

## **ANALISIS POSISI KOMODITAS JAHE INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL**

**Novia Ely Mazzlin<sup>1)</sup>, Sri Widayanti<sup>1\*)</sup>, Sigit Dwi Nugroho<sup>1)</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

\*Corresponding author: [sriwidayanti@upnjatim.ac.id](mailto:sriwidayanti@upnjatim.ac.id)

### **To cite this article:**

Mazzlin, N. E., Widayanti, S., & Nugroho, S. D. (2022). Analisis Posisi Komoditas Jahe Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 7(6), 226–235.  
<https://doi.org/10.37149/jimdp.v7i6.89>

**Received:** September 13, 2022; **Accepted:** December 05, 2022; **Published:** December 10, 2022

### **ABSTRACT**

Indonesia ranks fifth for the world's most significant ginger production in 2020 after India, Nigeria, China, and Nepal. However, this does not make Indonesia a major ginger exporter in the international market. This study analyzes the position of Indonesian ginger in the global market compared to its competitors based on comparative advantage, competitive advantage, and trade specialization. The research methods used Revealed Comparative Trade Advantage (RTCA), Export Competitiveness Index (XCI), and Trade Specialization Index (ISI). The data used in this study is secondary data for the period 2006-2020 obtained from the Food and Agriculture Organization (FAO) with item code 720 (ginger), which consist of the export and import value of ginger from the country concerned, the export and import value of world ginger, and also the export and import value of all goods from the country affected. The result showed that the Indonesian ginger commodity has comparative competitiveness, competitive competitiveness, and trade specialization as an exporter of ginger in the international market. RCTA analysis shows an average value of 0,538, making Indonesia the country with the lowest comparative competitiveness among other competitors. XCI analysis indicates that Indonesia has the highest competitive competitiveness compared to its competitors, with an average value of 1,351. ISI analysis shows that Indonesia tends to be an exporter of ginger with an average value of 0,29 and is in the growth stage. Indonesia has the potential to develop the competitiveness of ginger exports in the international market by optimizing the utilization of existing resources and improving the quality of ginger. The competition for ginger exports in the global market is currently very tight, so for further research, it is recommended to analyze non-traditional markets that can be used as a potential to develop the Indonesian ginger export market.

**Keywords:** competitiveness; export; ginger; import; trade specialization

### **PENDAHULUAN**

Perekonomian dalam suatu negara dipengaruhi oleh beberapa aspek penting, salah satunya adalah perdagangan internasional. Terjadinya perdagangan internasional disebabkan karena suatu negara tidak dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri secara mandiri atau jika suatu negara memiliki keunggulan dalam memproduksi produk secara berlebih (Suhartini et al., 2021). Adanya perdagangan internasional tersebut tidak lepas dari kegiatan ekspor dan impor, di mana ekspor cenderung bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara dan impor untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang dikonsumsi oleh penduduk domestik (Rangkuty & Nasution, 2018). Bagi negara agraris seperti Indonesia, sektor pertanian berperan sangat penting dalam perekonomian negara yaitu sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB), sumber devisa, ketahanan pangan, dan juga bahan baku industri (Ervani, 2013). Pada tahun 2020, nilai ekspor produk pertanian berkontribusi sebesar 4.119 juta US\$, menempatkan sektor pertanian pada posisi ketiga setelah industri pengolahan dan pertambangan dalam ekspor non migas Indonesia. Hortikultura termasuk dalam salah satu produk pertanian yang potensial dikembangkan karena bernilai ekonomis dan juga memiliki permintaan pasar yang tinggi (Nugroho et al., 2017), termasuk di dalamnya adalah tanaman biofarmaka.

Tanaman biofarmaka terdiri dari 15 (lima belas) jenis tanaman yaitu dringo, jahe, kapulaga, kecibeling, kencur, kunyit/kunir, lengkuas/laos, lempuyang, lidah buaya, mahkota dewa, mengkudu/pace, sambiloto, temuireng, temukunci, serta temulawak (Statistik Hortikultura, 2020). Diantara tanaman tersebut, jahe memiliki rata-rata produksi tertinggi dalam periode tahun 2016-2020 yaitu sebesar 224.447.501,8 kg/tahun disusul oleh kunyit sebesar 164.811.794 kg/tahun dan kapulaga sebesar 85.135.206,8 kg/tahun. Tingginya produksi jahe didukung oleh wilayah Indonesia yang subur dengan kondisi geografis dan sumber daya yang melimpah. Iklim tropis di Indonesia juga cocok untuk budidaya jahe dengan rata-rata curah hujan sepanjang tahunnya (Aditama et al., 2015). Terdapat tiga macam jahe yang secara umum dikenal di Indonesia yaitu jahe putih besar (jahe gajah), jahe putih kecil (jahe emprit), dan jahe merah (Setyaningrum & Saparinto, 2013). Jahe (*Zingiber officinale* Rosc.) menjadi salah satu tanaman biofarmaka yang memiliki prospek di pasar domestik maupun di pasar internasional. Nilai yang terdapat pada tanaman jahe terletak pada bagian rimpangnya yang dapat dikonsumsi untuk bahan makanan, minuman penghangat, rempah-rempah, hingga obat herbal.

Wilayah Asia dalam periode 2006-2020 menguasai rata-rata produksi jahe dunia sebesar 79,3%. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), negara Indonesia di tahun 2020 berada pada posisi ke-5 dalam produksi jahe terbesar di dunia setelah negara India, Nigeria, China, dan Nepal. Akan tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan tingkat ekspor jahe Indonesia, di mana Indonesia berada di posisi ke-19 diantara negara lain sebagai eksportir jahe. Di sisi lain, Indonesia menempati posisi ke-12 sebagai negara importir jahe terbesar di dunia.

Berdasarkan volume eksportnya, perbandingan volume ekspor jahe dari negara-negara di wilayah Asia yaitu Indonesia, Thailand, India, dan China pada periode tahun 2006 hingga 2020 mengalami fluktuasi. China menguasai ekspor jahe dengan rata-rata ekspor sebesar 394.119,6 ton/tahun. Dalam kurun waktu tersebut posisi China sebagai negara eksportir jahe terbesar di dunia tidak tergeserkan. Selanjutnya Thailand menduduki peringkat kedua memiliki rata-rata volume ekspor jahe sebesar 42.268,87 ton/tahun disusul oleh India sebesar 28.127,6 ton/tahun dan Indonesia sebesar 12.963,4 ton/tahun. Thailand mampu menjadi eksportir jahe yang lebih besar dibandingkan India dan Indonesia yang memiliki rata-rata produksi jahe lebih tinggi di setiap tahunnya. Rendahnya volume ekspor jahe Indonesia disebabkan oleh ketatnya persaingan komoditas jahe di pasar internasional dan juga adanya kendala seperti kualitas yang rendah dan produksi yang tidak menentu dikarenakan faktor iklim (Utama et al., 2020).

Daya saing suatu produk dapat dilihat melalui beberapa indikator sebagai tolok ukur. Salah satu indikator yang dapat menggambarkan keberhasilan persaingan suatu produk yaitu semakin banyaknya permintaan akan produk tersebut di dalam pasar atau semakin meningkatnya permintaan ekspor produk tersebut di dalam perdagangan internasional (Nurlaili, 2021). Agar suatu produk dapat bertahan dalam pasar internasional, maka produk tersebut harus mampu untuk bersaing dengan produk yang sama dari negara pesaingnya. Oleh karena itu pangsa ekspor suatu produk perlu ditingkatkan dengan cara memiliki keunggulan produk yang khas dibandingkan negara pesaing lainnya (Anggrasari et al., 2021). Adapun tinggi rendahnya daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional dapat dilihat melalui dua faktor yaitu faktor keunggulan secara komparatif dan juga faktor keunggulan secara kompetitif. Faktor keunggulan secara komparatif merupakan keunggulan yang secara alamiah telah ada pada suatu negara. Sedangkan faktor keunggulan secara kompetitif merupakan keunggulan yang mampu diciptakan ataupun dikembangkan oleh suatu negara (Tupamahu, 2015). Selanjutnya, persaingan ekspor jahe dari Indonesia dengan negara kompetitornya dapat memberikan suatu pandangan terkait seberapa besar spesialisasi perdagangan serta posisi daya saing komoditas jahe Indonesia di pasar internasional (Huda et al., 2021).

Beberapa penelitian mengenai daya saing jahe Indonesia sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian oleh Utama et al (2020) menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) mengungkapkan bahwa komoditas jahe di Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada periode tahun 2001 hingga 2018. Penelitian Wirakusuma (2021) juga menggunakan metode RCA menunjukkan bahwa jahe Indonesia mampu berdaya saing tinggi di Inggris (RCA=2,84) dan Jerman (RCA=1,90). Selanjutnya penelitian oleh Nurjati (2022) menunjukkan bahwa tingkat daya saing ekspor jahe Indonesia lebih rendah daripada negara pesaingnya berdasarkan analisis RCA ataupun *Constant Market Share* (CMS), akan tetapi jahe Indonesia masih memiliki potensi untuk dikembangkan di pasar ekspor. Penelitian ini akan mengkaji posisi komoditas jahe Indonesia dibandingkan negara pesaingnya di pasar internasional dengan mempertimbangkan nilai ekspor dan nilai impornya. Tahapan jahe Indonesia dalam spesialisasi perdagangan juga menarik untuk dianalisis karena belum pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing komparatif, daya saing kompetitif, dan spesialisasi perdagangan jahe Indonesia di pasar internasional. Hasil penelitian yang diperoleh

menunjukkan posisi komoditas jahe Indonesia di pasar internasional, dibandingkan dengan negara pesaingnya yaitu Thailand, India, dan China.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini mengacu pada jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder berupa data tahunan (*time series*) selama periode 15 tahun yaitu dari 2006 hingga 2020. Penelitian dilaksanakan selama bulan Agustus 2022. Data sebagian besar diperoleh dari *Food and Agriculture Organization* (FAO) serta sumber-sumber lainnya yang mendukung seperti jurnal, artikel, buku, dan internet. Data dalam penelitian ini berkaitan dengan komoditas jahe dengan kode item 720 (*ginger*) pada sumber data FAO, antara lain nilai ekspor dan nilai impor jahe dari negara yang bersangkutan, nilai ekspor dan nilai impor jahe dunia, serta nilai ekspor dan nilai impor seluruh barang dari negara yang bersangkutan. Adapun jahe yang dimaksud adalah jahe dalam jumlah total, baik jahe utuh ataupun yang telah dihancurkan atau ditumbuk. Negara yang digunakan sebagai pembanding dalam penelitian ini adalah negara yang berasal dari kawasan Asia yaitu Thailand, India, dan China dengan pertimbangan bahwa negara tersebut juga termasuk sebagai produsen dan eksportir jahe terbesar di dunia. Teknik analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA), *Export Competitiveness Index* (XCI), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *Software Microsoft Excel*.

### **Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA)**

Daya saing komparatif jahe Indonesia dan negara pesaingnya dianalisis menggunakan metode RCTA. Penelitian sebelumnya telah menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk menilai daya saing ekspor pada komoditas yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode RCTA yang melihat sisi perkembangan ekspor dan juga impor untuk produk yang sama. Adapun metode RCTA dirumuskan sebagai berikut (Huda et al., 2021):

$$RCTA = RXA - RMP \quad (1)$$

$$RXA = (X_{in}/X_{i(w-n)})/[X(o-i)_n/X(o-i)_{(w-n)}] \quad (2)$$

$$RMP = (M_{in}/M_{i(w-n)})/[M(o-i)_n/M(o-i)_{(w-n)}] \quad (3)$$

Keterangan: RXA = *Revealed Export Competitiveness* (daya saing ekspor); RMP = *Revealed Import Penetration* (penetrasi impor); i = Jahe; n = Negara yang bersangkutan (Indonesia, Thailand, India, atau China); o = Seluruh jenis barang termasuk I; w = Dunia;  $X_{in}$  = Nilai ekspor jahe dari negara n;  $M_{in}$  = Nilai impor jahe dari negara n;  $X_{i(w-n)}$  = Nilai total ekspor jahe dari seluruh negara selain n di dunia;  $M_{i(w-n)}$  = Nilai total impor jahe dari seluruh negara selain n di dunia;  $X(o-i)_n$  = Nilai total ekspor dari seluruh barang selain jahe di negara n;  $M(o-i)_n$  = Nilai total impor dari seluruh barang selain jahe di negara n;  $X(o-i)_{(w-n)}$  = Nilai total ekspor dari barang selain jahe dari negara selain n (nilai total ekspor seluruh barang dikurangi nilai ekspor jahe dari salah satu negara n);  $M(o-i)_{(w-n)}$  = Nilai total impor dari barang selain jahe dari negara selain n (nilai total impor seluruh barang dikurangi nilai impor jahe dari salah satu negara n)

Kriteria dalam analisis RCTA yaitu apabila nilai RCTA positif ( $RCTA > 0$ ) maka negara tersebut mempunyai daya saing komparatif dalam ekspor jahe (*advantage*). Sedangkan apabila nilai RCTA negatif ( $RCTA < 0$ ) maka negara tersebut tidak mempunyai daya saing komparatif dalam ekspor jahe (*disadvantage*).

### **Export Competitiveness Index (XCI)**

XCI digunakan untuk menilai daya saing kompetitif jahe Indonesia dan negara-negara pesaingnya. Nilai XCI akan menggambarkan trend daya saing kompetitif, dengan kriteria jika XCI bernilai lebih besar atau sama dengan satu ( $XCI \geq 1$ ) maka negara tersebut memiliki kemampuan peningkatan daya saing kompetitif ekspor jahe. Sebaliknya, jika XCI bernilai lebih kecil dari satu ( $XCI < 1$ ) maka negara tersebut berada dalam penurunan daya saing kompetitif ekspor jahe di pasar internasional. Analisis XCI dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Effendi & Suhartini, 2017):

$$XCI = \frac{(X_{in}/X_{iw})_t}{(X_{in}/X_{iw})_{t-1}} \quad (4)$$

Keterangan:  $X_{in}$  = Nilai ekspor jahe dari negara n;  $X_{iw}$  = Nilai ekspor jahe dunia; t = Tahun berjalan; t-1 = Tahun sebelumnya

### Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Analisis ISP dilakukan untuk mengetahui gambaran posisi jahe Indonesia di pasar internasional, apakah cenderung untuk menjadi eksportir atau importir jahe. ISP bernilai diantara -1 dan +1. ISP dengan nilai positif menunjukkan bahwa jahe Indonesia memiliki daya saing kuat atau Indonesia cenderung berperan menjadi eksportir jahe. Sebaliknya jika ISP bernilai negatif menunjukkan bahwa jahe Indonesia memiliki daya saing lemah atau Indonesia cenderung berperan sebagai importir (Riptanti et al., 2018). Terdapat lima tahapan dalam nilai ISP, yaitu tahap pengenalan ( $-1 < ISP < -0,50$ ), tahap substitusi impor ( $-0,50 < ISP < 0,00$ ), tahap pertumbuhan ( $0,01 < ISP < 0,80$ ), tahap kematangan ( $0,81 < ISP < 1,00$ ), dan tahap kembali mengimpor ( $1,00 < ISP < 0,00$ ) (Hasibuan et al., 2012). Berikut merupakan rumus untuk analisis ISP:

$$ISP = \frac{(X_{in} - M_{in})}{(X_{in} + M_{in})} \quad (5)$$

Keterangan:  $X_{in}$  = Nilai ekspor jahe dari negara n;  $M_{in}$  = Nilai impor jahe dari negara n

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penawaran suatu produk biofarmaka dapat dilihat melalui volume produksinya (Nugroho et al., 2017). Apabila volume produksinya tinggi maka potensi untuk melakukan kegiatan ekspor juga semakin besar. Adapun variabel jumlah produksi dan luas lahan secara signifikan berpengaruh terhadap volume ekspor jahe Indonesia (Yuliana & Wirawan, 2015). Jumlah produksi dan luas panen komoditas jahe di Indonesia periode tahun 2006 hingga 2020 dapat dilihat pada Tabel 1. Secara keseluruhan, jahe Indonesia memiliki rata-rata produksi yang tinggi sepanjang tahunnya. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2016, sedangkan produksi paling rendah pada tahun 2011. Jika dilihat dari sisi luas panennya, maka produktivitas jahe tertinggi juga terjadi pada tahun 2016. Di tahun tersebut Indonesia mampu memproduksi jahe sebesar 340.341 ton dengan luas panen 12.932 ha. Tingginya produksi jahe dipengaruhi oleh kondisi geografis, tanah Indonesia yang subur, serta kondisi cuaca dan iklim yang mendukung untuk budidaya jahe. Tahun 2014 jahe Indonesia menghasilkan produktivitas terendah yaitu 14,735 ton/ha yang diperoleh dari jumlah produksi dibagi luas panen. Kurang maksimalnya produktivitas jahe dapat disebabkan oleh adanya serangan hama dan penyakit, bibit yang kurang baik, serta alih fungsi lahan (Utomo et al., 2021). Rata-rata produksi dan luas panen jahe Indonesia yang tinggi setiap tahunnya dapat dijadikan peluang untuk menjadi salah satu negara eksportir jahe utama di pasar internasional.

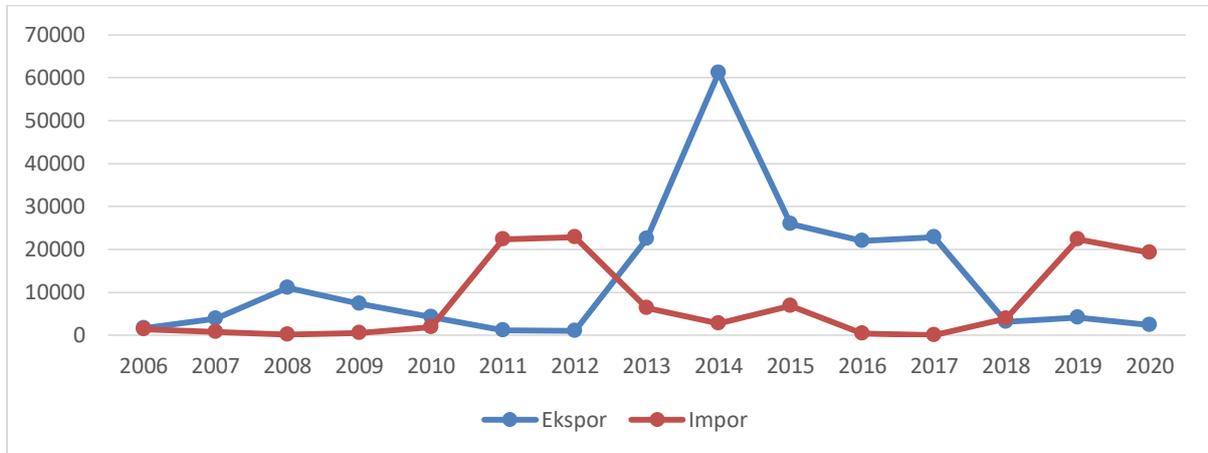
Tabel 1. Produksi (ton) dan luas panen (ha) jahe Indonesia tahun 2006-2020

Tahun	Produksi (ton)	Luas Panen (ha)
2006	177.138	8.904
2007	178.502	9.965
2008	154.963	8.712
2009	122.181	6.865
2010	107.735	6.053
2011	94.734	5.491
2012	114.538	7.316
2013	155.286	10.279
2014	226.115	15.345
2015	313.064	15.324
2016	340.341	12.932
2017	216.587	10.556
2018	207.412	10.227
2019	174.380	8.077
2020	183.518	7.451
Rata-rata	184.433.53	9.566,47

Sumber: FAOSTAT, 2022 (diolah)

Gambar 1 menunjukkan kondisi volume ekspor dan volume impor jahe Indonesia dalam periode 2006-2020. Volume ekspor dan impor jahe Indonesia mengalami fluktuasi, akan tetapi volume ekspor jahe masih menunjukkan perkembangan yang lebih baik dibandingkan volume impornya. Jika suatu negara mampu menghasilkan komoditas dalam jumlah besar, maka negara tersebut akan melakukan ekspor (Anshari et al., 2017). Sedangkan jika suatu negara tidak mampu memenuhi kebutuhan dalam negerinya, maka akan melakukan impor (Dani et al., 2020). Volume ekspor jahe Indonesia mencapai puncaknya pada tahun 2014. Hal tersebut dipengaruhi oleh peningkatan luas lahan secara signifikan yang terjadi pada tahun 2011 hingga 2014 serta kebutuhan

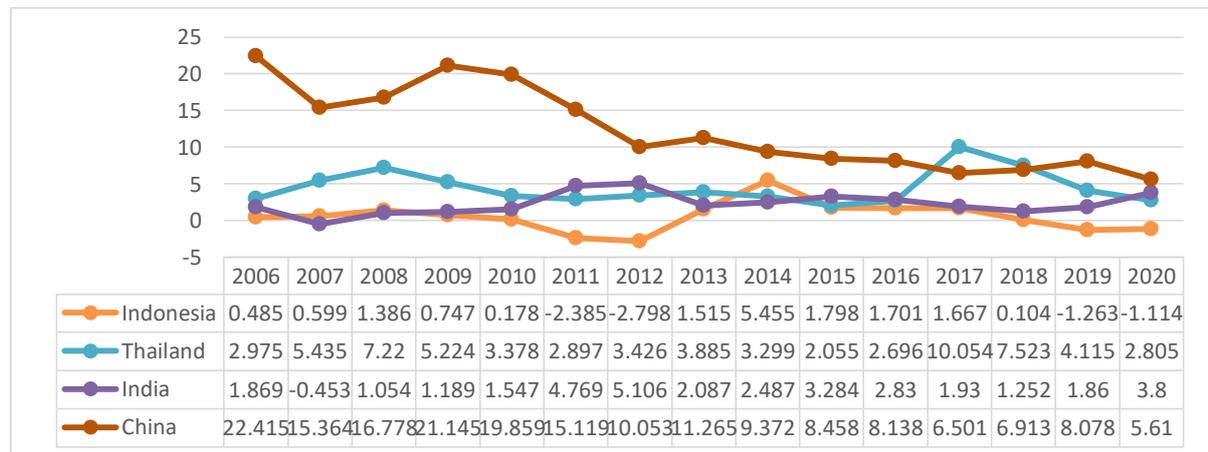
jahe di dalam negeri yang sudah terpenuhi. Sedangkan pada tahun 2012 Indonesia memperoleh volume impor tertinggi. Tahun 2011 hingga 2012 Indonesia mengalami defisit jahe karena belum banyak petani yang memiliki minat untuk membudidayakan tanaman jahe. Tahun 2018 hingga 2020 volume impor jahe kembali lebih tinggi dibandingkan volume ekspornya, di mana tahun 2018 disebabkan oleh menurunnya produksi jahe dan tahun 2019-2020 permintaan jahe dalam negeri mengalami peningkatan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 (Lestari et al., 2022). Jahe dipercaya dapat meningkatkan sistem imun tubuh sehingga ketika adanya pandemi Covid-19 masyarakat berbondong-bondong untuk mengkonsumsi jahe.



Gambar 1. Perkembangan volume ekspor dan volume impor jahe Indonesia di pasar internasional tahun 2006-2020 (ton) (Sumber: FAOSTAT, 2022 (diolah))

### Daya Saing Komparatif

Hasil perhitungan analisis RCTA menunjukkan bahwa keempat negara yaitu Indonesia, Thailand, India, dan China pada periode 2006-2020 secara berurutan memiliki rata-rata nilai RCTA yaitu: 0,538; 4,466; 2,307; dan 12,338. Nilai RCTA yang lebih besar dari nol atau positif, menunjukkan bahwa produk jahe dari Indonesia, Thailand, India, dan China memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional.



Gambar 2. Perbandingan nilai RCTA jahe Indonesia, Thailand, India, dan China tahun 2006-2020

China menempati posisi pertama diantara tiga negara lainnya dengan nilai RCTA rata-rata 12,338. Nilai ini menunjukkan bahwa China memiliki keunggulan komparatif terbesar dibandingkan tiga negara pesaing lainnya. Dalam periode penelitian yang digunakan, hal tersebut berbanding lurus dengan nilai ekspor jahe dan nilai ekspor total seluruh barang dari China yang selalu lebih besar dari nilai impornya (FAOSTAT, 2022). Nilai RCTA Jahe di China cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya, akan tetapi nilai tersebut tetap menjadi yang tertinggi kecuali pada tahun 2017 dan 2018 yang dikalahkan oleh Thailand. Nilai RCTA tertinggi dicapai China pada tahun 2006 sedangkan nilai

RCTA terkecil pada tahun 2020. Menurut Putri et al (2014), sebagian besar produk herbal yang diperdagangkan dengan China tidak memiliki daya saing atau dengan kata lain China menguasai pasar produk tersebut. Keberhasilan China dalam produktivitas produk pertaniannya didukung oleh besarnya sumber daya yang dimiliki dan pemanfaatan inovasi teknologi yang optimal (Saphira et al., 2022).

Thailand berada di posisi kedua, dengan nilai RCTA rata-rata 4,466 dari tahun 2006-2020. Meskipun Thailand memiliki luas lahan yang lebih kecil dari tiga negara lainnya, Thailand mampu bersaing sebagai negara eksportir jahe di pasar internasional. Puncak keunggulan daya saing komparatif jahe Thailand dicapai pada tahun 2017 dan daya saing komparatif terendah terjadi pada tahun 2015. Selama periode 2006-2020, nilai RCTA jahe Thailand selalu positif, menunjukkan bahwa Thailand memiliki daya saing komparatif yang tinggi pada perdagangan jahe. Beberapa hal yang menyebabkan Thailand memiliki daya saing komparatif yang lebih tinggi dari Indonesia adalah adanya strategi kebijakan dalam pengembangan kualitas hidup petani, efisiensi produksi, efisiensi manajemen, ketahanan pangan, serta pengembangan sumber daya pertanian secara efisien, seimbang, dan berkelanjutan (Dabukke & Iqbal, 2014).

India menempati posisi ketiga dengan nilai RCTA rata-rata 2,307 pada periode 2006-2020. India selalu memiliki nilai RCTA positif kecuali di tahun 2007. Hal tersebut dipengaruhi oleh nilai ekspor jahe India lebih rendah dari nilai impornya pada tahun tersebut. Meskipun demikian rata-rata nilai RCTA jahe India masih tinggi pada periode 2006-2020 menunjukkan bahwa India memiliki daya saing komparatif yang tinggi dalam perdagangan jahe. Penyediaan bibit unggul dalam upaya peningkatan produksi tanaman pangan dan hortikultura merupakan satu strategi bersaing untuk ketahanan pangan dan penguatan ekspor yang dilakukan oleh pemerintah India (Dabukke & Iqbal, 2014).

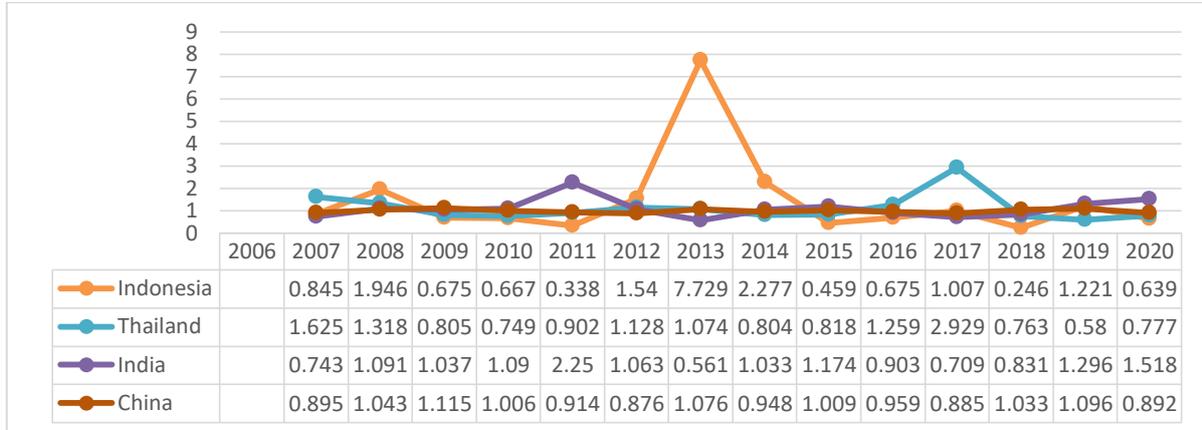
Indonesia menempati posisi terakhir diantara tiga negara lainnya dengan rata-rata nilai RCTA 0,538 selama periode 2006-2020. Nilai tersebut sangat rendah dibandingkan dengan negara tiga negara pesaing lainnya. Diperkuat oleh penelitian Nurjati (2022) yang menunjukkan daya saing jahe Indonesia lebih rendah karena volume dan nilai ekspornya berada di bawah negara pesaingnya. Nilai RCTA jahe Indonesia tertinggi didapatkan pada tahun 2014 di mana pada tahun tersebut volume ekspor jahe Indonesia juga mencapai titik tertinggi (gambar 1). Pada tahun 2014 juga terjadi peningkatan produksi dan luas panen (tabel 1) sehingga kelebihan pasokan jahe ditujukan untuk ekspor. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian Utama et al (2020) yang menyatakan bahwa jahe Indonesia memiliki keunggulan komparatif tertinggi pada tahun 2014. Indonesia beberapa kali memiliki nilai RCTA negatif yaitu pada tahun 2011, 2012, 2019, dan 2020. Pada tahun tersebut nilai impor jahe Indonesia lebih tinggi dibanding nilai ekspornya. Jika dilihat dalam jumlah produksinya (tabel 1), produksi jahe Indonesia memang berada pada titik terendah di tahun 2011. Akan tetapi di tahun lainnya Indonesia mampu memproduksi jahe relatif tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan jahe di dalam negeri juga tinggi yang menyebabkan produksi jahe diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Negara Indonesia dan India meskipun memiliki jumlah produksi jahe yang tinggi akan tetapi negara tersebut juga merupakan konsumen jahe yang besar sehingga untuk total ekspor jahe yang dilakukan relatif lebih rendah dari negara pesaing. Oleh karena itu produktivitas jahe di Indonesia masih perlu ditingkatkan lagi untuk dapat bersaing secara komparatif di pasar internasional.

### Daya Saing Kompetitif

Gambar 3 menunjukkan nilai X<sub>Ci</sub> untuk Indonesia, Thailand, India, dan China pada periode 2006 hingga 2020. Nilai X<sub>Ci</sub> pada tahun 2006 adalah kosong dikarenakan salah satu indikator untuk analisis X<sub>Ci</sub> yang dipertimbangkan adalah  $(X_{in}/X_{iw})t - 1$ , yaitu nilai ekspor jahe dari salah satu negara (Indonesia, Thailand, India, dan China) dibagi dengan nilai ekspor jahe dunia di tahun sebelumnya, dalam hal ini adalah tahun 2005. Penelitian ini hanya menggunakan data pada tahun 2006-2020 sehingga nilai X<sub>Ci</sub> pada tahun 2006 tidak bisa didapatkan.

Berdasarkan hasil rata-rata dalam periode 15 tahun, Indonesia berada pada posisi pertama dengan rata-rata nilai X<sub>Ci</sub> 1,351. Nilai ekspor jahe Indonesia mengalami fluktuasi dengan perubahan yang cukup ekstrim pada beberapa tahun. Tahun 2013 jahe Indonesia memiliki nilai X<sub>Ci</sub> yang sangat tinggi disebabkan oleh nilai ekspor jahe Indonesia yang mengalami peningkatan drastis pada tahun 2012 ke 2013. Akan tetapi nilai X<sub>Ci</sub> jahe Indonesia juga mengalami penurunan yang cukup ekstrim dari tahun 2013 ke tahun 2014 dan 2015. Pada tahun 2014 nilai ekspor jahe Indonesia mengalami peningkatan, akan tetapi peningkatan tersebut tidak sebesar yang terjadi di tahun 2013. Hal tersebut menyebabkan turunnya nilai X<sub>Ci</sub> karena daya saing kompetitif ini diukur berdasarkan perbandingannya dengan nilai ekspor di tahun sebelumnya. Meskipun mengalami penurunan, nilai X<sub>Ci</sub> jahe Indonesia di tahun 2014 tetap menjadi yang tertinggi dibandingkan negara pesaing lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa di tahun 2013 dan 2014 jahe Indonesia mampu bersaing dengan memenuhi permintaan dari negara importir. Tahun 2015 nilai XCI jahe Indonesia kembali menurun disebabkan oleh menurunnya nilai ekspor dan melemahnya nilai rupiah. Di tahun 2018 nilai ekspor jahe Indonesia mengalami penurunan yang cukup tinggi sehingga nilai XCI mencapai titik terendah. Perlu diketahui bahwa penerapan standar keamanan pangan pada negara-negara tujuan ekspor juga mempengaruhi keberhasilan produk dalam ekspor. Salah satu kelemahan jahe Indonesia terletak pada *quality control* (Vancura et al., 2014) dan penerapan batas maksimum pestisida (Nugroho et al., 2017) sehingga menyebabkan penurunan ekspor jahe karena mengalami penolakan.



Gambar 3. Perbandingan nilai XCI jahe Indonesia, Thailand, India, dan China tahun 2006-2020

Thailand menempati posisi kedua dengan rata-rata nilai XCI jahe 1,035. Nilai XCI tertinggi dicapai pada tahun 2017 sedangkan nilai terendah terjadi di tahun 2019. Jahe Thailand dikenal dengan kualitas yang baik serta Thailand mempertimbangkan proses pengemasan jahe untuk tujuan ekspor ke negara besar seperti eropa. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab tingginya permintaan ekspor jahe Thailand di pasar internasional (Utama et al., 2020). Selanjutnya India berada di posisi ketiga dengan rata-rata nilai XCI sebesar 1,020. Sama halnya dengan Indonesia, secara keseluruhan Thailand dan India mengalami peningkatan daya saing kompetitif yang ditunjukkan oleh rata-rata nilai XCI lebih besar dari satu.

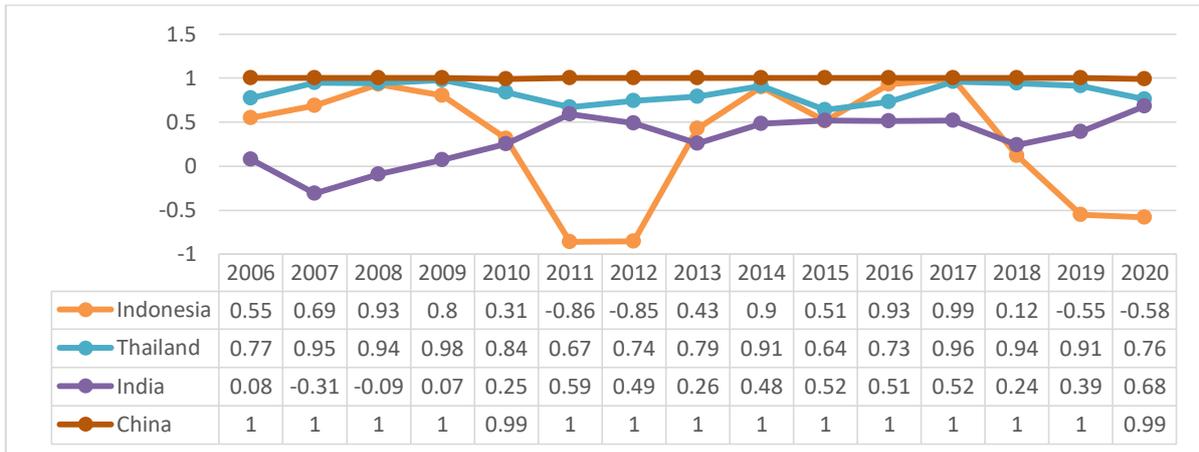
China menempati posisi keempat dengan rata-rata nilai XCI jahe 0,917. Nilai tersebut memiliki arti bahwa daya saing kompetitif jahe China periode 2006-2020 mengalami penurunan ( $XCI < 1$ ). Hal tersebut berbanding lurus dengan nilai ekspor jahe China yang cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya karena persaingan perdagangan jahe di pasar internasional semakin ketat dengan adanya negara-negara yang mampu memenuhi permintaan importir. Meskipun demikian, berdasarkan keunggulan komparatif China tetap menguasai pasar ekspor jahe dunia.

### Spesialisasi Perdagangan

Gambar 4 menunjukkan perbandingan nilai ISP dari empat negara. Seluruh negara memiliki rata-rata nilai ISP positif sehingga cenderung menjadi negara eksportir jahe pada periode 2006 hingga 2020.

China berada pada posisi pertama dengan nilai rata-rata ISP sebesar 1,00. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jahe china berada pada tahap kematangan. Tahap kematangan memiliki arti bahwa China telah melakukan proses standarisasi dan merupakan negara eksportir neto. Hal tersebut didukung oleh kebijakan pertanian yang diterapkan oleh China diantaranya adalah adanya harga pembelian minimum, asuransi pertanian, varietas tanaman unggul, hingga penghapusan pajak pertanian. Selain itu, China juga memiliki inovasi teknologi yang mendukung keberhasilan sektor pertaniannya di samping keunggulan sumber daya dan luas lahan yang dimiliki (Saphira et al., 2022).

Thailand berada pada posisi kedua dan memiliki nilai rata-rata ISP sebesar 0,83. Thailand memiliki nilai ISP yang tinggi dipengaruhi oleh nilai ekspor jahe Thailand yang selalu lebih besar dari nilai impornya disetiap tahun. Sama halnya dengan China, jahe Thailand juga berada pada tahap kematangan dan merupakan eksportir neto jahe. Thailand telah mampu untuk memenuhi kebutuhan jahe dalam negeri sehingga penawaran untuk ekspornya tinggi. Jahe Thailand juga dikenal berkualitas dan proses pengemasannya diperhatikan sehingga permintaan dunia terhadap jahe Thailand juga tinggi.



Gambar 4. Perbandingan nilai ISP jahe Indonesia, Thailand, dan China tahun 2006-2020.

India berada pada posisi ketiga dengan nilai rata-rata ISP sebesar 0,31 yang artinya jahe dari India berada pada tahap pertumbuhan dalam periode 2006 hingga 2020. India menguasai produksi jahe tertinggi setiap tahunnya, akan tetapi India juga merupakan negara yang memiliki permintaan jahe cukup tinggi. Hal tersebut dapat dilihat pada volume impor jahe India yang juga tinggi (FAOSTAT, 2022). Pada tahun 2007 dan 2008 India memiliki nilai ISP negatif yang artinya di tahun tersebut India cenderung menjadi importir jahe yang ditunjukkan oleh nilai impor jahe lebih besar dari nilai ekspornya.

Indonesia berada pada posisi terakhir diantara tiga negara pesaing lainnya dengan nilai rata-rata ISP sebesar 0,29. Dalam periode 2006 hingga 2020 jahe Indonesia berada pada tahap pertumbuhan. Hasil ini didukung oleh penelitian Zuhdi et al (2020) yang menyatakan bahwa komoditas jahe berada pada kluster pertumbuhan. Nilai impor jahe Indonesia pada tahun 2008, 2016, dan 2017 sangat rendah sehingga menyebabkan nilai ISP tinggi (mendekati 1). Sama halnya dengan India, ISP jahe Indonesia dalam beberapa tahun juga bernilai negatif yaitu pada tahun 2011, 2012, 2019, dan 2020. Hasil tersebut berbanding lurus dengan perhitungan daya saing komparatif jahe Indonesia menggunakan metode RCTA. Pada tahun 2011, produksi dan luas panen jahe Indonesia menjadi yang terendah dalam kurun waktu 15 tahun (tabel 1) sehingga Indonesia melakukan impor yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tahun 2012 volume ekspor jahe Indonesia menjadi yang terendah sedangkan volume impornya tertinggi (gambar 1). Hal tersebut berbanding lurus dengan terjadinya defisit neraca perdagangan tertinggi pada tanaman biofarmaka di tahun 2012 (Kanaya & Firdaus, 2014). Tahun 2019 dan 2020 nilai ISP jahe Indonesia kembali mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh tingginya permintaan jahe dalam negeri baik oleh masyarakat ataupun perusahaan sedangkan pasokan jahe di dalam negeri tidak mencukupi. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan lonjakan permintaan jahe dan adanya fenomena "*panic buying*" di kalangan masyarakat untuk mengkonsumsi produk yang dapat meningkatkan imun tubuh (Lestari et al., 2022). Jahe merupakan produk yang dipercaya dapat meningkatkan imun tubuh sehingga tingginya permintaan menyebabkan volume impor jahe mengalami peningkatan relatif tinggi dari tahun sebelumnya.

Dibandingkan dengan negara lainnya, posisi komoditas jahe Indonesia di pasar internasional masih rendah untuk dapat menjadi eksportir utama. Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan ekspor jahe dilihat dari jumlah produksi, luas lahan, sumber daya manusia, juga iklim yang mendukung untuk budidaya jahe. Akan tetapi, konsumsi jahe di dalam negeri juga tinggi (Yuliani & Kailaku, 2016) yang menyebabkan jumlah impor jahe pada tahun tertentu lebih tinggi dibandingkan jumlah ekspornya. Berdasarkan hal tersebut, Indonesia perlu meningkatkan produktivitas jahe dalam negeri mengingat jumlah penduduk dan permintaan jahe yang tinggi. Di sisi lain, persaingan komoditas jahe di pasar internasional juga semakin ketat dan jahe Indonesia memiliki kelemahan terutama dalam *quality control*. Berbeda dengan China dan Thailand yang telah mencapai tahap standarisasi teknologi, penerapan teknologi pertanian di Indonesia masih diperlukan optimalisasi. Salah satu kebijakan pemerintah untuk mendukung produksi jahe yaitu diberlakukannya kebijakan *One Village One Variety* (OVVO).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Komoditas jahe Indonesia memiliki daya saing komparatif, daya saing kompetitif, dan spesialisasi perdagangan sebagai negara eksportir jahe di pasar internasional. Hasil analisis RCTA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki posisi daya saing komparatif terendah dibandingkan negara pesaingnya. Sedangkan analisis XCI menunjukkan bahwa Indonesia memiliki posisi daya saing kompetitif tertinggi. Analisis ISP menunjukkan bahwa Indonesia cenderung memiliki posisi sebagai negara eksportir jahe dan berada pada tahap pertumbuhan. Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan daya saing ekspor jahe di pasar internasional yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada serta meningkatkan mutu dan kualitas jahe. Persaingan ekspor jahe di pasar internasional sangat ketat, sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti pasar non tradisional yang potensial dikembangkan untuk ekspor jahe.

## REFERENSI

- Aditama, L. G., Yulianto, E., & Wilopo. (2015). Pengaruh Produksi dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor (Studi pada Volume Ekspor Jahe Indonesia ke Jepang Periode 1994-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 25(1), 1–9. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/979>
- Anggrasari, H., Perdana, P., & Mulyo, J. H. (2021). Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Rempah-Rempah Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Agrica*, 14(1), 9–19. <https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4396>
- Anshari, M. F., Khilla, A. El, & Permata, I. R. (2017). Analisis Pengaruh Inflasi dan Kurs Terhadap Ekspor Di Negara Asean 5 Periode Tahun 2012-2016. *Info Artha*, 1(2), 121–128. <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JIA/article/view/130>
- Dabukke, F. B. M., & Iqbal, M. (2014). Kebijakan Pembangunan Pertanian Thailand, India, dan Jepang serta Implikasinya bagi Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 12(2), 87. <https://doi.org/10.21082/akp.v12n2.2014.87-101>
- Dani, S. C. R., Ismanto, B., & Sitorus, D. S. (2020). Pengaruh Ekspor Impor dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Cadangan Devisa Indonesia Tahun 2000-2019. *Ecodunamika*, 3(2). <https://ejournal.uksw.edu/ecodunamika/article/view/4049>
- Effendi, R. R., & Suhartini. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar ASEAN dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 1(1), 22–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2017.001.01.3>
- Ervani, E. (2013). Export and Import Performance of Indonesia's Agriculture Sector. *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 6(1), 54–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jejak.v6i1.3748>
- Hasibuan, A. M., Nurmawati, R., & Wahyudi, A. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin RISTR*, 3(1), 57–70. <https://doi.org/10.2307/2585477>
- Huda, F., Meitasari, D., & Widyawati, W. (2021). Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Atsiri Nilam (Patchouli Essential Oil) Indonesia di Pasar Internasional dengan Negara Brazil, Amerika Serikat, Meksiko, dan Perancis Periode 2001-2018. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1069–1085. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.10>
- Kanaya, I. A., & Firdaus, M. (2014). Daya Saing dan Permintaan Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia di Negara Tujuan Utama Periode 2003-2012. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(3), 183–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.17358/jma.11.3.183-198>
- Lestari, R. D., Hanifah, U., Resky, D. A., & Risma, R. (2022). Kajian Permintaan dan Penawaran Jahe di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(3), 1098–1108. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.29>
- Nugroho, P., Muhammad, F., & Alla, A. (2017). Pengaruh Standar Keamanan Pangan Terhadap Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 6(1), 41–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jekp.6.1.2017.41-57>
- Nurjati, E. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Jahe Indonesia di Pasar Utama Internasional Periode Tahun 2008-2018. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 276–292. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.27>
- Nurlaili. (2021). Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1019–1029. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2385>
- Putri, E. I. K., Rifin, A., Novindra, Daryanto, H. K., Hastuti, & Istiqomah, A. (2014). Tangible Value Biodiversitas Herbal dan Meningkatkan Daya Saing Produk Herbal Indonesia dalam

- Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 19(2), 118–124. <http://jesl.journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/view/8807>
- Rangkuty, D. M., & Nasution, L. N. (2018). Analisis Inflasi dan Impor Indonesia. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 18(2), 180–190. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v18i2.2552>
- Riptanti, E. W., Qonita, R. A., & Fajarningsih, R. U. (2018). The competitiveness of medicinal plants in Central Java Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 142(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/142/1/012018>
- Saphira, K., Sumadinata, R. W. S., & Yulianti, D. (2022). Kerja Sama Pertanian Indonesia dengan China dalam Kerangka AFCTA. *Padjajaran Journal of International Relations (PADJIR)*, 4(2), 109–123. <https://doi.org/10.24198/padjir.v4i2.38276>
- Setyaningrum, H. D., & Saparinto, C. (2013). *Jahe*. Penebar Swadaya Grup.
- Statistik Hortikultura. (2020). *Produksi Tanaman Biofarmaka (Kg) Tahun 2016-2020*. Badan Pusat Statistik.
- Suhartini, N. A., Widi, R. H., & Darusman, D. (2021). Daya Saing Pala, Lawang, dan Kapulaga Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Agristan*, 3(2), 84–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/agristan.v3i2.3685>
- Tupamahu, Y. M. (2015). Analisis daya saing ekspor cengkeh Indonesia di kawasan ASEAN dan Dunia. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 8(1), 27. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.8.1.27-35>
- Utama, A. N., Haryanti, E., & Wanto, H. S. (2020). Analisis Keunggulan Kompetitif Jahe Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribisnis*, 20(1), 41–53. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30742/jisa.v20i1.974>
- Utomo, W. P., Kurniawan, T., Fauzi, A., Wisudawati, T., Sulistyowati, E., & Saputro, W. A. (2021). Penentuan Strategi Pengembangan Agribisnis Jahe di Karesidenan Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Agribisnis*, 3(2), 32–44. <https://doi.org/10.33603/jpa.v3i2.4831>
- Vancura, L., Paneva, T., Tominaga, R., & Cerdenas, I. (2014). Opportunities for Nepalese Ginger and Derivative Products in Japan. *Laporan Untuk SAMARTH-NEPAL. Promar Consulting*.
- Wirakusuma, G. (2021). Can Indonesian Biopharmaceutical Plant Grab a Chance in Global Market? *Advances in Economics, Business and Management Research*, 199, 297–302. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211214.042>
- Yuliana, S. D., & Wirawan, I. G. P. N. (2015). Pengaruh Luas Lahan, Jumlah Produksi dan Kurs Dollar Amerika Serikat terhadap Volume Ekspor Jahe Indonesia Tahun 1993-2012. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4(5), 367–374. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/11743>
- Yuliani, S., & Kailaku, S. I. (2016). Pengembangan Produk Jahe Kering dalam Berbagai Jenis Industri. *Buletin Teknologi Pascapanen*, 5(1). <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/3427>
- Zuhdi, F., Lola, R., & Maulana, A. S. (2020). Daya Saing Ekspor Rempah Indonesia Ke European Union-15. *AGRIC: Jurnal Ilmu Pertanian*, 32(2), 139–152. <https://doi.org/10.24246/agric.2020.v32.i2.p139-162>