

**ANALISIS DAYA SAING EKSPOR JAHE INDONESIA
DI PASAR INTERNASIONAL**

***COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN GINGER EXPORT
IN GLOBAL MARKET***

Kresna Aris Rusnaldi*, Wiludjeng Roessali, Suryani Nurfadillah

Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

*Email: kresnaarisr@gmail.com

(Diterima 01-09-2022; Disetujui 26-12-2022)

ABSTRAK

Jahe merupakan komoditas tanaman herbal dengan potensinya yang tinggi pada kegiatan ekspor diantara jenis tanaman herbal lainnya. Potensi ini menjadi peluang bagi komoditas jahe Indonesia untuk memiliki daya saing di tingkat dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif ekspor komoditas jahe Indonesia di pasar global, serta menganalisis perkembangan dan proyeksi ekspor komoditas jahe Indonesia di pasar global. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2021 hingga Februari 2022. Penelitian menggunakan metode Analisis Data Sekunder (ADS) dalam bentuk deret waktu (*time series*) berupa data ekspor jahe Indonesia ke pasar global periode 2013-2020 yang berasal dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, dan Trade Map, *International Trade Centre* (ITC). Metode analisis data menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif ekspor jahe Indonesia di pasar global, analisis *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk menganalisis keunggulan kompetitif ekspor jahe Indonesia di pasar global dan analisis tren untuk menjawab perkembangan ekspor dan proyeksi jahe Indonesia di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor jahe Indonesia ke pasar global pada tahun 2013-2020 dengan analisis nilai RCA menunjukkan rata-rata nilainya sebesar 2,07 dan ECI sebesar 0,92. Nilai RCA >1 menunjukkan bahwa jahe Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar global, namun nilai ECI <1 menunjukkan bahwa jahe Indonesia secara kompetitif tidak berdaya saing. Hasil analisis tren dan proyeksi menunjukkan bahwa nilai ekspor jahe Indonesia ke pasar global pada 2013-2020 memiliki tren yang menurun dan proyeksi untuk 5 tahun mendatang hasilnya menurun.

Kata kunci: daya saing, jahe, komparatif, kompetitif

ABSTRACT

Ginger is a herbal plant commodity with a high potential for export activity among other types of herbal plants. This potential is an opportunity for Indonesian ginger commodities to have competitiveness at the world level. This study aims to analyze the comparative and competitive advantages of Indonesian ginger exports in the global market, as well as to analyze the development and projections of Indonesian ginger exports in the global market. The study was carried out from September 2021 to February 2022. The study used the Secondary Data Analysis method in the form of a time series in the form of data on Indonesian ginger exports to the global market for the period 2013-2020 which came from various sources such as the Central Statistics Agency (Badan Pusat Statistik/BPS), The Center for Agricultural Data and Information Systems, Ministry of Agriculture, and Trade Map, International Trade Center (ITC). The data analysis method uses Revealed Comparative Advantages (RCA) analysis to analyze the comparative advantages of Indonesian ginger exports in the global market, Export Competitiveness Index (ECI) analysis to analyze the competitive advantages of Indonesian ginger exports in the global market and trend analysis to answer export developments and projections of Indonesian ginger in the global market. The results showed that Indonesia's ginger exports to the global market in 2013-

2020 with an analysis of the RCA value showed an average value of 2.07 and an ECI of 0.92. The RCA value >1 indicates that Indonesian ginger has a comparative advantage in the global market but the ECI value <1 indicates that Indonesian ginger is competitively uncompetitive. The results of trend analysis and projections show that the export value of Indonesian ginger to the global market in 2013-2020 has a declining trend and the projection for the next 5 years is decreasing.

Keywords: competitiveness, ginger, comparative, competitive

PENDAHULUAN

Tanaman biofarmaka Indonesia yang terkenal dengan ekspor tertinggi yaitu jahe. Jahe Indonesia menduduki posisi teratas di tingkat ekspor dalam kelompok jenis rimpang atau biofarmaka karena jahe menjadi tanaman herbal terfavorit di berbagai negara, pada negara maju konsumsi herbal mencapai sekitar 50-75% dan untuk negara berkembang mencapai sekitar 80%. Volume ekspor jahe pada tahun 2015 bernilai 17.525 USD hingga pada tahun 2019 berada di nilai 4.526 USD (Trade Map, 2021).

Perkembangan volume ekspor jahe Indonesia selama periode tahun 1996-2013 mengalami peningkatan begitu juga dengan volume impornya. Namun pada tahun 2015-2019 terjadi penurunan pada nilai ekspor dan impornya. Jahe Indonesia pada periode tahun 1996-2013 mengalami peningkatan yaitu sebesar 57,67% per tahun (nilai ekspor) dan 240,13% per tahun (nilai impor). Nilai ekspor jahe tahun 1996 sebesar 19,75 ribu USD kemudian pada tahun 2013 sebesar 14,91 ribu USD. Sementara nilai

impor pada tahun 1996 adalah sebesar 56 ribu USD dan tahun 2013 sebesar 5.93 ribu USD. Pada tahun 2013, Indonesia mengimpor jahe dari 12 negara. Negara asal impor terbesar jahe adalah China yang berkontribusi sebesar 72,20%, diikuti Malaysia dengan kontribusi 18,15% dari total impor jahe Indonesia (Kementerian Pertanian, 2014). Tahun 2015-2019 terjadi penurunan nilai ekspor jahe Indonesia di pasar dunia, Mulai dari tahun 2015 yang merupakan pendapatan tertinggi ekspor jahe, tetapi hal ini juga bagian dari awalan penurunan pendapatan ekspor jahe Indonesia, pada tahun ini pendapatannya senilai 17.525 USD, terus menurun hingga pada tahun 2019 pendapatan ekspor senilai 4.526 USD (Trade Map, 2021).

Performa ekspor komoditas jahe Indonesia di pasar global seringkali mengalami penurunan yang kontradiktif mengingat posisinya sebagai komoditas tanaman herbal yang berpotensi di tingkat nasional dalam kelompok jenis rimpang atau biofarmaka yang paling banyak diekspor. Perbandingan dan pengujian

kompetitif akan disandingkan dengan negara produsen serta pengeksportir jahe tertinggi secara global yaitu China, India, Thailand dan Nepal yang menduduki 10 besar di dunia. Hal ini untuk membuktikan keunggulan ekspor jahe Indonesia dengan negara posisi yang sedang di atas dan di bawahnya (Trade Map, 2021). Hal tersebut tentunya menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana sebenarnya daya saing ekspor komoditas jahe Indonesia di pasar dunia ketika dibandingkan dengan negara India, China, Thailand dan Nepal, serta tren proyeksi perkembangan ekspor jahe Indonesia di pasar global.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai analisis daya saing ekspor jahe Indonesia ini dilaksanakan pada bulan September 2021 hingga Februari 2022 dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder (ADS).

Metode Analisis Data dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk data deret waktu (*time series*). Periode waktu yang digunakan pada penelitian ini adalah tahun 2013-2020. Data sekunder diperoleh dari beberapa sumber yaitu Badan Pusat Statistik

(BPS), Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, dan Trade Map (*International Trade Centre*), serta informasi lain yang bersumber dari pustaka lainnya. Data yang digunakan berupa data volume dan nilai ekspor jahe Indonesia, ekspor jahe dunia, serta ekspor jahe dari 4 negara eksportir jahe lainnya di pasar dunia yaitu India, China, Thailand dan Nepal sebagai data pembandingan yang digunakan dalam analisis RCA dan ECI.

Revealed Comparative Advantages

Analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA) merupakan metode analisis yang membandingkan pangsa pasar ekspor komoditas tertentu di suatu negara dengan pangsa pasar komoditas tertentu negara lainnya yang menunjukkan daya saing suatu negara (Hardiansyah *et al*, 2015). Rumus RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_{it}}{X_{wj} / X_{wt}} \quad (\text{Samah, 2018})$$

Keterangan :

X_{ij} : Nilai ekspor komoditas j dari negara i

X_{it} : Nilai ekspor total dari negara i

X_{wk} : Nilai ekspor dunia komoditas j

X_{wt} : Nilai ekspor total dunia

Apabila nilai RCA komoditas j di negara i adalah lebih besar dari satu (>1), berarti negara tersebut memiliki

keunggulan komparatif untuk komoditas tersebut dalam perdagangan internasional. Sebaliknya, bila nilai RCA lebih kecil dari satu (<1) maka negara i tidak memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas tersebut dalam perdagangan internasional (Astuty dan Zamroni, 2010). Nilai RCA yang lebih kecil dari 1 atau mendekati 0 maka negara tersebut memiliki daya saing yang lemah pada komoditas tersebut (Hardiansyah *et al.*, 2015).

Export Competitiveness Index

Metode *Export Competitiveness Index* (ECI) digunakan untuk menganalisis tingkat daya saing komoditas di suatu negara secara kompetitif. ECI menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar global terhadap komoditas pada periode tertentu (t) dibandingkan dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar global terhadap komoditas tersebut pada periode sebelumnya ($t-1$). Rumus ECI adalah sebagai berikut :

$$ECI = \frac{(X_{ij} / X_w)_t}{(X_{ij} / X_w)_{t-1}} \text{ (Saboniene, 2009).}$$

Keterangan :

X_{ij} : Nilai ekspor komoditas j oleh negara i

X_w : Nilai ekspor internasional komoditas j

t : periode waktu

$t-1$: periode waktu sebelumnya

Apabila nilai ECI jahe negara yang diteliti baik Indonesia, India, China, Thailand maupun Nepal lebih besar dari satu (>1) dapat diartikan bahwa komoditas jahe tersebut menghadapi peningkatan tren daya saing dan mampu dalam menciptakan peluang pasar (Harniati dan Jamil, 2020). Namun, apabila nilai ECI lebih kecil dari satu (<1), dapat diartikan bahwa komoditas tersebut menghadapi kemungkinan penurunan pangsa pasar atau daya saing yang melemah. Nilai ECI dapat diartikan sebagai rasio pertumbuhan komoditas tertentu di suatu negara terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut di pasar global. Sebuah negara dalam bersaing dan mempertahankan posisinya di pasar global, hendaknya memiliki nilai kompetitif yang lebih besar dari satu (Firmansyah, 2016).

Analisis Tren dan Proyeksi

Perkembangan dan proyeksi mengenai nilai dan volume ekspor dapat diselesaikan menggunakan analisis tren. Pengolahan analisis tren menggunakan bantuan *software* Minitab. Pemilihan model pada analisis tren (Linear, Kuadratik, Pertumbuhan eksponensial dan *S-Curve*) didasarkan pada nilai *error*

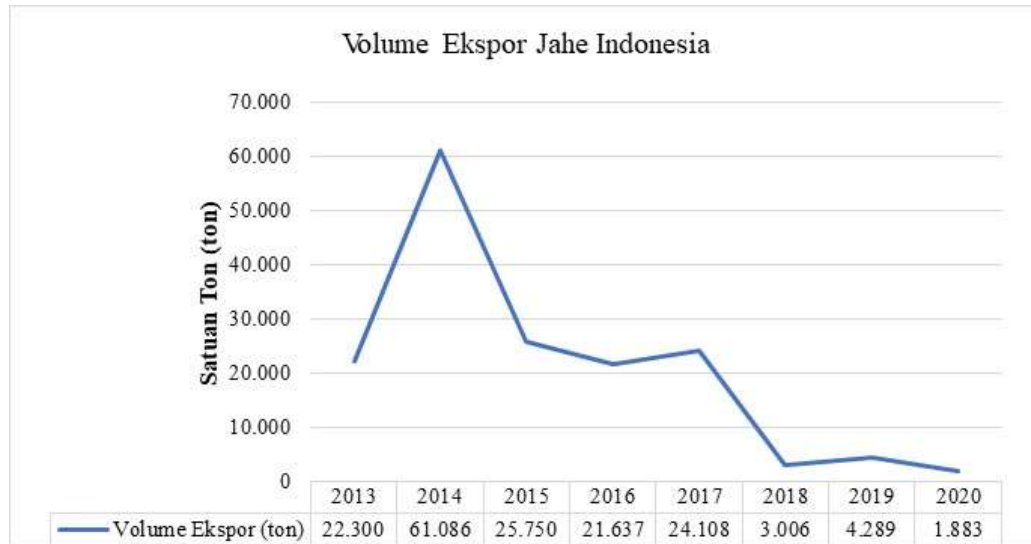
MSD, MAD dan MAPE. Semakin kecil nilai mada MSD, MAD dan MAPE menunjukkan tingkat error yang semakin rendah (Santoso, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekspor Jahe Indonesia

Jahe merupakan komoditas yang termasuk ke dalam tanaman herbal atau biofarmaka, komoditas ini diekspor oleh Indonesia ke pasar global. Berdasarkan data Trademap (2022), perkembangan

ekspor jahe Indonesia dalam bentuk jahe tidak dihancurkan atau ditumbuk (*ginger neither crushed nor ground*) pada periode tahun 2013-2020 tercatat bahwa pendataan ekspornya sangat fluktuatif dari tahun ke tahunnya dengan rata-rata pertumbuhan volume ekspor senilai 2% per tahunnya. Rata-rata volume ekspor jahe Indonesia pada rentang tahun 2013-2020 adalah 20.507.375 kg dengan nilai ekspor rata-rata senilai 14.249USD.



Gambar 1. Volume Ekspor Jahe Indonesia Periode Tahun 2013-2020

Volume dan nilai ekspor jahe Indonesia ke pasar global menunjukkan nilai tertinggi pada tahun 2014 dengan volume ekspor mencapai 61.086.000 kg dan nilai ekspor mencapai 48.719 USD. Tingginya volume ekspor jahe Indonesia pada tahun 2014 disebabkan oleh meningkatnya volume ekspor yang cukup

tinggi dengan nilai 22.300.000 kg pada tahun 2013, kemudian menjadi 61.086.000 kg pada tahun 2014. Besarnya volume ekspor jahe Indonesia pada tahun 2014 dipengaruhi oleh tingginya produksi jahe Indonesia yang pada saat itu mencapai 226.114.819 kg (Kementerian Pertanian, 2018). Faktor

lainnya yang mempengaruhi tingginya volume ekspor jahe pada tahun 2014 adalah adanya peningkatan luas panen. Menurut data Kementerian Pertanian (2018), peningkatan luas panen jahe dari tahun 2013 ke tahun 2014 tersebut bahkan mencapai angka 173,9%. Volume ekspor jahe Indonesia setelah mengalami kenaikan yang signifikan di tahun 2014 kembali mengalami penurunan drastis pada tahun selanjutnya mulai dari tahun 2015-2016 dengan persentase penurunan hingga -36,9%. Menurut data Statistik Tanaman Biofarmaka BPS (2021), penurunan volume ekspor jahe dipengaruhi oleh menurunnya luas panen jahe pada tahun 2015 dari 150.372.408 m² ke angka 125.528.575 m² pada tahun 2016.

Volume dan nilai ekspor jahe Indonesia terendah pada rentang tahun 2013-2020 ditunjukkan di tahun 2020 dengan volume ekspor 1.883.000 kg, serta nilai ekspor yang hanya mencapai senilai 3.788 USD. Rendahnya volume dan nilai ekspor jahe Indonesia pada tahun 2020 dipengaruhi oleh menurunnya luas panen jahe nasional. Menurut data BPS (2021), rendahnya volume ekspor jahe Indonesia pada tahun 2020

dipengaruhi oleh penurunan luas panen jahe hingga 6,253,577 m² dengan persentase penurunan luas panen hingga -7,75%. Penurunan volume ekspor jahe Indonesia juga dipengaruhi oleh hadirnya pandemi di tahun 2019. Aktivitas ekspor dan impor pada tahun 2019 mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Ekspor menurun sekitar 6,85% dan impor menurun lebih dalam yaitu mencapai 9,53%, tercatat pada data di BPS Penurunan ekspor terjadi hampir disemua sektor. Sementara itu, nilai impor yang menurun disebabkan oleh penurunan impor barang konsumsi yang mencapai 16,8% (Zatira *et al.*, 2021). Penurunan pada komponen barang konsumsi menunjukkan daya beli masyarakat mengalami penurunan. Penurunan transaksi perdagangan internasional ini juga mempengaruhi perekonomian domestik Indonesia. Sesuai dengan pendapat Sedyaningrum *et al.* (2016), tingginya impor akan menurunkan produksi dalam negeri berdampak pada tingginya pengangguran dan pendapatan menurun serta daya beli masyarakat ikut turun.



Gambar 2. Nilai Ekspor Jahe Indonesia Periode Tahun 2013-2020

Berdasarkan Gambar 2 bahwa nilai ekspor jahe Indonesia memiliki nilai tertinggi pada tahun 2014. Tingginya nilai tersebut dipengaruhi oleh tingginya volume ekspor Indonesia yang mencapai angka 61.086.000 kg, dimana volume ekspor tersebut merupakan volume ekspor tertinggi selama periode tahun 2013-2020. Tingginya nilai ekspor jahe Indonesia tahun 2014 juga didukung oleh bertambahnya produksi dan luas area panen jahe Indonesia dari berbagai pulau Indonesia. Sesuai yang tercatat di PUSDATIN (2015), pada tahun 2011-2014, laju pengembangan luas panen, produksi dan produktivitas jahe Indonesia meningkat masing-masing 21,29%, 25% dan 11% per tahun karena kenaikan dari berbagai provinsi Indonesia. Produktivitas jahe nasional pada tahun

2005-2006 hanya 1,36 kg/m², pada tahun 2011 meningkat menjadi 1,6 kg/m² dan pada tahun 2014 terus meningkat menjadi 2.20 kg/m².

Analisis Nilai RCA Ekspor Jahe Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh indeks RCA seperti pada Tabel 1.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai RCA jahe Indonesia pada periode 2013-2017 secara berturut-turut terus memiliki nilai lebih dari satu (>1) dan pada tahun 2018-2020 nilai RCA-nya kurang dari satu (<1), rata-rata nilai RCA dari tahun 2013-2020 hanya mencapai 2,07. Nilai RCA jahe Indonesia tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif hanya pada tahun 2013-2017 dan memiliki daya saing

untuk ekspor komoditas jahe di pasar global, namun untuk tahun 2018-2020 jahe Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing. Menurut Widyaningtyas dan Widodo (2017), Jika nilai indeks RCA suatu negara untuk komoditas tertentu memiliki nilai lebih besar dari satu (>1),

maka negara yang bersangkutan memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia untuk komoditas tersebut. Rata-rata dari periode 2013-2020 jahe Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing untuk komoditasnya dalam perdagangan secara global.

Tabel 1. Nilai RCA Negara Eksportir Jahe di Pasar Global

Tahun	Nilai RCA			
	Indonesia	India	China	Thailand
2013	2,65	1,88	5,65	4,87
2014	6,07	2,77	4,86	3,69
2015	2,91	3,46	4,56	2,96
2016	1,86	3,01	4,61	3,70
2017	1,78	1,91	4,17	10,54
2018	0,41	1,47	4,29	8,32
2019	0,56	2,09	4,51	4,65
2020	0,32	3,87	3,60	3,58
Rata-rata	2,07	2,56	4,53	5,29

Sumber : Trade Map (2021), diolah

Nilai RCA komoditas jahe Indonesia menunjukkan angka yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Nilai RCA jahe Indonesia hanya sekali mengalami kenaikan di dalam priode 2013-2020 yaitu pada tahun 2014 senilai 6,07, sedangkan di tahun selanjutnya nilai RCA terus menurun hingga tahun 2018-2020 sudah tidak lagi memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing. Penurunan Nilai RCA pada tahun 2018-2020 dipengaruhi oleh berkurangnya ekspor jahe Indonesia ke pasar Internasional, hal ini terjadi karena alih fungsi lahan yang menjadikan jahe Indonesia luas panen dan jumlah

produksi menurun, serta pada tahun 2020 terjadinya pandemi Covid-19 yang membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk membatasi ekspor jahe Indonesia ke pasar global dan memfokuskan masyarakat untuk mengkonsumsi jahe agar diharapkan peningkatan imunitas tubuh (Sutana dan Dwipayana, 2020). Nilai RCA tertinggi diperoleh pada tahun 2014 dan 2015 senilai 6,07 dan 2,91 dimana pada tahun 2014 Indonesia juga memperoleh nilai ekspor jahe paling tinggi selama periode 2013-2020. Nilai RCA jahe Indonesia pada lima tahun terakhir yaitu pada tahun

2016-2020 mengalami penurunan -4,72% setiap tahunnya.

Empat negara yang di sandingkan sebagai kompetitor jahe Indonesia merupakan sepuluh teratas pengekspor jahe di pasar global diantaranya mulai dari posisi pertama yaitu India, Nigeria, China, Nepal, Indonesia, Thailand, Camerun, Bangladesh, Jepang dan Filipina. Indonesia dan empat negara pengekspor jahe ini menduduki posisi sepuluh teratas di pasar global dalam ekspornya terlihat dari volume dan nilai ekspor (Trade Map, 2021). Hasil analisis nilai RCA pada periode tahun 2013-2020 pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan ke-5 bila dibandingkan dengan negara sepuluh eksportir teratas. Rata-rata nilai RCA jahe Indonesia masih kalah bersaing dan berada di bawah Nepal sebagai pemegang posisi ke-1, Thailand di posisi ke-2, China posisi ke-3 dan India berada di posisi ke-4, namun nilai RCA negara India tidak terlalu jauh dari Indonesia yang berada di posisi ke-5.

Ekspor jahe Nepal, Thailand, China dan India apabila dilihat secara keseluruhan dalam satu windu terus memperoleh indeks RCA lebih dari satu (>1), sedangkan nilai RCA pertahun pada jahe Indonesia yang lebih dari satu (>1)

hanya di tahun 2013-2017, pada tahun selanjutnya di 2018-2020 nilai RCA jahe Indonesia kurang dari (>1), nilai RCA tersebut menunjukkan kurangnya keunggulan komparatif untuk disandingkan dengan pengekspor jahe lainnya. Indeks RCA menggambarkan efektivitas dalam memproduksi suatu komoditi, ekspor jahe Indonesia kurang stabil setelah penurunan produksi pada tahun 2017-2019. Negara dengan nilai RCA lebih tinggi dibandingkan negara lain menunjukkan bahwa negara tersebut mampu memproduksi komoditi dengan lebih efektif (Safitri dan Kartiasih, 2019).

Analisis Nilai ECI Jahe Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai ECI seperti pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis nilai ECI pada Tabel 2. dapat diketahui bahwa ekspor jahe Indonesia memiliki keunggulan kompetitif hanya pada tahun 2014, 2017 dan 2019 dengan nilai lebih dari satu (>1) yaitu senilai 2,21 pada tahun 2014, senilai 1,02 pada tahun 2017 dan senilai 1,32 pada tahun 2019 sebagai nilai ECI tertinggi. Indeks ECI tersebut menjelaskan bahwa kenaikan nilai ekspor jahe Indonesia dalam satu windu terakhir terjadi hanya pada tahun 2014, 2017 dan 2019, mengingat nilai ECI diperoleh dari rasio nilai ekspor pada suatu periode

dibandingkan dengan periode sebelumnya. Rata-rata nilai ECI ekspor jahe Indonesia selama periode 2013-2020 menjelaskan bahwa Indonesia masih belum memiliki keunggulan kompetitif dalam perdagangan komoditas jahe di pasar global dengan nilai kurang dari satu (<1) yaitu senilai 0,92. Menurut pendapat Ariessa *et al.* (2019) suatu komoditas

yang diekspor oleh suatu negara akan dapat bersaing di pasar dunia apabila memiliki indeks kompetitif ECI yang nilainya lebih besar dari satu (>1) dengan indikasi bahwa nilai tersebut menunjukkan kenaikan pangsa pasar dari periode sebelumnya dengan daya saing yang menguat.

Tabel 2. Nilai ECI Negara Eksportir Jahe di Pasar Global

Tahun	Nilai ECI			
	Indonesia	India	China	Thailand
2013	-	-	-	-
2014	2,21	1,39	0,91	0,75
2015	0,47	1,19	1,05	0,85
2016	0,63	0,89	0,97	1,30
2017	1,02	0,65	0,88	2,85
2018	0,22	0,77	1,03	0,76
2019	1,32	1,46	1,09	0,57
2020	0,59	1,69	0,89	0,77
Rata-rata	0,92	1,15	0,97	1,12

Sumber: Trade Map (2021), diolah

Nilai ekspor jahe Indonesia yang relatif fluktuatif setiap tahunnya dapat mempengaruhi nilai ECI. Nilai ECI jahe Indonesia pada periode tahun 2013-2020 apabila dibandingkan dengan sepuluh negara teratas eksportir jahe lainnya di pasar dunia berada di posisi ke-5 yang menunjukkan posisi terakhir, kemudian di atas Indonesia yang menduduki posisi ke-4 yaitu China, posisi ke-3 Nepal, posisi ke-2 Thailand dan India berada di posisi teratas. Rata-rata nilai ECI jahe India berada di posisi pertama dengan nilai 1,15. Thailand menyusul di posisi kedua dengan rata-rata nilai ECI yaitu 1,12 serta

Nepal berada di posisi ke 3 dengan nilai 1,11. Rata-rata nilai ECI jahe India, Thailand dan Nepal yang lebih dari satu (>1) menunjukkan bahwa India, Thailand dan Nepal berdaya saing secara kompetitif pada komoditas jahe di pasar global.

Tren dan Proyeksi Ekspor Jahe Indonesia

Tren dan proyeksi ekspor jahe Indonesia dianalisis berdasarkan nilai ekspor jahe Indonesia tahun 2013-2020. Analisis tren dan proyeksi yang dilakukan yaitu dengan metode analisis *time series* merujuk pada Ibrahim (2018)

menyatakan bahwa metode peramalan yang dilakukan dengan menyusun pola hubungan antara variabel yang dicari atau diramalkan dengan variabel waktu. Model analisis tren yang didapatkan dengan melakukan *fitting error* untuk mengetahui model dengan nilai error terkecil. *Fitting error* dilakukan dengan

indikator nilai MAPE, MAD dan MSD dari model *Linear*, *Quadratic*, *Growth Exponential/Growth Curve*, dan *S-Curve*. Nilai MAPE, MAD dan MSD nilai ekspor jahe dari beberapa model tersebut ditunjukkan pada Tabel 3 yang sudah melalui uji stationeritas dan stationer.

Tabel 3. Nilai MAPE, MAD, MSD dan Nilai Ekspor Jahe Indonesia pada model Linear, Kuadrat, Exponential Growth dan S-Curve

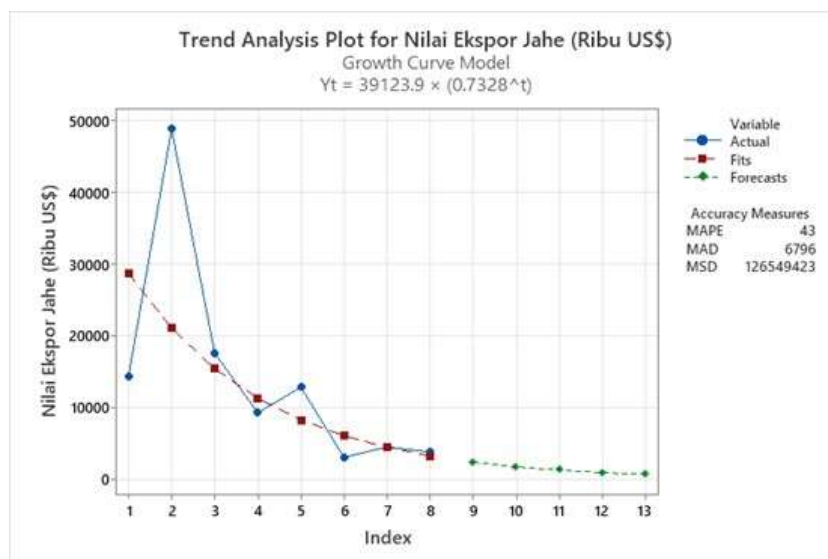
Indikator	Nilai Ekspor Jahe Indonesia			
	Linear	Kuadrat	<i>Growth Curve</i>	<i>S-Curve</i>
MAPE	64	62	43	55
MAD	7.192	7.145	6.796	12.006
MSD	111.134.081	111.087.809	126.549.423	452.486.979

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa model *Growth Curve* merupakan model yang memiliki nilai MAPE, MAD, dan MSD terkecil bila dibandingkan dengan model lainnya. Nilai *error* terkecil menunjukkan bahwa model *Growth Curve* merupakan model untuk menganalisis tren dan proyeksi nilai ekspor jahe Indonesia. Menurut pendapat Santoso (2009), suatu model peramalan memang harus memperhatikan nilai MSD, MAD dan MAPE. Semakin kecil nilai MSD, MAD dan MAPE yang ditunjukkan, maka dapat diartikan nilai

error yang dimiliki oleh model tersebut juga semakin rendah. Suatu model dalam peramalan memiliki persamaan yang dapat digunakan untuk dapat menghitung proyeksi yang dibutuhkan. Analisis tren untuk nilai ekspor jahe Indonesia pada tahun 2013-2020 diperoleh berdasarkan persamaan tren berikut:

$$Y_t = 39123,9 \times (0,7328 t^2)$$

Hasil analisis tren dan proyeksi nilai ekspor jahe Indonesia pada periode tahun 2013-2020 ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tren dan *Forecasting* Nilai Ekpor Jahe Indonesia

Berdasarkan hasil analisis tren menggunakan model *Growth Curve* pada Gambar 3, nilai ekspor jahe Indonesia pada rentang tahun 2013-2020 mengalami tren yang negatif atau menurun. Penurunan tren yang dialami jahe Indonesia menjelaskan bahwa dari tahun ke tahun permintaan ekspor jahe Indonesia cenderung menurun. Penurunan nilai ekspor juga dapat dipengaruhi oleh ikut menurunnya produksi jahe Indonesia, misalnya pada tahun 2019 dimana terjadi penurunan produksi jahe dengan presentase -15,9% (BPS, 2020). Penurunan produksi jahe Indonesia tersebut juga disebabkan oleh berkurangnya luas panen jahe dari 10.227 hektar di tahun 2018 menjadi hanya 8.077 hektar di tahun 2019.

Tabel 4. Proyeksi Nilai Ekspor Jahe Indonesia 2021-2025

Tahun	Forecast	Pertumbuhan
	--- Ribuan USD ---	--- % ---
2021	2.384,52	-
2022	1.747,42	-26,7181
2023	1.280,54	-26,7182
2024	938,40	-26,7184
2025	687,67	-26,7188

Berdasarkan hasil analisis proyeksi jahe menggunakan metode *Growth Curve* pada Tabel 4. dapat dilihat bahwa proyeksi nilai ekspor jahe Indonesia pada tahun 2021 hingga 2025 terus menunjukkan penurunan dengan angka yang negatif. Berdasarkan Ilustrasi 3, kurva proyeksi jahe Indonesia cenderung menunjukkan penurunan dari tahun 2021 hingga tahun 2025. Nilai ekspor jahe Indonesia pada tahun 2025 diproyeksikan menyentuh nilai hingga 687.670 USD dengan angka pertumbuhan yang

menurun rata-rata senilai -6,7183% setiap tahunnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Daya saing jahe Indonesia di pasar global periode 2013-2020 memiliki keunggulan komparatif dengan nilai rata-rata RCA 2,07 karena > 1 .
2. Daya saing jahe Indonesia di pasar global periode 2013-2020 belum memiliki keunggulan kompetitif dengan nilai rata-rata ECI 0,92 karena < 1 .
3. Analisis tren dan proyeksi menunjukkan bahwa nilai ekspor jahe Indonesia ke pasar global pada 2013-2020 memiliki tren yang menurun dan proyeksi untuk 5 tahun mendatang hasilnya menurun.

Saran

Komoditas jahe Indonesia memiliki kapasitas produksi nasional yang cukup besar. Belum tercapainya keunggulan kompetitif menjadi tantangan bagi Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas dan kuantitas ekspor jahe. Kementerian Pertanian dapat memfokuskan pada BPPSDMP untuk meningkatkan lagi jumlah penyuluh agar pencerdasan terhadap penanaman

tanaman biofarmaka maju dan berkembang, serta berniaga dengan perusahaan-perusahaan biofarmaka untuk memperluas lahan tanam jahe yang akan meningkatkan produksi dan ekspor jahe Indonesia ke pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesha, Y., Z. Alamsyah., dan A. Malik. 2019. Analisis komparasi daya saing ekspor lada Indonesia terhadap Vietnam dan Malaysia di pasar ASEAN. *J. Sosio Ekonomika Bisnis*. 22 (1) : 80 – 90.
- Astuty, E. D. dan Zamroni. 2000. Kajian Daya Saing Ekspor Komoditas Pertanian. PEP-LIPI, Jakarta.
- BPS. 2020. Statistik Tanaman Biofarmaka Indonesia Tahun 2020. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- BPS. 2021. Statistik Tanaman Biofarmaka Indonesia Tahun 2021. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Firmansyah, M. 2016. Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi).
- Hardiansyah, A., E. Tety dan D. Bakce. 2015. Analisis keunggulan komparatif lada Indonesia di pasar global. *J. Pekbis*. 7 (2) : 85 – 93.
- Harniati dan A. S. Jamil. 2020. Tingkat keunggulan komparatif dan kompetitif anggrek Indonesia di Pasar Jepang. *J. Agriculture and Human Resource Development Studies*. 1 (1) : 1 – 10.
- Ibrahim, M. 2018. Peramalan kebutuhan energi listrik dan beban listrik sektor rumah tangga di sumatera selatan dengan metode analisis *time series*: proyeksi tren dan analisis regresi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

- Kementerian Pertanian. 2014. Outlook Komoditi Jahe. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2018. Statistik pertanian 2018. Direktorat Jenderal Hortikultura-Kementerian Pertanian, Jakarta.
- PUSDATIN. 2015. Statistik pertanian 2015. Kementerian pertanian. Republik Indonesia. 355 hlm.
- Saboniene, A. 2009. *Lithuanian export competitiveness: comparison with other Baltic States. Engineering Economics*, 62 (2) : 49 - 57.
- Safitri, V. R., dan F. Kartiasih. 2019. Daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nanas Indonesia. *J. Hort. Indonesia*. 10 (1): 63 – 73.
- Samah, A. E. 2018. Analisis daya saing produk ekspor Indonesia. *J. Ilmiah Litbang Perdagangan*. 1 (1) : 27 – 47.
- Santoso, S. 2009. Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutana, I. G. dan A. P. Dwipayana. 2020. Perilaku konsumsi jamu tradisional di tengah pandemi covid-19. Poniman. J. Simarmata, Covid-19: *Perspektif Agama dan Kesehatan*. 1 (1) : 41 – 68.
- Trade Map. 2021. *Trade statistics for international business development, International Trade Centre (ITC)*.
- Widyaningtyas, D., dan T. Widodo. 2017. Analisis pangsa pasar dan daya saing CPO Indonesia di Uni Eropa. *J. Manajemen Daya Saing*. 18 (2): 138 – 145.