

**DAYA SAING KOMODITI  
HORTIKULTURA INDONESIA DI PASAR ASEAN  
2012-2016**

**Yuanita Chandra Gunawan, Firman Rosjadi Djoemadi, Sugeng Hariadi**

Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika

chanyuanita@gmail.com

**Abstrak** – Hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian Indonesia dengan potensi ekonomi besar yang dapat menciptakan pendapatan, peluang usaha, kesempatan kerja, serta keterkaitan hulu-hilir dan dengan sektor lain, dan juga memiliki potensi ekspor cukup baik di pasar internasional, salah satunya pasar ASEAN. Penelitian ini ditujukan untuk melakukan analisis kondisi dan posisi daya saing komoditi hortikultura Indonesia di pasar ASEAN periode 2012-2016, serta merumuskan strategi yang dapat mendukung peningkatan nilai dan daya saing ekspor hortikultura Indonesia. Penelitian daya saing ekspor hortikultura Indonesia periode 2012-2016 dianalisis menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantages*, *Export Competitiveness Index*, serta *Acceleration Ratio*. Komoditi yang diteliti dalam penelitian ini adalah bunga potong, manggis, manggis, jambu biji, alpukat, semangka, kentang, tomat, dan temulawak yang merupakan komoditi unggulan Indonesia pada 2012. Berdasarkan pengelompokan hasil ketiga analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat komoditi hortikultura yang memiliki daya saing ekspor tinggi di pasar ASEAN karena memenuhi ketiga kriteria yang ditentukan, namun tentu saja ada komoditi hortikultura yang masih memiliki daya saing ekspor rendah di pasar ASEAN. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi peningkatan nilai serta daya saing guna meningkatkan kualitas produk serta daya saing hortikultura Indonesia di pasar ASEAN.

**Kata kunci:** ASEAN - Daya Saing Ekspor - Hortikultura.

**Abstract** - Horticulture is one of Indonesia's agricultural sub-sectors with quite good economic potential that can create income, business opportunities, employment opportunities, as well as upstream-downstream linkages and with other sectors, and also has a good export potential in the international market, such as ASEAN market. This research is to analyze the condition and position of competitiveness of Indonesian horticulture commodity in ASEAN market in 2012-2016, and to formulate strategies that can support the increasing value and competitiveness of Indonesian horticultural exports. Research on the competitiveness of Indonesian horticultural exports 2012-2016 was analyzed using *Revealed Comparative Advantages*, *Export Competitiveness Index*, and

*Acceleration Ratio. The commodities studied in this research are cut flower, mango, mangosteen, guava, avocado, watermelon, potato, tomato, and temulawak which is the leading commodity of Indonesia in 2012. Based on the results of the three analyzes, it can be concluded that there are horticultural commodities has a high export competitiveness in the ASEAN market because it meets all three criteria specified, but of course there are horticultural commodities which still have low export competitiveness in the ASEAN market. It is necessary to create strategy in order to increase the value and also improve the quality of products and the competitiveness of Indonesian horticulture in the ASEAN market.*

**Keywords:** *ASEAN - Export Competitiveness - Horticulture.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang dikenal bahwa sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, perkebunan, kehutanan, perburuan, dan perikanan, sehingga diharapkan mampu menyerap tenaga kerja serta memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Komoditi pertanian Indonesia yang memiliki daya saing yang baik di pasar internasional antara lain kelapa sawit, karet, kakao, dan tembakau. Pada kenyataannya Indonesia memiliki potensi untuk komoditi pertanian lainnya, seperti komoditi hortikultura. Walaupun belum menunjukkan kontribusi berarti terhadap pendapatan nasional, produk hortikultura Indonesia berpotensi untuk bersaing di pasar internasional jika dikelola dengan baik. Neraca perdagangan sub sektor hortikultura selalu defisit setiap tahunnya karena impor hortikultura Indonesia yang selalu lebih tinggi dari eksportnya. Impor yang terus meningkat menjadikan defisit tersebut makin membesar setiap tahunnya.

Kawasan perdagangan bebas ASEAN atau disebut *ASEAN Free Trade Area (AFTA)* dibentuk pada pertemuan tingkat Kepala Negara (*ASEAN Summit*) keempat di Singapura pada 1992, menjadi ancaman bagi pelaku usaha dalam bidang pertanian, karena semakin banyaknya produk hortikultura dari luar yang masuk ke dalam negeri dan mengancam produk petani kita akibat penghapusan semua bea masuk impor (Charina *et al*, 2012). Kondisi ini dapat menjadi ancaman bagi eksistensi pelaku pertanian skala kecil yang merupakan mayoritas usahatani

negara-negara berkembang. Selain itu, hal ini menyebabkan persaingan dalam perdagangan hortikultura semakin ketat.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA) untuk mengukur spesialisasi ekspor hasil hortikultura Indonesia yang dapat dikembangkan, metode *Acceleration Ratio* (AR) untuk mengetahui apakah hortikultura Indonesia dapat merebut pasar atau tidak, serta metode *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk mengetahui apakah tren daya saing komoditi hortikultura Indonesia meningkat atau melemah. Adapun pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan *software* Microsoft Excel 2010.

### **1. Revealed Comparative Advantage (RCA)**

RCA yang dikemukakan oleh Balassa (1965) yang tercantum pada Basri dan Munandar (2010) merupakan salah satu alat ukur untuk menentukan tingkat kemampuan daya saing komoditas tertentu di pasar internasional. RCA digunakan untuk mengukur spesialisasi ekspor yang dapat dikembangkan, dengan rumus sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/A_i}{X_{tj}/A_t}$$

### **2. Acceleration Ratio (AR)**

Darwanto (2004) dalam Turukay (2010) mengutarakan bahwa AR menyatakan rasio antara kecenderungan ekspor komoditi *i* negara *j* ke suatu kawasan tambah 100 dengan kecenderungan impor komoditi *i* suatu kawasan tambah 100.

Secara matematis AR dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

### 3. *Export Competitiveness Index (ECI)*

*Export Competitiveness Index (ECI)* menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk suatu komoditi tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditi tersebut dalam periode sebelumnya (t-1). ECI dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Pengelompokan hasil analisis *Revealed Comparative Advantages (RCA)*, *Acceleration Ratio (AR)*, dan *Export Competitiveness Index (ECI)* dimasukkan ke dalam matriks pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Matriks Pengelompokan Daya Saing Komoditi Hortikultura**

Kriteria			Keterangan
RCA	AR	ECI	
+	+	+	Berdaya Saing
+	+	-	Berdaya Saing
+	-	+	Berdaya Saing
-	+	+	Berdaya Saing
+	-	-	Tidak Berdaya Saing
-	+	-	Tidak Berdaya Saing
-	-	+	Tidak Berdaya Saing
-	-	-	Tidak Berdaya Saing

*Sumber: Karomah (2011), Mudjayani (2008), Ratnawati (2011), Sari (2008), dengan modifikasi*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan Hortikultura Indonesia dan Negara-Negara ASEAN

Salah satu kawasan yang berlomba-lomba untuk memproduksi komoditi hortikultura adalah negara-negara kawasan Asia Tenggara yang berada dibawah

naungan ASEAN. Negara-negara ASEAN memiliki iklim yang cenderung sama dan sesuai untuk menanam hortikultura, sehingga hampir semua negara ASEAN memproduksi komoditi hortikultura.

**Tabel 2**  
**Negara ASEAN Pengekspor Beberapa Produk Hortikultura Terbesar dengan Pasar Seluruh Negara di Dunia Periode 2012-2016**

	Bunga potong	Tomat	Kentang	Temulawak	Alpukat	Mangga, Manggis, Jambu biji	Semangka
1	Malaysia	Malaysia	Malaysia	Myanmar	Singapore	Thailand	Myanmar
2	Thailand	Thailand	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Vietnam	Malaysia
3	Indonesia	Indonesia	Singapore	Vietnam	Filipina	Filipina	Vietnam

*Sumber: UNComtrade, 2017*

Pada Tabel 2 dapat dilihat tiga peringkat teratas negara ASEAN yang menjadi produsen beberapa produk hortikultura yang diekspor ke seluruh negara di dunia. Indonesia rata-rata mampu masuk ke dalam tiga produsen terbesar beberapa komoditi hortikultura yang diteliti dalam penelitian ini.

### **Perkembangan Ekspor Hortikultura Indonesia di ASEAN**

Produk hortikultura sudah menjadi salah satu komoditi Indonesia yang di perdagangkan di pasar internasional, walaupun dalam perkembangannya, ekspor hortikultura Indonesia menemui berbagai kendala seperti standarisasi mutu yang ketat, penanganan pasca panen hortikultura Indonesia yang kurang baik, kualitas produk yang tidak bisa terjaga, masalah distribusi dan teknologi, serta pengadaan bibit unggul yang masih kurang. Selain tidak adanya kawasan pertanian skala luas, ekspor juga terkendala kebijakan biaya tinggi seperti penerapan agen inspeksi (*regulated agent*) (Ningsih, 2017). Ketua Asosiasi Eksportir Sayur dan Buah Indonesia (AESBI) Hasan Johnny Widjaja (2017) mengatakan, pemerintah harus membangun kawasan khusus pertanian skala besar yang didukung sistem transportasi yang layak.

### **Analisis Daya Saing Hortikultura Indonesia di Pasar ASEAN**

Analisis daya saing dalam hal ini mencakup spesialisasi ekspor hasil hortikultura Indonesia yang dapat dikembangkan, kemampuan hortikultura

Indonesia untuk dapat merebut pasar, tren daya saing komoditi hortikultura Indonesia, serta daya saing sektor hortikultura Indonesia di pasar ASEAN.

1. Mangga, Manggis dan Jambu Biji

**Tabel 3**  
**Nilai RCA Mangga, Manggis dan Jambu Biji Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Tahun 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing				Indonesia
	Thailand	Singapore	Malaysia	Filipina	
2012	1,863	0,338	0,004	1,928	0,601
2013	1,581	0,324	0,110	1,625	0,988
2014	1,571	0,289	0,106	1,613	1,151
2015	1,790	0,600	0,124	1,869	1,319
2016	1,705	0,420	0,121	1,782	1,523

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Nilai *Revealed Comparative Advantages* (RCA) komoditi mangga, manggis dan jambu biji Indonesia pada 2012 dan 2013 selalu kurang dari satu yang berarti pangsa pasar komoditi mangga, manggis dan jambu biji Indonesia lebih kecil dari rata-rata pangsa di pasar ASEAN. Namun pada 2014 hingga 2016 lebih dari satu dan selalu meningkat setiap tahunnya, hal tersebut berarti pangsa pasar komoditi mangga, manggis dan jambu biji Indonesia mampu berspesialisasi serta memiliki daya saing untuk berkompetisi dengan negara pesaing di ASEAN

**Tabel 4**  
**Nilai AR Mangga, Manggis dan Jambu Biji Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
1	AR Malaysia	0,078
2	AR Filipina	0,011
3	AR Singapura	0,003
4	AR Thailand	0,929

5	AR Indonesia	0,234
---	--------------	-------

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Hasil perhitungan *Acceleration Ratio* (AR) di Tabel 4 menunjukkan bahwa komoditi mangga, manggis dan jambu biji dari kelima negara tersebut mampu untuk merebut pasar di ASEAN karena memiliki nilai AR yang lebih dari nol, termasuk Indonesia.

**Tabel 5**  
**Nilai ECI Mangga, Manggis dan Jambu Biji Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing				Indonesia
	Malaysia	Filipina	Singapura	Thailand	
2013	24,81	1,22	0,52	0,94	1,95
2014	0,94	0,80	0,92	0,99	1,34
2015	1,39	2,05	2,78	0,91	2,23
2016	0,90	0,51	0,80	0,91	1,86
Rata-rata	7,01	1,15	1,25	0,94	1,84

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata *Export Competitiveness Index* (ECI) di Tabel 5, komoditi mangga, manggis dan jambu biji Indonesia memiliki tren daya saing yang meningkat di pasar ASEAN karena memiliki rata-rata ECI lebih dari satu.

## 2. Alpukat

**Tabel 6**  
**Nilai RCA Alpukat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Thailand	Singapore	Malaysia	
2012	0,011	65,606	0,034	19,585
2013	0,001	72,175	0,000	21,614
2014	0,001	151,744	0,638	6,076

<b>2015</b>	0,001	141,442	0,163	2,642
<b>2016</b>	0,002	144,462	0,049	1,164

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Hasil perhitungan RCA yang diperoleh untuk komoditi alpukat Indonesia menunjukkan bahwa komoditi ini memiliki peluang untuk dikembangkan lebih baik lagi di pasar ASEAN karena memiliki daya saing yang kuat. Nilai RCA alpukat Indonesia mulai 2012 hingga 2016 konsisten lebih dari satu.

**Tabel 7**  
**Nilai AR Alpukat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
1	AR Singapura	0,0425
2	AR Indonesia	0,0034

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Dari hasil perhitungan AR, baik Indonesia maupun Singapura sama-sama memiliki kemampuan untuk merebut pasar alpukat di ASEAN. Terdapat selisih dalam AR keduanya, namun kedua negara tersebut memiliki kekuatan untuk merebut pasar ASEAN.

**Tabel 8**  
**Nilai ECI Alpukat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing	
	Singapura	Indonesia
2013	0,94	1,95
2014	0,99	1,34
2015	0,91	2,23
2016	0,91	1,86
<b>Rata-rata</b>	0,94	1,84

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Jika dilihat dari nilai rata-rata ECI pada periode 2012 hingga 2016, Indonesia memiliki nilai rata-rata ECI yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa alpukat Indonesia memiliki tren daya saing yang meningkat untuk kedepannya.

### 3. Semangka

**Tabel 9**  
**Nilai RCA Semangka Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN**  
**Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Thailand	Singapore	Malaysia	
2012	0,002	0,063	2,513	0,160
2013	0,001	0,102	2,649	0,283
2014	0,002	0,042	2,696	0,229
2015	0,003	0,022	2,267	0,131
2016	0,005	0,358	2,448	0,022

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Nilai RCA semangka Indonesia yang diperoleh dari hasil perhitungan memiliki nilai kurang dari satu untuk setiap tahunnya, artinya semangka Indonesia kurang memiliki peluang untuk dikembangkan di pasar ASEAN.

Hasil perhitungan AR memiliki nilai yang lebih dari nol (positif) untuk semua negara produsen semangka di ASEAN, yang berarti keempat negara memiliki kemampuan untuk merebut pasar semangka di ASEAN.

**Tabel 10**  
**Nilai AR Semangka Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode**  
**2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
1	AR Malaysia	0,9961
2	AR Singapura	0,0012
3	AR Thailand	0,0022

4	AR Indonesia	0,0064
---	--------------	--------

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017.*

Hasil perhitungan ECI semangka Indonesia dan negara pesaing di pasar ASEAN, kecuali Malaysia, sejak 2012 hingga 2016 menunjukkan angka yang fluktuatif setiap tahunnya. Namun jika dilihat dari nilai rata-rata ECI, Indonesia memiliki tren daya saing yang meningkat.

**Tabel 11**  
**Nilai ECI Semangka Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Malaysia	Singapura	Thailand	
2013	0,9935	0,88	0,39	2,10
2014	1,0012	0,42	3,05	0,93
2015	0,9981	0,72	1,15	1,11
2016	1,0034	18,22	1,52	0,27
<b>Rata-rata</b>	0,9991	5,06	1,53	1,10

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

#### 4. Kentang

Nilai RCA kentang Indonesia yang diperoleh dari hasil perhitungan memiliki nilai yang selalu lebih dari satu dalam periode 2012 hingga 2016, yang artinya kentang Indonesia telah memiliki daya saing di pasar ASEAN dan mampu menjadi salah satu komoditi yang dapat dispesialisasikan untuk dikembangkan lagi.

**Tabel 12**  
**Nilai RCA Kentang Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing		Indonesia
	Singapore	Malaysia	
2012	32,879	1,820	2,290
2013	28,618	2,435	2,137
2014	40,831	2,320	6,344

<b>2015</b>	22,820	2,068	4,338
<b>2016</b>	10,356	2,345	2,662

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Berdasarkan nilai AR yang diperoleh di Tabel 13, nilai AR ketiga negara memiliki nilai yang positif. Malaysia memiliki nilai AR yang lebih tinggi menyebabkan Malaysia lebih memiliki kekuatan untuk merebut pasar kentang di ASEAN.

**Tabel 13**  
**Nilai AR Kentang Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
<b>1</b>	AR Malaysia	0,1781
<b>2</b>	AR Singapura	0,0051
<b>4</b>	AR Indonesia	0,0803

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Berdasarkan rata-rata nilai ECI menunjukkan nilai lebih dari satu, artinya kentang Indonesia memiliki tren daya saing yang meningkat.

**Tabel 14**  
**Nilai ECI Kentang Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing		Indonesia
	Malaysia	Singapura	
<b>2013</b>	1,26	0,47	1,11
<b>2014</b>	0,94	1,47	3,41
<b>2015</b>	1,06	0,75	1,33
<b>2016</b>	1,05	0,52	0,99
<b>Rata-rata</b>	1,08	0,80	1,71

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

## 5. Tomat

Berdasarkan hasil perhitungan RCA pada 2012 sampai 2016, komoditi tomat Indonesia memiliki daya saing yang lemah di pasar

ASEAN pada periode tersebut, sehingga Indonesia kurang dapat berspesialisasi pada komoditi tomat. Hal ini terlihat dari nilai RCA yang kurang dari satu setiap tahunnya.

**Tabel 15**  
**Nilai RCA Tomat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Thailand	Singapore	Malaysia	
<b>2012</b>	0,029	0,504	2,452	0,397
<b>2013</b>	0,018	1,286	2,537	0,258
<b>2014</b>	0,016	1,247	2,608	0,144
<b>2015</b>	0,039	1,147	2,186	0,113
<b>2016</b>	0,035	1,720	2,394	0,063

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Berdasarkan perhitungan nilai AR, Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand sama-sama memiliki kekuatan untuk merebut pasar tomat di ASEAN karena keempat negara tersebut memiliki nilai AR yang positif.

**Tabel 16**  
**Nilai AR Tomat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
<b>1</b>	AR Malaysia	0,8124
<b>2</b>	AR Thailand	0,0136
<b>3</b>	AR Singapura	0,0072
<b>4</b>	AR Indonesia	0,0054

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata ECI, tomat Indonesia memiliki tren daya saing yang lemah di pasar ASEAN karena memiliki nilai dibawah satu.

**Tabel 17**  
**Nilai ECI Tomat Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Malaysia	Thailand	Singapura	
2013	0,98	1,38	0,69	0,77
2014	1,01	1,00	0,91	0,64
2015	1,00	1,23	1,92	1,53
2016	1,02	1,70	0,85	0,89
Rata-rata	1,00	1,33	1,09	0,96

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

6. Temulawak

**Tabel 18**  
**Nilai RCA Temulawak Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Myanmar	Singapore	Malaysia	
2012	21,711	4,564	0,088	0,423
2013	-	20,769	0,622	20,058
2014	141,209	17,167	0,346	6,476
2015	67,578	6,401	0,051	3,284
2016	39,749	5,010	0,029	1,105

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Hasil perhitungan RCA temulawak Indonesia memiliki nilai yang cukup tinggi pada periode 2013 sampai 2016, yang berarti temulawak Indonesia memiliki kekuatan untuk bersaing di pasar ASEAN.

**Tabel 19**  
**Nilai AR Temulawak Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
1	AR Malaysia	(0,00109)
2	AR Myanmar	0,2498

<b>3</b>	AR Singapura	0,0105
<b>4</b>	AR Indonesia	0,1348

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Hasil perhitungan nilai AR menunjukkan bahwa Indonesia, Myanmar dan Singapura memiliki kesempatan untuk merebut pasar temulawak di ASEAN.

**Tabel 20**  
**Nilai ECI Temulawak Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN**  
**Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing			Indonesia
	Malaysia	Myanmar	Singapura	
<b>2013</b>	6,65	-	2,46	56,19
<b>2014</b>	0,55	-	0,85	0,37
<b>2015</b>	0,18	1,245477455	0,50	0,99
<b>2016</b>	0,53	1,189695973	0,89	0,54
<b>Rata-rata</b>	1,98	0,608793357	1,17	14,52

Sumber : UNComtrade (diolah), 2017

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata ECI, baik Indonesia, Malaysia, maupun Singapura sebagai negara produsen temulawak, sama-sama memiliki tren daya saing yang meningkat di pasar ASEAN karena sama-sama memiliki nilai yang lebih dari satu.

#### 7. Bunga Potong

**Tabel 21**  
**Nilai RCA Bunga Potong Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN**  
**Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing		Indonesia
	Thailand	Malaysia	
<b>2012</b>	0,414	1,512	6,301
<b>2013</b>	0,452	1,715	2,773
<b>2014</b>	0,491	1,698	2,175

<b>2015</b>	0,487	1,455	1,763
<b>2016</b>	0,465	1,712	0,802

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Nilai RCA Indonesia selalu lebih dari satu sejak 2012 hingga 2015. Hal itu menyebabkan komoditi bunga potong Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar ASEAN pada tahun-tahun tersebut.

Nilai AR yang tertera di Tabel 22 nampak bahwa Indonesia memiliki nilai yang paling kecil dibandingkan dengan 2 negara pesaingnya.

**Tabel 22**  
**Nilai AR Bunga Potong Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN**  
**Periode 2012-2016**

No	Negara Produsen	Nilai AR
<b>1</b>	AR Malaysia	0,310
<b>2</b>	AR Thailand	0,984
<b>3</b>	AR Indonesia	0,131

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

Sementara itu negara yang memiliki tren daya saing menurun adalah Indonesia.

**Tabel 23**  
**Nilai ECI Bunga Potong Indonesia dan Negara Pesaing di Pasar ASEAN**  
**Periode 2012-2016**

Tahun	Negara Pesaing		Indonesia
	Malaysia	Thailand	
<b>2013</b>	1,07	1,21	0,52
<b>2014</b>	0,97	1,08	0,90
<b>2015</b>	1,02	0,79	1,58
<b>2016</b>	1,09	0,91	0,73
<b>Rata-rata</b>	1,04	1,00	0,93

*Sumber : UNComtrade (diolah), 2017*

## **Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditi Hortikultura Indonesia**

Strategi yang dikembangkan berdasarkan yang tercantum dalam Petunjuk Umum Program Peningkatan Produksi Dan Nilai Tambah Produk Hortikultura 2017 oleh Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementerian Pertanian (2017) diantaranya meliputi Pengembangan Kawasan, Penguatan Sistem Perbenihan Hortikultura, Penguatan Sistem Perlindungan Hortikultura, dan Peningkatan Nilai Tambah dan Daya Saing Hortikultura.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA), *Acceleration Ratio* (AR) dan *Export Competitiveness Index* (ECI), komoditi hortikultura yang memiliki daya saing di pasar ASEAN adalah mangga, manggis, jambu biji, alpukat, semangka, kentang, temulawak dan bunga potong. Sedangkan komoditi hortikultura Indonesia yang tidak berdaya saing di pasar ASEAN adalah tomat. Mangga, manggis, jambu biji, kentang dan temulawak menjadi komoditi yang paling berdaya saing di pasar ASEAN karena memenuhi seluruh kriteria dari ketiga analisis yang digunakan. Strategi yang dapat dilakukan untuk peningkatan daya saing hortikultura Indonesia adalah pengembangan kawasan hortikultura, pengadaan benih bermutu tinggi, penguatan sistem perlindungan hortikultura, serta adanya upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk hortikultura.

Alangkah baiknya apabila hortikultura Indonesia memiliki tujuan ekspor yang lebih luas dari sebelumnya. Diperlukan adanya fokus dari pemerintah untuk lebih berspesialisasi terhadap komoditi yang lebih memiliki daya saing tinggi di pasar ASEAN agar penanganan serta pengembangan komoditi menjadi lebih efektif dan efisien. Strategi peningkatan daya saing harus dilakukan secara bersama-sama oleh pemerintah sebagai pengambil kebijakan, instansi-intansi yang terkait, serta petani sebagai aktor penting untuk mengembangkan produk hortikultura Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P., Alisjahbana, A., Effendi, N., dan Boediono. 2002. *Daya Saing Daerah: Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Amir, Muhidin S. 2000. *Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri*. Jakarta: PPM.
- Armaini, E. Z. dan G. Sahyoga. 2007. "Aplikasi Berbagai Konsentrasi Pupuk Plant Catalyst 2006 dan Gibberellin pada Tanaman Tomat". *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 6 No. 1: 15-19.
- Ashari, S. 2006. *Meningkatkan Keunggulan Bebuahan Tropis Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Statistik Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Statistik Pertanian*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2017. "Kemampuan Indonesia untuk Produksi Kentang Sangat Membanggakan". Diakses di: <http://www.litbang.pertanian.go.id/berita/one/630/> pada 01 November pukul 08.57.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2009. *Perdagangan dan Investasi di Indonesia: Sebuah Catatan Tentang Daya Saing dan Tantangan ke Depan*. Jakarta: Direktorat Perdagangan, Investasi dan Kerjasama Ekonomi Internasional Bappenas dan Kemitraan/Partnership.
- Basri, F. dan H. Munandar. 2010. *Dasar-dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Balassa, Bela. 1965. "Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage". *The Manchester School of Economic and Social Studies*. Vol. 33. No. 2: 99-123.
- Cahyono, B., M. D. K. Huda dan L. Limantara. 2011. "Pengaruh Proses Pengeringan Rimpang Temulawak Terhadap Kandungan dan Komposisi Kurkuminoid". *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 13 No. 3: 165-171.
- Charina, A., G.W. Mukti dan R. Andriani. 2012. "Kajian Bisnis Sosial Pedagang dalam Upaya Pengembangan Hortikultura di Jawa Barat". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol. 1 No. 1: 33-51.
- Dimiyati, A. 2017. "Kendala Angkutan, Ekspor Hortikultura Indonesia Minim". Diakses di: <https://www.merdeka.com/uang/kendala-angkutan-ekspor-hortikultura-indonesia-minim-k9jrcit.html> pada 01 November pukul 08:57.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2011. "Pedoman *Good Handling Practices (GHP)*". *Buku Pedoman Teknis*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2012. "Petunjuk Umum Program Peningkatan Produksi, Produktivitas, dan Mutu Produk Hortikultura Berkelanjutan Tahun Anggaran 2013". *Buku Pedoman Teknis*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2016. "Petunjuk Umum Program Peningkatan Produksi Dan Nilai Tambah Produk Hortikultura Tahun 2017". *Buku Pedoman Teknis*. Jakarta: Kementerian Pertanian.

- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2017. "Keragaan Pembangunan Hortikultura". Diakses di: <http://hortikultura.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2015/06/Bab-III.pdf> pada 01 November pukul 09:31.
- Food and Agricultural Organization. 2007. "Peraturan, Standar dan Sertifikasi untuk Ekspor Produk Pertanian". *Buku Petunjuk Praktis Bagi Produsen dan Ekportir dari Asia*. Jakarta: FAO Wilayah Asia dan Pasifik.
- Food and Agricultural Organization. 2017. "Crops and Livestock Products". Diakses di: <http://www.fao.org/faostat/en/#data> pada 01 November pukul 10:08.
- Esterhuizen, D., J. V. Royen dan L. D'Haese. 2008. *An Evaluation of The Competitiveness Sector in South Africa*. Geneve: IMD.
- Gumbira-Sa'id, E. 2011. "Peningkatan Nilai Tambah untuk Mendukung Daya Saing Produk Hortikultura Indonesia". *Paper*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Hadi, P. dan S. Mardianto. 2004. "Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian antar Negara ASEAN dalam Era Perdagangan Bebas AFTA". *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 22 No. 1: 46-73.
- Halwani, R Hendra. 2002. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Iswanto, H. 2002. *Membuat Mangga Tiga Rasa*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka.
- Karomah, A.B.M. 2011. "Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nanas di Pasar Internasional". *Skripsi Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ilmu Ekonomi dan Manajemen Tidak dipublikasikan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kastaman, R. 2007. "Analisis Sistem dan Strategi Pengembangan Futuristik Pasar Komoditas Manggis Indonesia". *Laporan Penelitian: Laboratorium System dan Manajemen Keteknikan Pertanian*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Mankiw, G. 2006. *Macroeconomics Fifth Edition*. New York: Worth Publishers.
- Mudjayani, W.Y. 2008. "Analisis Daya Saing Buah-Buahan Tropis Indonesia". *Skripsi Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ilmu Ekonomi dan Manajemen Tidak dipublikasikan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Ningsih, D. 2017. "Ekspor Hortikultura RI Hadapi Banyak Kendala". Diakses di: <http://www.beritasatu.com/ekonomi/328093-ekspor-hortikultura-ri-hadapi-banyak-kendala.html> pada 20 November pukul 09:54.
- Notodimedjo, Soewarno. 1997. "Strategi Pengembangan Hortikultura Khususnya Buah-buahan dalam menyongsong Era Pasar Bebas". *Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Ilmu Hortikultura*. Malang: Fak.Pertanian Unibraw.
- Nugraha, F. C. 2013. "Daya Saing Ekspor Komoditi Hortikultura Indonesia di Pasar ASEAN". *Skripsi Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Tidak dipublikasikan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Oktaviani, R. dan T. Novianti. 2010. *Teori Perdagangan Internasional dan Aplikasinya di Indonesia*. Bogor: IPB Press.
- Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1995 tentang Perlindungan Tanaman.

- Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantages of Nations*. London: *The Macmillan Press Ltd*.
- Prasetyo, D. 2017. "Manggis dan Semangka Banyuwangi Tembus Pasar Ekspor". Diakses di: <http://surabaya.tribunnews.com/2013/03/17/manggis-dan-semangka-banyuwangi-tembus-pasar-ekspor> pada 03 November pukul 10.21.
- Prihatman, K. 2000. *Tentang Budidaya Pertanian: Alpukat*. Jakarta: Menegristek.
- Rahman, R.Y. 2013. "Prospek Perdagangan Gula Indonesia dalam Implementasi Kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas Asean-China". *Tesis*. Bogor: Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Ratnawati, E. 2011. "Daya Saing Ekspor Karet Alam Indonesia di Pasar Internasional". *Skripsi Departemen Ilmu Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Manajemen Tidak dipublikasikan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rukmana, R. 1994. *Budidaya Semangka Hibrida*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rukmana, R. 1995. *Temulawak*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rukmana, R. 1997. *Budidaya Alpukat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Saboniene, A. 2009. "Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with other Baltic States". *Jurnal: The Economic Condition of Enterprise Functioning Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics (2)*. ISSN 1392-2785.
- Said, A. 2007. *Khasiat dan Manfaat Temulawak*. Bekasi: Ganeca Exact.
- Salvatore, D. 1997. *Ekonomi Internasional. Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Saragih, H. 2017. "Impor Kentang, Petani Dataran Tinggi Dieng Merugi, Kedaulatan Pangan Ditinggalkan". Diakses di: <http://www.spi.or.id/impor-kentang-petani-dataran-tinggi-dieng-merugi-kedaulatan-pangan-ditinggalkan/> pada 2 November pukul 08:22.
- Sari, D.M. 2008. "Analisis Daya Saing dan Strategi Ekspor Kelapa Sawit". *Skripsi Departemen Ilmu Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Manajemen Tidak dipublikasikan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sastraatmadja, E. 2017. "HKTI Jabar: Ekspor Olahan Kentang Sulit Tercapai". Diakses di: <http://bandung.bisnis.com/read/20130324/5/329033/hkti-jabar-ekspor-olahan-kentang-sulit-tercapai> pada 02 November pukul 08.55.
- Sekretariat Jenderal Hortikultura. 2017. "Data Ekspor Impor". Diakses di: <http://pusdatin.setjen.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/BltnMakro-Des13Gab.pdf> pada 01 November pukul 09:51.
- Sekretariat Jenderal Hortikultura. 2017. "Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian". Diakses di: <http://pusdatin.setjen.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/mangga2014.pdf> pada 01 November pukul 09:36.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2012. *Economic Research Institute for ASEAN and East Area (ERIA)*. Jakarta: Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.
- Sembiring, R. 2010. "Analisis Pengaruh Pasar Terhadap Luas Lahan Kentang di Tanah Karo". *Jurnal Sainstech*. Vol. 02 No. 03 ISSN No. 2086-9681.

- Simanjuntak, S. B. 1992. "Analisis Daya Saing dan Dampak Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Perusahaan Kelapa Sawit Indonesia". *Disertasi Doktor*. Bogor: Pasca Sarjana IPB.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soekartawi. 1996. *Panduan Membuat Usulan Proyek Pertanian dan Pedesaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sulaefi. 2000. *Peluang, Kendala, dan Strategi Pengembangan Ekspor Agrobisnis Hortikultura Indonesia*. Jakarta: BPPT IPTEK.
- Sunarjono, H. 2008. *Berkebun 21 Jenis Buah*. Depok: Penebar Swadaya.
- Suprihatini, R. 2005. "Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia". *Jurnal Agro Ekonomi: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia*. Vol. 25 No.1: 1-29.
- Tjandra, Dr. R. 2016. *Going East, A Hands-on Expert Explains How to Effectively Build Your Business in East Asia*. Jakarta: Afterhours Books.
- Turukay, M. 2010. "Analysis of Competitiveness Advantage of Indonesian Copra Export in World Market". *Jurnal Budidaya Pertanian*. Vol. 6 No. 2: 72-77.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992 tentang Sistem Budidaya Tanaman.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan di Daerah.
- United Nations Commodity Trade Statistic Database. 2017. *Raw Trade Data*. Diakses di: <https://comtrade.un.org/data> pada 20 Oktober pukul 07.55.
- Zuhal. 2010. *Knowledge and Innovation: Platform Kekuatan Daya Saing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.