynamics* (EPD), atau evaluasi konsentrasi pasar ekspor menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI). Penelitian terdahulu belum mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara daya saing, struktur pasar ekspor, dan sumber pertumbuhan ekspor lada Indonesia. Sedangkan pemahaman yang menyeluruh terhadap ketiga aspek tersebut diperlukan untuk menjelaskan apakah perubahan kinerja ekspor lebih dipengaruhi oleh keunggulan komparatif, diversifikasi pasar tujuan, atau pertumbuhan permintaan global. Oleh karena itu, diperlukan integrasi antara metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), dan *Constant Market Share* (CMS) dalam satu kerangka analisis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing dan dinamika pasar ekspor lada Indonesia di pasar global selama periode 2005–2024 menggunakan pendekatan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), dan *Constant Market Share* (CMS). Kombinasi ketiga metode tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi kompetitif Indonesia, tingkat diversifikasi pasar ekspor, serta faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kinerja ekspor lada dalam perdagangan internasional. Integrasi ketiga metode tersebut dengan cakupan data jangka panjang selama 20 tahun dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai arah pengembangan daya saing lada Indonesia di pasar global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor dan dinamika pasar lada Indonesia di pasar global. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder perdagangan internasional periode 2005–2024 yang diperoleh dari basis data UN Comtrade. Objek penelitian adalah ekspor lada Indonesia dengan klasifikasi HS 090411 (lada tidak dihancurkan atau digiling). Data yang digunakan meliputi nilai ekspor lada Indonesia, total ekspor Indonesia, nilai ekspor lada dunia, total ekspor dunia, serta nilai ekspor lada Indonesia ke negara-negara tujuan utama, yaitu Amerika Serikat, India, Vietnam, Tiongkok, Belanda, Jerman, Jepang, Malaysia, dan Prancis. Data dikumpulkan melalui metode dokumentasi dengan mengunduh data perdagangan tahunan dari UN Comtrade. Selanjutnya, data diolah dan dianalisis untuk mengukur tingkat daya saing ekspor serta mengidentifikasi dinamika pasar lada Indonesia di negara-negara tujuan ekspor utama selama periode penelitian.

Analisis dilakukan dengan mengombinasikan tiga indikator yang umum digunakan dalam studi perdagangan internasional, yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), dan *Constant Market Share* (CMS). Ketiga metode tersebut digunakan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai posisi daya saing ekspor lada Indonesia, tingkat konsentrasi pasar tujuan ekspor, serta faktor-faktor yang memengaruhi perubahan pangsa pasar ekspor. Adapun tahapan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Daya saing ekspor lada Indonesia dianalisis menggunakan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang dikembangkan oleh Balassa (1965). Indeks ini digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam mengekspor komoditas tertentu dibandingkan dengan kinerja ekspor komoditas yang sama di tingkat dunia. Dalam penelitian ini, nilai RCA Indonesia dibandingkan dengan negara-negara eksportir lada utama di pasar dunia, yaitu Vietnam, Brasil, dan India. Perbandingan tersebut bertujuan untuk mengetahui posisi daya saing ekspor lada Indonesia relatif terhadap negara-negara pesaing utama dalam perdagangan lada global. Rumus perhitungan indeks RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA = \frac{(X_{ij}/X_{it})}{(X_{wj}/X_{wt})}$$

Dimana:

X_{ij} : Nilai ekspor lada dari negara i ,

X_{it} : Total nilai ekspor lada dari negara i ,

X_{wj} : Nilai ekspor lada dunia;

X_{wt} : Total ekspor dunia

Nilai $RCA > 1$ menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam mengekspor komoditas lada, sedangkan $RCA < 1$ menunjukkan bahwa komoditas lada belum memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional. Semakin tinggi nilai RCA, semakin kuat tingkat daya saing ekspor suatu negara pada komoditas lada yang dianalisis. Dalam penelitian ini, nilai RCA dihitung setiap tahun selama periode 2005–2024 untuk mengkaji perkembangan dan dinamika daya saing ekspor lada Indonesia dibandingkan dengan negara-negara eksportir utama lainnya di pasar global.

b. *Herfindahl Hirschman Index* (HHI)

Konsentrasi pasar ekspor dianalisis menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi ekspor lada Indonesia pada negara-negara tujuan tertentu (Rhoades, 1993). Indeks HHI dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Dimana:

S_i = Pangsa ekspor lada Indonesia ke negara tujuan i (%)

n = Jumlah negara tujuan ekspor yang dianalisis

Nilai *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) berada pada rentang 0 hingga 1. Nilai HHI yang mendekati 1 menunjukkan tingkat konsentrasi pasar ekspor yang tinggi, yang berarti ekspor lada Indonesia didominasi oleh beberapa negara tujuan utama. Sebaliknya, nilai HHI yang mendekati 0 menunjukkan bahwa pasar ekspor lebih terdiversifikasi, dengan distribusi ekspor yang lebih merata di antara berbagai negara tujuan. Dalam penelitian ini, HHI dihitung berdasarkan pangsa ekspor lada Indonesia ke sembilan negara tujuan utama selama periode 2005–2024 untuk mengevaluasi tingkat konsentrasi pasar ekspor lada Indonesia.

c. *Constant Market Share Analysis* (CMS)

Dinamika ekspor lada Indonesia dianalisis menggunakan *Constant Market Share* (CMS). Metode ini digunakan untuk menguraikan perubahan kinerja ekspor ke dalam beberapa komponen yang mencerminkan pengaruh pertumbuhan permintaan pasar dunia dan tingkat daya saing suatu negara. Secara umum, model *Constant Market Share* (CMS) dirumuskan sebagai berikut (Fagerberg & Sollie, 1987):

$$\Delta X = \sum (r \cdot X_{ij}) + \sum (r_i - r) X_{ij} + \sum (r_{ij} - r_i) X_{ij}$$

Dimana:

ΔX = Perubahan nilai ekspor

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas i ke pasar atau negara tujuan j

r = Tingkat pertumbuhan total ekspor dunia

r_i = Tingkat pertumbuhan ekspor dunia untuk komoditas i

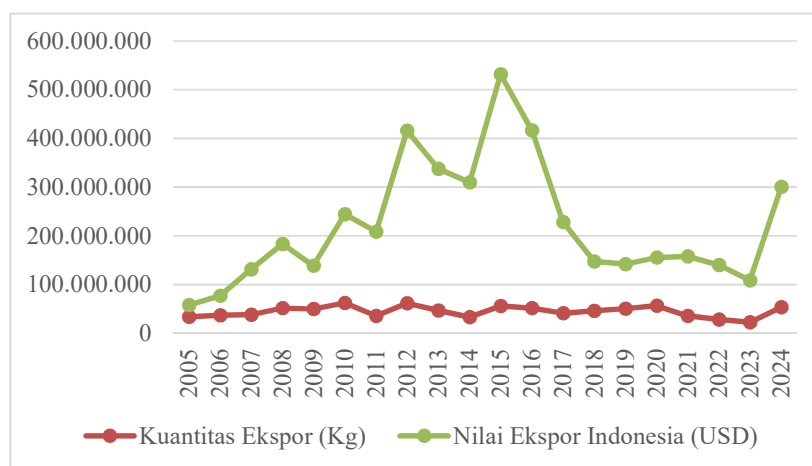
r_{ij} = Tingkat pertumbuhan ekspor komoditas i ke pasar atau negara tujuan j

Dalam penelitian ini, analisis *Constant Market Share* (CMS) diterapkan pada ekspor lada Indonesia ke negara-negara tujuan utama selama periode 2005–2024. Hasil analisis digunakan untuk menentukan apakah perubahan ekspor lada Indonesia lebih dipengaruhi oleh pertumbuhan permintaan pasar dunia atau oleh perubahan daya saing Indonesia di pasar internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tren Ekspor Lada Indonesia di Pasar Global

Data ekspor lada Indonesia diperoleh dari basis data perdagangan internasional UN Comtrade untuk komoditas lada dengan kode HS 090411 selama periode 2005–2024. Data tersebut digunakan untuk menganalisis perkembangan dan tren ekspor lada Indonesia di pasar global sebagaimana disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Tren Ekspor Lada Indonesia (2005–2024)

Sumber: UN Comtrade (2025)

Gambar 1 menunjukkan perkembangan nilai ekspor lada Indonesia selama periode 2005–2024. Secara umum, kinerja ekspor lada Indonesia mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, mencerminkan dinamika perdagangan rempah-rempah di pasar global. Pada awal periode pengamatan, nilai ekspor lada Indonesia menunjukkan tren yang meningkat, dari sekitar USD 57,86 juta pada tahun 2005 menjadi USD 183,36 juta pada tahun 2008. Peningkatan tersebut mengindikasikan adanya pertumbuhan permintaan internasional serta kondisi harga komoditas yang relatif menguntungkan pada periode tersebut.

Tren peningkatan ekspor berlanjut pada tahun-tahun berikutnya, dengan nilai ekspor mencapai USD 244,37 juta pada tahun 2010 dan meningkat signifikan menjadi USD 416,32 juta pada tahun 2012. Kinerja ekspor mencapai puncaknya pada tahun 2015 dengan nilai ekspor sekitar USD 531,64 juta. Pencapaian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan tingginya permintaan pasar global serta meningkatnya harga lada internasional yang berdampak positif terhadap penerimaan ekspor Indonesia (Balqis & Yanuar, 2021; Diamonds et al., 2024).

Setelah mencapai titik tertinggi pada tahun 2015, nilai ekspor lada Indonesia mengalami penurunan yang cukup tajam. Pada tahun 2016, nilai ekspor menurun menjadi USD 416,58 juta dan terus mengalami penurunan pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2019, nilai ekspor tercatat sekitar USD 141,84 juta. Tren penurunan ini berlanjut selama periode 2020–2023 dengan nilai ekspor yang berfluktuasi pada kisaran USD 108 juta hingga USD 157 juta. Kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh meningkatnya persaingan dari negara-negara eksportir utama seperti Vietnam dan Brasil, fluktuasi harga lada dunia, serta perubahan permintaan di pasar internasional (Azahari et al., 2021; Gustrinazul et al., 2023).

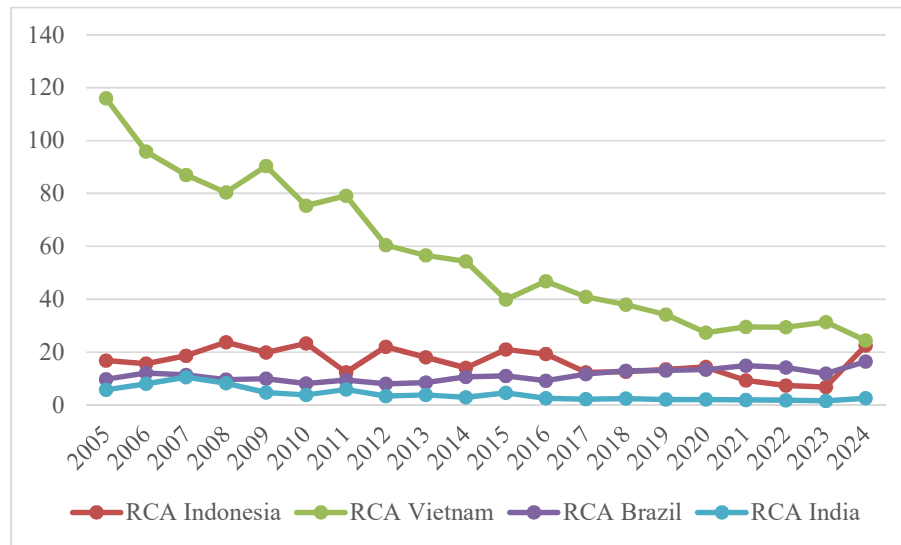
Meskipun demikian, pada tahun 2024 nilai ekspor lada Indonesia menunjukkan tanda-tanda pemulihan dengan peningkatan menjadi sekitar USD 300,73 juta. Kenaikan ini mengindikasikan adanya perbaikan kinerja ekspor sebagai respons terhadap perubahan kondisi pasar dan meningkatnya permintaan dari negara-negara tujuan ekspor.

Secara keseluruhan, perkembangan ekspor lada Indonesia selama periode pengamatan menunjukkan pola yang fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh dinamika pasar global. Perubahan permintaan internasional (Ibnu, 2023), volatilitas harga (Permana & Rifin, 2022), serta tingkat persaingan dengan negara-negara produsen utama (Juhari et al., 2024) menjadi faktor penting yang memengaruhi kinerja ekspor lada Indonesia. Oleh karena itu, upaya peningkatan daya saing dan diversifikasi pasar ekspor menjadi strategi yang penting untuk memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan lada dunia.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi Indonesia dalam perdagangan lada internasional, analisis selanjutnya difokuskan pada pengukuran daya saing ekspor menggunakan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Daya Saing Ekspor Negara-Negara Eksportir Utama Lada (Analisis *Revealed Comparative Advantage*)

Daya saing ekspor lada dianalisis menggunakan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Gambar 2 menunjukkan perkembangan nilai RCA negara-negara eksportir utama lada, yaitu Indonesia, Vietnam, Brasil, dan India selama periode 2005–2024.



Gambar 2. RCA Negara Eksportir Utama Lada (2005-2024)

Sumber: Diolah dari UN Comtrade (2025)

Hasil analisis pada gambar 2 menunjukkan adanya perbedaan tingkat spesialisasi ekspor yang cukup signifikan di antara negara-negara eksportir utama lada di pasar global. Vietnam mencatat nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) tertinggi selama periode pengamatan, terutama pada awal periode penelitian ketika nilainya melebihi 100. Nilai RCA yang sangat tinggi tersebut menunjukkan bahwa lada merupakan komoditas yang memiliki tingkat spesialisasi ekspor yang sangat kuat dalam struktur perdagangan Vietnam dibandingkan dengan struktur perdagangan dunia. Kondisi ini mencerminkan pesatnya perkembangan industri lada Vietnam sejak awal tahun 2000-an yang didukung oleh peningkatan produktivitas, perluasan areal budidaya, serta integrasi yang kuat dengan rantai pasok internasional (Tran et al., 2025). Meskipun nilai RCA menunjukkan tren menurun dari waktu ke waktu, nilainya tetap jauh lebih tinggi dibandingkan negara eksportir lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Vietnam masih mempertahankan posisinya sebagai eksportir lada paling kompetitif di pasar global. Penurunan RCA tersebut juga dapat dikaitkan dengan semakin terdiversifikasinya struktur ekspor Vietnam, terutama seiring dengan pesatnya pertumbuhan sektor manufaktur dan industri pengolahan dalam perekonomian negara tersebut (Vogiatzoglou, 2019).

Indonesia juga menunjukkan nilai RCA yang secara konsisten berada pada kategori tinggi, dengan kisaran sekitar 10 hingga 23 selama periode penelitian. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa lada tetap menjadi salah satu komoditas ekspor unggulan yang memiliki keunggulan komparatif kuat di pasar internasional. Namun demikian, nilai RCA Indonesia masih berada di bawah Vietnam dan menunjukkan fluktuasi yang relatif moderat dari waktu ke waktu. Pola ini mengindikasikan adanya perubahan dalam struktur ekspor nasional, di mana kontribusi relatif lada terhadap total ekspor cenderung menurun seiring meningkatnya peran komoditas ekspor lainnya. Selain itu, variasi produktivitas, luas areal tanam, serta kapasitas produksi antarwilayah penghasil lada di Indonesia juga berpotensi memengaruhi tingkat spesialisasi ekspor komoditas tersebut.

Sementara itu, Brasil mencatat nilai RCA yang relatif stabil, umumnya berada pada kisaran 10 hingga 15 sepanjang periode pengamatan. Stabilitas tersebut menunjukkan bahwa Brasil memiliki keunggulan komparatif yang konsisten dalam perdagangan lada dunia. Kondisi ini mencerminkan perkembangan industri lada Brasil yang berlangsung secara bertahap melalui peningkatan efisiensi budidaya, perbaikan manajemen perkebunan, perluasan area produksi, serta meningkatnya keterlibatan negara tersebut dalam perdagangan komoditas pertanian internasional (Moreira et al.,

2021). Faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap penguatan posisi Brasil sebagai salah satu eksportir lada utama di pasar global.

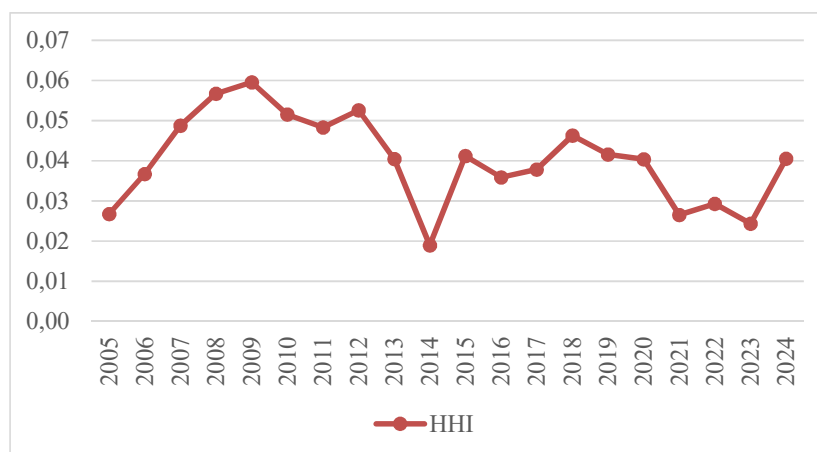
Sebaliknya, India menunjukkan nilai RCA terendah dibandingkan negara-negara yang dianalisis, dengan nilai yang umumnya berada di sekitar atau sedikit di atas ambang batas satu. Meskipun nilai tersebut masih mengindikasikan adanya keunggulan komparatif, besarnya nilai RCA yang relatif rendah menunjukkan bahwa lada memiliki kontribusi yang lebih kecil dalam struktur ekspor India dibandingkan dengan negara eksportir utama lainnya. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh struktur ekspor India yang lebih terdiversifikasi (Sabu et al., 2024) serta tingginya konsumsi domestik lada (Cariappa & Chandel, 2020) yang mengurangi proporsi produksi yang tersedia untuk pasar ekspor.

Secara keseluruhan, analisis RCA menunjukkan adanya dinamika daya saing yang berbeda di antara negara-negara eksportir utama lada dunia. Vietnam muncul sebagai negara dengan tingkat spesialisasi ekspor tertinggi, sedangkan Indonesia dan Brasil mempertahankan keunggulan komparatif yang kuat meskipun pada tingkat yang lebih moderat. Di sisi lain, India menunjukkan tingkat spesialisasi ekspor yang lebih rendah meskipun merupakan salah satu negara produsen lada tradisional. Perbedaan tersebut mencerminkan variasi dalam struktur produksi, orientasi ekspor, serta kondisi pasar domestik yang secara bersama-sama membentuk lanskap daya saing perdagangan lada global.

Konsentrasi Pasar Ekspor Lada Indonesia (Analisis *Herfindahl Hirschman Index*)

Untuk melengkapi analisis daya saing ekspor, struktur negara tujuan ekspor lada Indonesia selanjutnya dianalisis menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI). Indeks ini digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar ekspor sekaligus memberikan gambaran mengenai tingkat diversifikasi tujuan ekspor lada Indonesia. Nilai HHI yang lebih rendah menunjukkan struktur pasar ekspor yang lebih terdiversifikasi, sedangkan nilai HHI yang lebih tinggi mengindikasikan ketergantungan yang lebih besar pada sejumlah kecil negara tujuan ekspor. Perkembangan tingkat konsentrasi pasar ekspor lada Indonesia selama periode 2005–2024 disajikan pada gambar 3.

Struktur negara tujuan ekspor lada Indonesia dianalisis menggunakan HHI yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar berdasarkan distribusi pangsa ekspor antarnegara tujuan. Nilai HHI yang rendah menunjukkan tingkat diversifikasi pasar yang tinggi, sedangkan nilai yang lebih tinggi mengindikasikan konsentrasi ekspor pada sejumlah kecil negara tujuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai HHI ekspor lada Indonesia selama periode 2005–2024 berada pada kisaran 0,02–0,06 dan secara konsisten berada di bawah ambang batas 0,10 yang umumnya dikategorikan sebagai tingkat konsentrasi pasar yang rendah (Rhoades, 1993). Temuan ini menunjukkan bahwa pasar ekspor lada Indonesia relatif terdiversifikasi dan tidak bergantung pada satu negara tujuan tertentu.



Gambar 3. Tren Konsentrasi Pasar Ekspor Lada Indonesia Berdasarkan HHI (2005–2024)
Sumber: Diolah dari data UN Comtrade (2025)

Berdasarkan gambar 3, tingkat konsentrasi pasar ekspor lada Indonesia menunjukkan pola yang berfluktuasi selama periode pengamatan. Pada periode 2005–2009, nilai HHI meningkat dari sekitar 0,03 menjadi 0,06, yang mengindikasikan meningkatnya konsentrasi pasar ekspor. Namun demikian,

nilai tersebut masih berada pada kategori konsentrasi rendah sehingga belum menunjukkan ketergantungan yang tinggi terhadap pasar tertentu.

Setelah tahun 2009, nilai HHI mengalami penurunan hingga mencapai sekitar 0,02 pada tahun 2014, yang merupakan nilai terendah selama periode penelitian. Penurunan ini menunjukkan meningkatnya diversifikasi pasar ekspor, yang mengindikasikan bahwa distribusi ekspor lada Indonesia menjadi lebih merata ke berbagai negara tujuan. Diversifikasi pasar merupakan aspek penting dalam perdagangan internasional karena dapat mengurangi risiko yang timbul akibat perubahan permintaan atau kebijakan perdagangan di negara tujuan (Wang & Liu, 2023).

Pada periode 2015–2020, nilai HHI kembali meningkat dan berada pada kisaran 0,04–0,05. Meskipun terjadi peningkatan konsentrasi, nilainya tetap berada jauh di bawah ambang batas 0,10. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur pasar ekspor lada Indonesia tetap relatif terdiversifikasi meskipun terjadi perubahan dalam distribusi pasar tujuan. Selanjutnya, nilai HHI kembali menurun pada periode 2021–2023 sebelum meningkat secara moderat menjadi sekitar 0,04 pada tahun 2024. Fluktuasi tersebut mencerminkan adanya penyesuaian dalam struktur pasar ekspor sebagai respons terhadap dinamika perdagangan internasional.

Secara keseluruhan, hasil analisis HHI menunjukkan bahwa pasar ekspor lada Indonesia memiliki tingkat konsentrasi yang rendah dan diversifikasi yang relatif kuat. Kondisi ini memberikan keuntungan strategis karena dapat meningkatkan ketahanan ekspor terhadap fluktuasi pasar global serta mengurangi risiko ketergantungan pada pasar tertentu (Montes, 2025). Jika dikaitkan dengan hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), temuan ini menunjukkan bahwa Indonesia tidak hanya memiliki keunggulan komparatif yang kuat dalam perdagangan lada internasional, tetapi juga didukung oleh distribusi pasar ekspor yang relatif terdiversifikasi. Kombinasi kedua kondisi tersebut memperkuat daya saing dan keberlanjutan ekspor lada Indonesia di pasar global.

Dekomposisi Pertumbuhan Ekspor Lada Indonesia (Analisis *Constant Market Share*)

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai sumber-sumber perubahan kinerja ekspor lada Indonesia, penelitian ini menggunakan Analisis *Constant Market Share* (CMS). Metode ini digunakan untuk mendekomposisi pertumbuhan ekspor ke dalam tiga komponen utama, yaitu efek pertumbuhan perdagangan dunia (*world trade effect*), efek distribusi pasar (*market distribution effect*), dan efek daya saing (*competitiveness effect*). Hasil dekomposisi CMS untuk ekspor lada Indonesia selama periode penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Dekomposisi Pertumbuhan Ekspor Lada Indonesia Menggunakan Analisis CMS (2005-2024)

Komponen	Nilai (USD)
Efek Pertumbuhan Perdagangan Dunia	370,348,753
Efek Distribusi Pasar	101,747,054
Efek Daya Saing	-399,860,646
Total Perubahan Ekspor	72,235,161
Efek Pertumbuhan Pasar Dunia	0.631

Sumber: Diolah dari UN Comtrade (2025)

Hasil analisis *Constant Market Share* (CMS) menunjukkan bahwa ekspor lada Indonesia mengalami peningkatan sebesar USD 72,24 juta selama periode penelitian. Dekomposisi pertumbuhan ekspor mengindikasikan bahwa efek pertumbuhan pasar dunia (*world trade effect*) memberikan kontribusi positif terbesar, yaitu sebesar USD 370,35 juta, dengan tingkat pertumbuhan pasar dunia mencapai 63,1%. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan ekspor lada Indonesia terutama didorong oleh pertumbuhan permintaan global terhadap komoditas lada. Dengan kata lain, ekspansi pasar internasional memberikan peluang yang cukup besar bagi peningkatan ekspor Indonesia.

Selain itu, efek distribusi pasar (*market distribution effect*) juga memberikan kontribusi positif sebesar USD 101,75 juta. Hasil ini mengindikasikan bahwa distribusi ekspor lada Indonesia relatif terkonsentrasi pada pasar-pasar yang mengalami pertumbuhan impor lebih cepat dibandingkan rata-rata pertumbuhan perdagangan dunia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia mampu memanfaatkan peluang yang muncul di pasar internasional yang berkembang sehingga memberikan tambahan pertumbuhan ekspor di luar pengaruh pertumbuhan pasar dunia semata.

Sebaliknya, efek daya saing (*competitiveness effect*) menunjukkan nilai negatif yang cukup besar, yaitu sebesar USD 399,86 juta. Nilai negatif ini mengimbangi sebagian besar keuntungan yang

diperoleh dari pertumbuhan pasar dunia dan distribusi pasar. Temuan tersebut mengindikasikan adanya penurunan daya saing relatif ekspor lada Indonesia selama periode penelitian. Meskipun pasar lada dunia mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi, Indonesia belum mampu meningkatkan pangsa pasarnya secara proporsional dibandingkan negara-negara pesaing. Tantangan daya saing ekspor lada Indonesia tidak hanya berasal dari persaingan global, tetapi juga dari faktor internal seperti kontinuitas pasokan, kualitas produk, teknologi pengolahan, dan pemenuhan standar pasar internasional (Azahari et al., 2021).

Secara keseluruhan, hasil analisis CMS menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor lada Indonesia lebih banyak didorong oleh faktor eksternal dibandingkan peningkatan daya saing. Pertumbuhan permintaan global dan distribusi pasar yang relatif menguntungkan berhasil mendorong peningkatan ekspor, namun manfaat tersebut sebagian besar tereduksi oleh menurunnya daya saing ekspor Indonesia. Temuan ini sejalan dengan hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI). Meskipun Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif yang kuat dan struktur pasar ekspor yang relatif terdiversifikasi, kemampuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar di tengah persaingan global menunjukkan kecenderungan melemah.

Hasil penelitian ini mengindikasikan perlunya upaya penguatan daya saing ekspor lada Indonesia melalui peningkatan produktivitas, perbaikan kualitas produk, penerapan standar mutu yang lebih baik, serta pengembangan strategi pemasaran dan diversifikasi pasar ekspor. Langkah-langkah tersebut penting untuk memastikan bahwa Indonesia tidak hanya memperoleh manfaat dari pertumbuhan permintaan global, tetapi juga mampu meningkatkan posisi kompetitifnya dalam perdagangan lada dunia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis kinerja dan daya saing ekspor lada Indonesia di pasar global menggunakan analisis tren, *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), dan *Constant Market Share Analysis* (CMS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif yang kuat dalam perdagangan lada internasional serta didukung oleh struktur pasar ekspor yang relatif terdiversifikasi. Namun demikian, pertumbuhan ekspor lada Indonesia lebih banyak didorong oleh pertumbuhan permintaan pasar dunia dibandingkan oleh peningkatan daya saing ekspor itu sendiri.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan struktural antara keunggulan komparatif dan daya saing aktual. Meskipun Indonesia memiliki sumber daya dan posisi yang mendukung untuk bersaing di pasar global, kemampuan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar internasional masih menghadapi berbagai tantangan. Hasil analisis CMS menunjukkan bahwa kontribusi positif dari pertumbuhan pasar dunia dan distribusi pasar belum mampu diimbangi oleh peningkatan daya saing, yang tercermin dari nilai efek daya saing yang negatif.

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa keunggulan komparatif yang tinggi tidak selalu diikuti oleh peningkatan daya saing ekspor. Oleh karena itu, upaya peningkatan produktivitas, perbaikan kualitas produk, penguatan standar mutu, serta pengembangan strategi pemasaran dan penetrasi pasar yang lebih efektif menjadi faktor penting untuk memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan lada global. Langkah-langkah tersebut diperlukan agar Indonesia tidak hanya memperoleh manfaat dari pertumbuhan permintaan dunia, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasarnya secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. astuti, & Budiarti, W. (2023). Analisis Revealed Comparative Advantage dan Export Product Dynamic Komoditas Lada Indonesia dan Vietnam. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 111–132.
- Ariesha, Y. (2017). *Analisis komparasi daya saing ekspor lada indonesia terhadap vietnam dan malaysia di pasar asean*.
- Azahari, D. H., Purba, H. J., Erwidodo, Darwis, V., Dabukke, F. B. M., Hestina, J., & Yusuf, E. S. (2021). The competitiveness of Indonesia's pepper export and its challenges. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 892(1), 12074.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and "Revealed" Comparative Advantage. *The Manchester*

- School*, 33(2), 99–123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Balqis, P., & Yanuar, R. (2021). Daya saing ekspor lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa. *Forum Agribisnis*, 11(2), 182–194.
- Cariappa, A. G. A., & Chandel, B. S. (2020). Why are the pepper prices declining? An analysis of changing production and trade scenario in India. *Journal of Plantation Crops*, 48(1), 60–69.
- Community, I. P. (2002). *Agreement Establishing the International Pepper Community*. United Nations Treaty Collection.
- Diamonds, G. P. T. P., Harya, G. I., & Fitriana, N. H. I. (2024). Competitiveness of Indonesian Pepper in the International Market. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 1458–1466.
- Fagerberg, J., & Sollie, G. (1987). The method of constant market shares analysis reconsidered. *Applied Economics*, 19(12), 1571–1583.
- Gustrinazul. (2023). *Export Competitiveness Analysis of Pepper (Piper nigrum L.) in Indonesia, Vietnam, and Brazil*.
- Gustrinazul, S. H., Restuhadi, F., & Zulkifli, P. L. (2023). Export competitiveness analysis of pepper (Piper Nigrum L.) commodity in the international market. *Jurnal Agrinika: Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 7(02).
- Hadi, S., Restuhadi, F., & Lukmanasari, P. (2023). *Export Competitiveness Analysis of Pepper (Piper Nigrum L.) Commodity in the International Market*. 07(02).
- Hartanti, M. I., Fajrina, A., Agatis, J., & Dramaga, K. (2021). *Potensi Perdagangan Komoditas Lada dari Indonesia ke Vietnam sebagai Salah Satu Pasar Non-Tradisional*. 10(1), 55–71.
- Ibnu, M. (2023). Perubahan Produksi dan Perdagangan Negara-negara Produsen Lada Terbesar di Dunia dan Implikasinya bagi Indonesia. *Jurnal Agro Industri Perkebunan*, 27–42.
- Jannah, E. M., & Nurmulina, R. (2021). *Aliran Perdagangan Lada Indonesia di Pasar Internasional*. 8(2), 60–76.
- Jepma, C. J. (1986). *Extensions and Application Possibilities of the Constant Market Shares Analysis: The Case of the Developing Countries' Exports*. University Press.
- Juhari, J., Susanto, D., Yani, A., & Hasanuddin, H. (2024). Competitiveness of pepper commodity as a flagship product to compete in the global market. *Journal of Social Science (JoSS)*, 3(12), 903–916.
- Kemenpan. (2025). *Buku Outlook Komoditas Perkebunan Lada*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Montes, J. (2025). Diversification and Corporate Strategy of Agricultural Products Exports from a Developing Country. *Corporate and Business Strategy Review*, 6, 138–148.
- Moreira, W. K., Beneduzzi, H. M., Alves, F. de L., Machado, S. R. C., de Mendonca, A. S., & da Silva, R. T. L. (2021). Production Chain of Black Pepper In Brazil. *Nucleus (16786602)*, 18(2).
- Permana, B. L. D. I., & Rifin, A. (2022). The Exchange Rate Volatility Impact On Agricultural Trade: An Evidence From Indonesian Pepper Export. *Journal of Management & Agribusiness/Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 19(1).
- Rhoades, S. A. (1993). The herfindahl-hirschman index. *Fed. Res. Bull.*, 79, 188.
- Sabu, S. S., Kuruvila, A., & Devi, P. I. (2024). Navigating Changes: Trends and Challenges in the Indian Black Pepper Trade. *Indian Journal of Agricultural Economics*, 79(4), 928–943.
- Safitri, F. I. (2025). Analysis of Market Structure and Competitiveness of Indonesian Pepper Exports Against Vietnam, China, The United States and Germany. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research (JABTER)*, 4(3), 484–497. <https://doi.org/10.54408/jabter.v4i3.386>
- Tran, T. T. H., Le, T. P., Pham, N. H., Lai, Q. D., Hoang, Q. T., Cung, T. T. Q., & Nguyen, H. D. (2025). Development of odor lexicons for black pepper grown in some provinces in Vietnam. *Engineering and Technology For Sustainable Development*, 35(1), 32–43.
- Vogiatzoglou, K. (2019). Export composition and long-run economic growth impact: A cointegration analysis for ASEAN 'Latecomer' economies. *Margin: The Journal of Applied Economic*

Research, 13(2), 168–191.

Wahyudi, F., Rifin, A., & Utami, A. D. (2017). *Menuju Agribisnis Indonesia Yang Berdaya Saing*. FEM IPB.

Wang, Z., & Liu, H. (2023). Can export market diversification mitigate agricultural export volatility? A trade network perspective. *Emerging Markets Finance and Trade*, 59(7), 2234–2251.

Yulianti, S., Zahra, A., Fadiya, K., & Nola, L. (2024). *Kajian Daya Saing Lada Hitam Indoneisa di Pasar Internasional Study of the Competitiveness of Indonesian Black Pepper in the International Market*. 7(2), 181–187.

Zahira, G., & Renaldi, E. (2024). *Analisis Daya Saing Perdagangan Lada Indonesia Trade Competitiveness Analysis of Indonesian Pepper*. 10(2015), 3178–3185.