

Analisis Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia

Analysis of Competitiveness and Factors that Affect Indonesian Pineapple Exports

Sylvi Meidika Zainal*, Suardi Tarumun, Ermi Tety

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau, sylvimeidikazainal98@gmail.com; suardi.tarumun@gmail.com; ermitety@yahoo.com

*Corresponding Author : Sylvi Meidika Zainal
Email : sylvimeidikazainal98@gmail.com

Abstrak

Nenas merupakan salah satu komoditas unggulan sub sektor hortikultura Indonesia yang telah dikenal di seluruh dunia dan sangat potensial untuk dijadikan sebagai komoditas andalan ekspor dalam perdagangan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia di pasar internasional. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif, yaitu estimasi daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia di beberapa negara tujuan menggunakan *Export Product Dynamic* (EPD), analisis regresi linier berganda, dan uji penyimpangan asumsi klasik. Adapun negara tujuan ekspor nenas Indonesia, yaitu: Bahrain, Jepang, Kuwait, Qatar, Singapura, dan Uni Emirat Arab. Berdasarkan hasil estimasi indeks *Export Product Dynamic* (EPD) menunjukkan bahwa posisi pasar tujuan ekspor nenas Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan menempati posisi *Rising Star*, sehingga dapat terus dipertahankan pemasarannya, kemudian menempati posisi *Retreat* maka tidak berpotensi ekspor karena terjadinya penurunan pangsa ekspor dan permintaan ekspor yang menurun dibandingkan dengan negara daya saing, yaitu Thailand dan Filipina. Kemudian, berdasarkan hasil estimasi regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga nenas Indonesia terhadap US\$ berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor nenas Indonesia, sedangkan produktivitas nenas Indonesia dan nilai ekspor nenas Indonesia tidak berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor nenas Indonesia.

Kata Kunci : nenas, daya saing, analisis regresi, uji asumsi klasik

Abstract

Pineapple is one of the leading commodities of the Indonesian horticultural sub-sector which has been known around the world and has the potential to be used as a mainstay export commodity in international trade. This research aims to analyze the competitiveness and factors that affect Indonesian pineapple exports in the international market. The analytical methods used are quantitative methods, namely estimation of competitiveness and factors that affect Indonesia's pineapple exports in several destination countries using *Export Product Dynamic* (EPD), multiple linear regression analysis, and classic assumption deviation tests. Indonesia's pineapple export destinations are Bahrain, Japan, Kuwait, Qatar, Singapore, and United Arab Emirates. Based on the estimated export product dynamic index (EPD) shows that the Indonesian pineapple export destination market position has strong competitiveness and occupies a "Rising Star" position so that it can continue to maintain its marketing, then occupy the position of "Retreat" then not potentially export due to the decrease in export share and declining export demand compared to competitive countries, namely Thailand and the Philippines. Then, based on the estimated multiple linear regression it is shown that Indonesian pineapple price to US\$ has a significant effect on Indonesian pineapple export volume, while Indonesian pineapple productivity and Indonesian pineapple export value have no significant effect on Indonesian pineapple export volume.

Keywords: pineapple, competitiveness, regression analysis, classic assumption test

<https://doi.org/10.32530/jace.v4i2.289>

Pendahuluan

Perdagangan merupakan kegiatan ekonomi yang sangat penting dan tidak ada negara di dunia ini yang tidak terlibat dalam kegiatan tersebut, baik itu perdagangan antar regional, antar kawasan maupun antar negara. Perdagangan internasional dapat diartikan sebagai perdagangan antar lalu lintas negara, yang mencakup ekspor dan impor. Ekspor dan impor pada hakikatnya adalah suatu transaksi yang sederhana, yaitu jual-beli barang. Hanya perbedaannya, antara pembeli dan penjual berada di negara yang berbeda [1].

Perdagangan internasional merupakan salah satu kegiatan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Perdagangan internasional yang diperjualbelikan oleh suatu negara berupa barang ataupun jasa. Di dalam perdagangan internasional, membeli barang dari negara lain dinamakan impor, sedangkan menjual barang ke negara lain dinamakan ekspor. Untuk memacu pertumbuhan ekonomi seiring dengan berubahnya strategi industrialisasi dan industri substitusi impor ke industri promosi ekspor, peranan ekspor menjadi berpengaruh penting semenjak adanya perundingan WTO menuju *free market* atau perdagangan dunia tanpa hambatan [2].

Nenas merupakan salah satu komoditas unggulan sub sektor hortikultura Indonesia yang telah dikenal di seluruh dunia [3]. Menurut data dari Kementerian Pertanian, perkembangan luas panen nenas mengalami peningkatan meskipun cenderung melambat dalam enam tahun terakhir, demikian pula dengan produksinya. Pertumbuhan produksi nenas yang lebih rendah daripada luas panennya menyebabkan produktivitas nenas mengalami penurunan, terutama di provinsi-provinsi di Jawa. Pada tahun 2013-2018, nenas merupakan komoditas hortikultura yang memiliki volume ekspor terbesar yaitu mencapai 93% dari total ekspor buah, dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun, proporsi volume terbesar tersebut berasal dari ekspor nenas olahan yaitu 95% dan sisanya dalam bentuk segar [4].

Indonesia sampai saat ini hanya mampu mengekspor sebagian kecil saja dari kebutuhan dunia. Padahal kebutuhan dunia semakin meningkat tiap tahun. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan ini diperlukan pasokan nenas yang sangat besar. Salah satu produk nenas yang memiliki nilai ekonomis besar yaitu nenas olahan. Setiap tahunnya produksi nenas terus meningkat, terlihat dari tahun 2013 dimana 174 ribu ton meningkat menjadi 229 ribu ton di tahun 2018 [5].

Berdasarkan hasil statistik tahun 2018, perdagangan nenas mencapai 40% dari total 1,8 juta ton seluruh perdagangan buah dan Indonesia menempati posisi yang ketiga dari negara-negara penghasil nenas olahan setelah negara Thailand dan Filipina. Perkembangan nenas di ASEAN dan dunia mempunyai kecenderungan yang hampir serupa dengan perkembangan nenas Indonesia, dimana terjadi peningkatan baik pada luas panen maupun produksi. Untuk tingkat ASEAN dan dunia, Indonesia termasuk dalam lima besar produsen nenas. Dalam lain pihak, Indonesia merupakan negara eksportir nenas olahan. Dari segi volume, Indonesia termasuk sepuluh besar negara pengeksportir utama nenas dunia. Trend ekspor nenas Indonesia ke negara-negara tujuan, seperti Bahrain, Jepang, Kuwait, Qatar, Singapura, dan Uni Emirat Arab. Meskipun demikian, apabila dibandingkan dengan beberapa negara pengeksportir lainnya, seperti Thailand dan Filipina, volume ekspor nenas Indonesia masih relatif kecil dengan tingkat pertumbuhan yang kecil [6].

Hal demikian menjadi suatu hal yang menarik untuk mengkaji analisis daya saing dan faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia di pasar internasional.

Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data bulanan ekspor selama periode Januari 2013 sampai Desember 2018. Data tersebut meliputi data nilai ekspor nenas ke Negara tujuan pengeksportir (Bahrain, Jepang, Kuwait, Qatar, Singapura, dan Uni Emirat Arab), alasan mengambil ke enam negara tujuan tersebut karena perdagangan nenas di Indonesia mudah diakses dan terjangkau di Benua Asia. Sedangkan negara daya saing dari beberapa negara pengeksportir lainnya, seperti Thailand dan Filipina. Data sekunder diperoleh dari literatur, data BPS (jika ada), Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, website *UN Comtrade*, *World Integrated Trade Solution (WITS)*, dan instansi terkait.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu estimasi daya saing ekspor nenas Indonesia di beberapa negara tujuan ekspor menggunakan *Export Product Dynamic (EPD)* serta estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia menggunakan analisis regresi

linier berganda dan uji penyimpangan asumsi klasik. Adapun negara tujuan ekspor nenas Indonesia, yaitu: Bahrain, Jepang, Kuwait, Qatar, Singapura, dan Uni Emirat Arab. Sedangkan daya saing dengan beberapa negara pengekspor lainnya, seperti Thailand dan Filipina. Pengolahan analisis data ini dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *SPSS*.

Untuk menganalisis daya saing ekspor nenas Indonesia di beberapa negara tujuan yaitu: Bahrain, Jepang, Kuwait, Qatar, Singapura, dan Uni Emirat Arab dengan menggunakan metode *Export Product Dynamic (EPD)*. EPD merupakan metode analisis untuk mengidentifikasi produk atau komoditi atau sektor yang mempunyai daya saing yang tinggi serta pertumbuhan ekspor produk atau komoditi atau sektor yang cepat pada arus perdagangan suatu negara [7]. Matriks EPD terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, di mana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (market share) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Kombinasi dari daya tarik pasar dan kekuatan bisnis ini menghasilkan karakter posisi dari produk yang dianalisis ke dalam empat kategori yaitu *Rising Star* (pertumbuhan pangsa pasar ekspor bernilai positif dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas bernilai positif), *Falling Star* (pertumbuhan pangsa pasar ekspor bernilai positif dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas bernilai negatif), *Lost Opportunity* (pertumbuhan pangsa pasar ekspor bernilai negatif dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas bernilai positif), dan *Retreat* (pertumbuhan pangsa pasar ekspor bernilai negatif dan pertumbuhan pangsa pasar komoditas bernilai negatif) [8]. Adapun yang dimaksud dengan pangsa pasar ekspor suatu negara terhadap dunia dan pangsa pasar produk dalam perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

Sumbu x : Pertumbuhan kekuatan bisnis atau disebut pangsa pasar ekspor i :

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

Sumbu y : Pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar produk :

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

Keterangan :

- X_{ij} : Nilai ekspor nenas dari Indonesia/Thailand/Filipina ke negara tujuan ekspor (US\$)
- W_{ij} : Nilai ekspor nenas dunia ke negara Indonesia/Thailand/Filipina (US\$)
- X_t : Nilai total ekspor Indonesia/Thailand/Filipina ke negara tujuan ekspor (US\$)
- W_t : Nilai total ekspor dunia (US\$)
- t : Tahun ke-t
- $t-1$: Tahun sebelumnya
- T : Jumlah tahun analisis

Kemudian untuk mengetahui pengaruh variabel produktivitas nenas Indonesia, harga nenas Indonesia, dan nilai ekspor nenas Indonesia terhadap volume ekspor nenas Indonesia ke negara tujuan ekspornya menggunakan metode data panel dengan metode *random effect*. Uji asumsi klasik penting dilakukan untuk memastikan bahwa parameter yang didapat dengan hasil pendugaan model adalah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas [9]. Dengan persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas di Indonesia, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

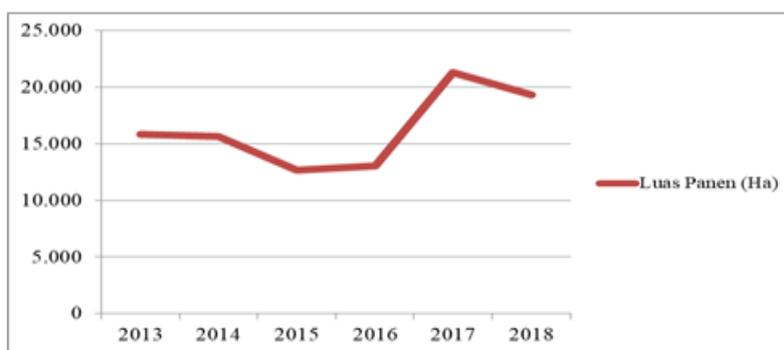
Dimana:

- Y = Volume ekspor nenas Indonesia (Ton)
- X1 = Produktivitas nenas Indonesia (Ton/Ha)
- X2 = Harga nenas Indonesia (US\$)
- X3 = Nilai ekspor nenas Indonesia (US\$)
- e = Pengaruh sisa (*error term*)
- β_0 = Konstanta (intersep)
- β_1 - β_3 = Koefisien regresi

Hasil Dan Pembahasan

Kondisi Budidaya Nenas di Indonesia

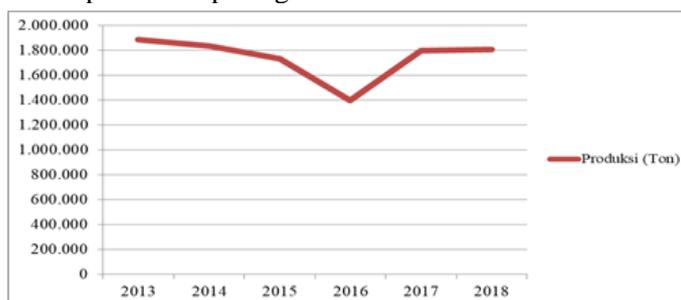
Menurut data dari Kementerian Pertanian, luas panen nenas di Indonesia selama tahun 2013 sampai 2018 nilainya berfluktuasi. Pada tahun 2015 mengalami penurunan dari luas panen sebesar 12.646 hektar. Pada tahun 2017 luas panen kembali meningkat drastis sebesar 21.274 hektar, namun setelah itu pada tahun 2018 luas panen terus mengalami penurunan sebesar 19.328 hektar. Grafik luas panen nenas dari tahun 2013 sampai 2018 dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Luas Panen Nenas di Indonesia Periode 2013-2018

Meningkatnya permintaan lahan akibat pertumbuhan penduduk selain menyebabkan penurunan luas baku lahan pertanian juga meningkatkan intensitas usahatani. Penurunan luas baku lahan pertanian cenderung semakin besar seiring dengan peningkatan konversi ke non-pertanian. Pemilik lahan mengalihfungsikan lahan pertaniannya untuk kepentingan non-pertanian karena mengharapkan keuntungan lebih. Namun, bagi petani penggarap dan buruh tani, alih fungsi lahan menjadi bencana karena mereka tidak bisa beralih pekerjaan. Penurunan luas lahan sawah dapat dicegah dengan menjadikan sektor pertanian sebagai lapangan usaha yang menarik dan bergengsi secara alami. Penurunan luas lahan sawah yang terjadi tanpa kendali dapat menimbulkan persoalan ketahanan pangan, lingkungan dan ketenagakerjaan [10].

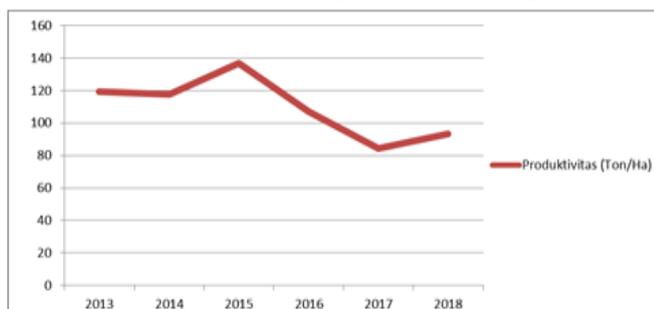
Produksi nenas di Indonesia dari tahun 2013 sampai 2018 terus mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013 produksi nenas di Indonesia mencapai nilai tertinggi yaitu sebanyak 1.882.806 ton meskipun pada tahun 2015 produksi nenas kembali mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 1.729.603 ton. Pada tahun 2018 produksi nenas kembali mengalami peningkatan sebanyak 1.805.506 ton. Perkembangan produksi nenas di Indonesia dari tahun 2013 sampai 2018 dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Produksi Buah Nenas di Indonesia Periode 2013-2018

Tinggi rendahnya tingkat produksi nenas ditentukan oleh tingkat penggunaan faktor produksi. Salah satu faktor produksi yang turut menentukan tingkat produksi nenas adalah luas lahan. Keberadaan lahan sangat penting dalam menunjang kegiatan produksi hasil pertanian. Hasil panen yang seragam dan tersedia terus-menerus setiap musimnya menjadikan produksi tersebut sebagai sentra penghasil nenas di berbagai daerah [11].

Produktivitas nenas dari tahun 2013 sampai 2018 juga cenderung fluktuasi, dimana produktivitas yang paling tinggi terjadi pada tahun 2015, yaitu sebesar 136,77 ton/ha. Namun, pada tahun 2017 produktivitas nenas terus mengalami penurunan sebesar 84,42 ton/ha. Grafik produktivitas nenas dari tahun 2013 sampai 2018 dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Produktivitas Nenas di Indonesia Periode 2013-2018

Dalam menjalankan usahatani nenas, petani sering mengalami kendala diantaranya penurunan keterbatasan modal dan pembengkakan biaya input usahatani nenas yang meliputi semakin mahalnya harga pupuk utama nenas dan kenaikan harga bibit. Permasalahan lainnya seperti persaingan memperoleh tenaga kerja dan lamanya umur panen nenas yang membuat pendapatan petani pada usahatani nenas tidak menentu. Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa dalam usahatani nenas petani mengalami banyak kendala yang berpotensi merugikan diantaranya penurunan produksi nenas yang menyebabkan berkurangnya pendapatan petani [11].

Budidaya nenas Indonesia dilakukan di berbagai daerah dan beberapa diantaranya dikenal sebagai daerah sentra penghasil nenas. Beberapa daerah sentra produksi nenas di Indonesia antara lain Sumatera Utara, Riau, Lampung, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Produksi nenas dari daerah-daerah tersebut sangat penting dalam menunjang ekspor nenas Indonesia ke mancanegara. Lima besar provinsi penghasil nenas di Indonesia tahun 2018 dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Lima Besar Provinsi Penghasil Nenas di Indonesia Tahun 2018

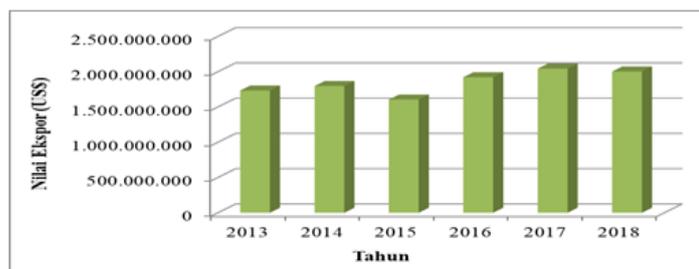
| No | Provinsi | Produksi (Ton) | Share terhadap Total Produksi Nasional (%) |
|----|----------------|----------------|--|
| 1 | Lampung | 622.880,20 | 34,50 |
| 2 | Jawa Tengah | 202.822,80 | 11,23 |
| 3 | Jawa Barat | 180.801,80 | 10,01 |
| 4 | Sumatera Utara | 145.617,40 | 8,07 |
| 5 | Jawa Timur | 139.234,90 | 7,71 |

Sumber: BDSP Kementerian Pertanian (2018) (diolah)

Tabel 1 menunjukkan bahwa provinsi dengan produksi nenas terbesar adalah Lampung dengan persentase terhadap total produksi nenas di Indonesia sebesar 34,50 persen. Di daerah Lampung terdapat perkebunan dan pabrik pengolahan nenas yaitu PT Great Giant Pineapple yang memiliki lahan 33.000 hektar dan dalam keadaan optimal mampu memproduksi sekitar 500 ribu ton nenas pertahun [11].

Gambaran Nenas di Pasar Internasional

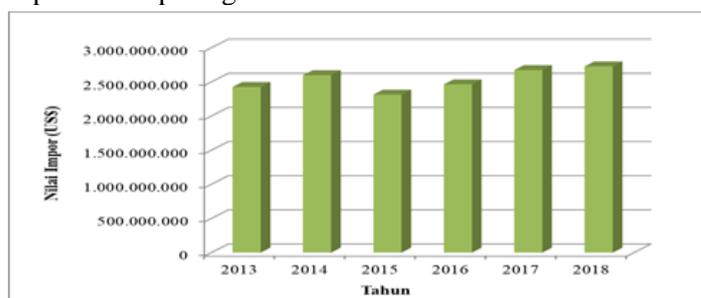
Menurut data dari UN Comtrade, permintaan pasar internasional terhadap komoditi nenas semakin meningkat dari waktu ke waktu, tercermin dari nilai ekspor nenas dunia yang semakin meningkat. Perkembangan nilai ekspor nenas di pasar internasional periode 2013-2018 dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Nilai Ekspor Nenas di Pasar Internasional Periode 2013-2018

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa trend nilai ekspor nenas di pasar internasional tahun 2015 terjadi penurunan, hal ini menunjukkan bahwa persaingan ekspor nenas Indonesia di pasar internasional akan semakin sulit. Karena negara produsen utama lainnya seperti Kosta Rika, Belanda, Filipina, dan Thailand juga akan bersaing di pasar tersebut. Aliran perdagangan nenas dunia terjadi akibat adanya interaksi antara permintaan dan penawaran dari berbagai negara yang bertindak sebagai eksportir atau importir [12].

Ekspor nenas dunia tentu dipengaruhi oleh permintaan ekspor terhadap nenas tersebut. Selain negara-negara yang bertindak sebagai eksportir nenas, terdapat negara-negara yang bertindak sebagai importir nenas yaitu negara yang mengimpor nenas dari negara lain untuk memenuhi kebutuhan nenas dalam negeri. Perkembangan nilai impor nenas di pasar internasional periode 2013-2018 dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



Gambar 5. Nilai Impor Nenas di Pasar Internasional Periode 2013-2018

Pada gambar 5 dapat dilihat bahwa trend nilai impor nenas di pasar internasional dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Hal ini menunjukkan bahwa nilai impor nenas di setiap negara memiliki nilai yang cukup bersaing di pasar internasional, contohnya negara Indonesia. Jika ditelaah kembali ada beberapa hal yang membuat harga produk lokal cukup melambung, diantaranya adalah sistem distribusi dalam negeri yang kurang bagus sehingga memerlukan biaya lebih untuk transportasi. Selain itu, kurang efisiennya peralatan yang digunakan pada pengolahan. Hal-hal tersebut menjadi kendala utama bagi rakyat Indonesia sehingga kalah bersaing dari negara lain [13].

Beberapa uji yang telah dilakukan bahwa mutu buah nenas Indonesia ke pasar internasional belum memenuhi standar karena masih terdapat buah nenas yang mengalami *defect* sehingga dapat menurunkan jumlah produksi buah segar terutama buah nenas. *Defect* yang terjadi dapat disebabkan oleh kegiatan panen, penyakit maupun proses pascapanen [14].

Analisis Daya Saing Ekspor Nenas di Pasar Internasional

Komoditi nenas Indonesia diekspor dalam berbagai bentuk mulai dari nenas segar, nenas kaleng, selai, serta jus. Untuk melihat posisi daya saing produk nenas Indonesia secara total baik nenas segar maupun olahan nenas, maka dilakukan juga perbandingan dengan negara pesaing lainnya yaitu Thailand dan Filipina yang memiliki volume ekspor lebih besar dari Indonesia.

1. Hasil Estimasi *Export Product Dynamic* (EPD) Indonesia

Hasil estimasi EPD nenas Indonesia selama periode 2013–2018 menunjukkan terjadi di enam negara tujuan ekspor nenas Indonesia, seperti dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Estimasi Nilai EPD Indonesia di Beberapa Negara Tujuan Ekspor Periode 2013 - 2018

| Negara Tujuan | Rata-Rata Growth X (%) | Rata-Rata Growth Y (%) | Posisi Daya Saing |
|-----------------|------------------------|------------------------|---------------------|
| Bahrain | 0,020636386 | 0,004526537 | <i>Rising Star</i> |
| Jepang | -1,998000197 | -0,038298013 | <i>Retreat</i> |
| Kuwait | 0,082429878 | 0,002168182 | <i>Rising Star</i> |
| Qatar | 0,083793649 | 0,001284989 | <i>Rising Star</i> |
| Singapura | -0,218926755 | -0,027276513 | <i>Retreat</i> |
| Uni Emirat Arab | 1,298334787 | -0,001717087 | <i>Falling Star</i> |

Pada Tabel 2 menunjukkan hasil estimasi daya saing nenas Indonesia pada periode 2013–2018 berada pada posisi “Rising Star” yaitu di pasar Bahrain, karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia di Bahrain bernilai positif yaitu sebesar 0,02% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Indonesia di Bahrain yang juga bernilai positif sebesar 0,004%. Hal serupa terjadi pada posisi daya saing nenas Indonesia di pasar Kuwait, karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia di Kuwait bernilai positif yaitu sebesar 0,08% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Indonesia di Kuwait yang juga bernilai positif sebesar 0,002%. Sedangkan posisi daya saing nenas Indonesia di pasar Qatar, karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia di Qatar bernilai positif yaitu sebesar 0,08% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Indonesia di Qatar yang juga bernilai positif sebesar 0,001%.

Nenas Indonesia berada pada posisi daya saing “Falling Star” di pasar Uni Emirat Arab karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia terjadi peningkatan yaitu sebesar 1,29%, namun terjadi penurunan pangsa produk total ekspor Indonesia di perdagangan dunia sebesar -0,001%.

Sedangkan nenas Indonesia berada pada posisi daya saing “Retreat” di pasar Jepang karena baik rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia maupun rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Indonesia bernilai negatif yaitu sebesar -1,99% dan -0,03%, selanjutnya posisi daya saing di pasar Singapura terjadi karena baik rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Indonesia maupun rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Indonesia bernilai negatif yaitu sebesar -0,21% dan -0,02%.

Alasan negara tujuan yang posisi daya saing “Rising Star” di pasar internasional karena adanya total permintaan ekspor nenas ke negara Bahrain, Kuwait, dan Qatar lebih besar dari negara tujuan yang lainnya dan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar negara tersebut lebih tinggi. Sedangkan posisi daya saing “Retreat” di pasar internasional karena pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar ke negara Jepang dan Singapura tersebut lebih rendah.

2. Hasil Estimasi *Export Product Dynamic (EPD) Thailand*

Hasil estimasi EPD nenas negara daya saing, yaitu Thailand selama periode 2013-2018 menunjukkan terjadi di enam negara tujuan ekspor nenas Thailand, seperti dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Estimasi Nilai EPD Thailand di Beberapa Negara Tujuan Ekspor Periode 2013 - 2018

| Negara Tujuan | Rata-Rata Growth X (%) | Rata-Rata Growth Y (%) | Posisi Daya Saing |
|-----------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Bahrain | -0,002012613 | 0,021364064 | <i>Lost Opportunity</i> |
| Jepang | -0,114366863 | 0,008976067 | <i>Lost Opportunity</i> |
| Kuwait | -0,043840656 | 0,003062314 | <i>Lost Opportunity</i> |
| Qatar | 0,008479979 | 0,005774428 | <i>Rising Star</i> |
| Singapura | -0,50595664 | -0,012960424 | <i>Retreat</i> |
| Uni Emirat Arab | -0,131945896 | -0,00503876 | <i>Retreat</i> |

Pada Tabel 3 menunjukkan hasil estimasi daya saing nenas Thailand pada periode 2013–2018 di pasar Qatar berada pada posisi “Rising Star” karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar

ekspor nenas Thailand di Qatar bernilai positif yaitu sebesar 0,008% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Thailand di Qatar yang juga bernilai positif sebesar 0,005%.

Nenas Thailand berada pada posisi daya saing “Lost Opportunity” di pasar Bahrain, hal ini disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Thailand terjadi penurunan yaitu sebesar -0,002% namun terjadi peningkatan pangsa produk total ekspor Thailand di perdagangan dunia sebesar 0,02%. Pada posisi daya saing di pasar Jepang disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Thailand terjadi penurunan yaitu sebesar -0,11% namun terjadi peningkatan pangsa produk total ekspor Thailand di perdagangan dunia sebesar 0,008%, dan pada posisi daya saing di pasar Kuwait disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Thailand terjadi penurunan yaitu sebesar -0,04% namun terjadi peningkatan pangsa produk total ekspor Thailand di perdagangan dunia sebesar 0,003%.

Sedangkan nenas Thailand berada pada posisi “Retreat” di pasar Singapura disebabkan karena baik rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Thailand dari kedua negara maupun rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Thailand bernilai negatif yaitu sebesar -0,5% dan -0,01%, selanjutnya pada posisi daya saing di pasar Uni Emirat Arab disebabkan karena baik rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Thailand dari kedua negara maupun rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Thailand bernilai negatif yaitu sebesar -0,13% dan -0,005%.

Alasan negara tujuan yang posisi daya saing “Rising Star” di pasar internasional karena adanya total permintaan ekspor nenas ke negara Qatar lebih besar dari negara tujuan yang lainnya dan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar negara tersebut lebih tinggi. Sedangkan posisi daya saing “Retreat” di pasar internasional karena pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar ke negara Singapura dan Uni Emirat Arab tersebut lebih rendah.

3. Hasil Estimasi *Export Product Dynamic (EPD) Filipina*

Hasil estimasi EPD nenas negara daya saing, yaitu Filipina selama periode 2013-2018 menunjukkan terjadi di enam negara tujuan ekspor nenas Filipina seperti dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Estimasi Nilai EPD Filipina di Beberapa Negara Tujuan Ekspor Periode 2013 - 2018

| Negara Tujuan | Rata-Rata Growth X (%) | Rata-Rata Growth Y (%) | Posisi Daya Saing |
|-----------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Bahrain | -0,002312451 | 0,000557631 | <i>Lost Opportunity</i> |
| Jepang | -0,21662613 | -0,013384164 | <i>Retreat</i> |
| Kuwait | 0,015638381 | 0,000140354 | <i>Rising Star</i> |
| Qatar | 0,00885066 | 0,000790112 | <i>Rising Star</i> |
| Singapura | -0,12922803 | 0,001401954 | <i>Lost Opportunity</i> |
| Uni Emirat Arab | 0,057353057 | 0,000689846 | <i>Rising Star</i> |

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil estimasi daya saing nenas Filipina pada periode 2013–2018 di pasar Kuwait berada pada posisi “Rising Star” karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina di Kuwait bernilai positif yaitu sebesar 0,01% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Filipina di Kuwait yang juga bernilai positif sebesar 0,0001%. Hal serupa terjadi pada posisi daya saing nenas Filipina di pasar Qatar disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina di Qatar bernilai positif yaitu sebesar 0,008% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Filipina di Qatar yang juga bernilai positif sebesar 0,0007%, sedangkan pada posisi daya saing di pasar Uni Emirat Arab disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina di Uni Emirat Arab bernilai positif yaitu sebesar 0,05% searah dengan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Filipina di Uni Emirat Arab yang juga bernilai positif sebesar 0,0006%.

Nenas Filipina berada pada posisi daya saing “Lost Opportunity” di pasar Bahrain disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina terjadi penurunan yaitu sebesar -0,002% namun terjadi peningkatan pangsa produk total ekspor Filipina di

perdagangan dunia sebesar 0,0005% dan pada posisi daya saing di pasar Singapura disebabkan karena rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina terjadi penurunan yaitu sebesar -0,12%, namun terjadi peningkatan pangsa produk total ekspor Filipina di perdagangan dunia sebesar 0,001%.

Sedangkan nenas Filipina berada pada posisi “Retreat” di pasar Jepang disebabkan karena baik rata-rata pertumbuhan pangsa pasar ekspor nenas Filipina maupun rata-rata pertumbuhan pangsa pasar total ekspor Filipina bernilai negatif yaitu sebesar -0,21% dan -0,01%.

Alasan negara tujuan yang posisi daya saing “Rising Star” di pasar internasional karena adanya total permintaan ekspor nenas ke negara Kuwait, Qatar, dan Uni Emirat Arab lebih besar dari negara tujuan yang lainnya dan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar negara tersebut lebih tinggi. Sedangkan posisi daya saing “Retreat” di pasar internasional karena pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar ke negara Jepang tersebut lebih rendah.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia

Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan metode data panel. Estimasi model ini menggunakan analisis regresi data panel yang menghasilkan *random effect model* sebagai model terbaik berdasarkan uji Lagrange. Dengan persamaan tersebut, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$
$$Y = 2037,923 + 0,852 X_1 + 0,860 X_2 + 0,456 X_3$$

Berdasarkan pada persamaan diatas menunjukkan hasil estimasi regresi data panel dari masing-masing variabel independen, yaitu produktivitas nenas Indonesia (X1), harga nenas Indonesia (X2), dan harga ekspor nenas Indonesia (X3) terhadap daya saing ekspor nenas Indonesia. Koefisien regresi produktivitas nenas Indonesia, harga nenas Indonesia, dan harga ekspor nenas Indonesia terhadap US\$ memiliki arah yang positif. Selain itu, harga nenas Indonesia terhadap US\$ berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing ekspor nenas Indonesia, sedangkan produktivitas nenas Indonesia dan harga ekspor nenas Indonesia tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor nenas Indonesia.

Setelah dilakukan regresi terhadap data panel diperoleh model yang mengandung variabel bebas yang signifikan sesuai teori, namun harus melalui beberapa uji untuk mengetahui model yang sesuai. Model yang baik selain harus memenuhi kriteria statistik juga harus memenuhi kriteria ekonometrika yaitu terbebas dari masalah normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas.

Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah Uji Kolmogorof Smirnof (KS), uji ini menentukan apakah distribusi data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia yaitu normal atau tidak dilihat melalui perbandingan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan > 0,05 maka distribusi datanya dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan < 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal. Berikut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Normalitas Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|--------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 6 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .25142979 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .272 |
| | Positive | .174 |
| | Negative | -.272 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .666 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .787 |

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan pada Tabel 5, output data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0.05$) yaitu $0,787 > 0,05$ yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

Pada uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah Uji Glejser, tujuannya untuk mencari tau data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia ini bebas dari heterokedastisitas atau tidak yaitu variasi nilai yang berubah/tidak konstan. Berikut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia
 Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -.071 | .130 | | -.549 | .638 |
| Produktivitas Nenas Indonesia (Ton/Ha) | .000 | .000 | -.493 | -.610 | .604 |
| Harga Nenas Indonesia (US\$) | 5.142E-6 | .000 | .947 | .815 | .501 |
| Nilai Ekspor Nenas Indonesia (US\$) | -1.300E-9 | .000 | -.671 | -.490 | .673 |

a. Dependent Variable: abs_res

Berdasarkan pada output data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia terlihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing menunjukkan level sig $> \alpha$, yaitu 0,604 untuk variabel Produktivitas Nenas Indonesia; 0,501 untuk variabel Harga Nenas Indonesia; dan 0,673 untuk variabel Nilai Ekspor Nenas Indonesia, sehingga penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan layak untuk diteliti.

Pada uji autokorelasi yang digunakan adalah Runs Test, tujuannya untuk mencari tau data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia terbebas dari gangguan autokorelasi atau tidak. Berikut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Autokorelasi Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia
 Runs Test

| | Unstandardized Residual |
|-------------------------|-------------------------|
| Test Value ^a | .06932 |
| Cases < Test Value | 3 |
| Cases >= Test Value | 3 |
| Total Cases | 6 |
| Number of Runs | 5 |
| Z | .456 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .648 |

a. Median

Berdasarkan pada hasil output sebelumnya, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,648 > dari 0,05 , maka dapat disimpulkan bahwa data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

Pada uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *VIF*, tujuannya untuk melihat apakah setiap variabel bebas berkorelasi tinggi satu sama lain atau tidak. Jika terjadi gejala multikolinearitas, maka model regresi akan bias. Berikut dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nenas Indonesia
 Coefficients^a

| Model | Collinearity Statistics | |
|--|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Produktivitas Nenas Indonesia (Ton/Ha) | .303 | 3.297 |
| Harga Nenas Indonesia (US\$) | .162 | 6.177 |
| Nilai Ekspor Nenas Indonesia (US\$) | .308 | 3.243 |

a. Dependent Variable: Volume Ekspor Nenas Indonesia (Ton)

Berdasarkan pada output data faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia menggunakan *VIF*, maka nilainya mesti harus lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan estimasi daya saing ekspor nenas Indonesia di pasar Internasional dengan menggunakan metode *Export Product Dynamic* (EPD) selama periode 2013–2018 posisi pasar tujuan ekspor nenas Indonesia di negara Bahrain, Kuwait, dan Qatar selain memiliki daya saing yang kuat, posisi pasar di negara inipun menempati posisi “Rising Star” sehingga dapat terus dipertahankan pemasarannya. Pasar ekspor nenas Indonesia di Uni Emirat Arab menempati posisi Falling Star yang menyebabkan tidak berpotensi ekspor karena terkait terjadinya penurunan permintaan walaupun pangsa ekspor di negara tersebut meningkat dan komoditas berdaya saing kuat. Sama halnya di Jepang dan Singapura, pasar ekspor nenas Indonesia berdaya saing kuat, tetapi dikarenakan komoditas nenas di kedua negara ini menempati posisi “Retreat” maka tidak berpotensi ekspor karena terjadinya penurunan pangsa ekspor dan permintaan ekspor yang menurun dibandingkan dengan negara daya saing, yaitu Thailand dan Filipina. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor nenas Indonesia dalam pasar Internasional adalah harga nenas Indonesia terhadap US\$ berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing ekspor nenas Indonesia, sedangkan produktivitas nenas Indonesia dan harga ekspor nenas Indonesia tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing ekspor nenas Indonesia.

Daftar Pustaka

- [1] Purnamawati, Astuti. 2013. *Dasar-Dasar Ekspor Impor*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- [2] Prabowo, Y. 2016. *Analisis Permintaan Ekspor Karet Alam Indonesia ke Negara China, Jepang, Kanada dan Amerika Serikat*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- [3] Suwandi, dkk. 2016. *Outlook Nenas*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, Jakarta.
- [4] Kementerian Pertanian. 2018. *Basis Data Statistik Komoditi Nenas*. Jakarta: <https://aplikasi2.pertanian.go.id/bdsp/>
- [5] [UN Comtrade] *United Nations Commodity Trade Statistic Database*. 2018. <https://comtrade.un.org/>
- [6] Kementerian Pertanian. 2018. *Basis Data Ekspor-Impor Komoditi Nenas*. Jakarta: <http://database.pertanian.go.id/>
- [7] Pradipta, A. 2014. *Posisi Daya Saing dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Ekspor Buah-buahan Indonesia di Dunia dan Negara Tujuan*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- [8] Bappenas. 2018. *Trade and Investment in Indonesia: a Note on Competitiveness and Future Challenge. Report Paper, Directorate of Trade, Investment and International Economic Cooperation*. Ministry of States for National Development Planning/ The National Development Planning Agency (Bappenas).
- [9] Gujarati, Damodar N. dan Dawn C. Porter. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.
- [10] Syahyuti. 2007. *Strategi Pengendalian Alih Fungsi Lahan Pertanian Produktif Menjadi Non Pertanian Dengan Kebijakan Pemerintah*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- [11] Kementerian Pertanian. 2018. *Basis Data Statistik Komoditi Nenas*. Jakarta: <https://aplikasi2.pertanian.go.id/bdsp/>
- [12] [UN Comtrade] *United Nations Commodity Trade Statistic Database*. 2018. <https://comtrade.un.org/>
- [13] Suyanto. 2012. *Kaya akan Sumber Daya Alam, masih Mengimpor?*. Surabaya: https://www.ubaya.ac.id/2018/content/interview_detail/50/Kaya-akan-Sumber-Daya-Alam--masih-Mengimpor-.html (diakses tanggal 03 September 2020).
- [14] Purnomo, Ayun. 2018. *Pengendalian Mutu Buah Nanas di Packing House PT IND*. Lampung: Politeknik Negeri Lampung [Jurnal].