

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR PISANG (*Musa Paradiaca L.*) INDONESIA DI PASAR ASEAN DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

ANALYSIS OF INDONESIA BANANA EXPORT COMPETITIVENESS (*Musa Paradiaca L.*) IN ASEAN MARKET FACING ASEAN ECONOMIC COMUNITY (AEC)

Tri Nur Hidayati*, Suhartini

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

*Penulis korespondensi: trinurhidayati98@yahoo.co.id

ABSTRACT

Indonesia is one of the banana producing countries in ASEAN. The high production of banana Indonesia could be an opportunity to increase the economic value of the banana trade. The purpose of this study are (1) to analyze the banana Indonesia trade specialization in ASEAN market, (2) Analyze the competitiveness of the banana Indonesia commodity comparative in ASEAN markets, (3) Analyze the competitiveness of the banana Indonesia commodity competitive in ASEAN market. This study compared the competitiveness of the banana trade between Indonesia, Thailand, Philippines and Malaysia. The used data was in a form of time series data which was started from 1994 - 2013. The analytical method that were used in this research are the ISP (Trade Specialization Index), RCTA (Revealed Comparative Trade Advantage) and XCI (Export Competitiveness Index). The results showed 1). Specialization of the banana trade in the country of Indonesia, Malaysia, Thailand and the Philippines, 2). Comparative competitiveness of bananas in the country of Indonesia, Malaysia, Thailand and Philippines, 3). Competitiveness on bananas in the country of Indonesia, Malaysia, Thailand and Philippines. The results showed that the banana trade specialization from four countries, namely Indonesia, Malaysia, Thailand and the Philippines are likely to become the banana exporting countries. The average value of the banana trade specialization of each country is Indonesia 0.029, 0.093 Malaysia, Thailand and the Philippines 0,999 0,887. Comparative competitiveness of the banana Indonesia by using Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) note that banana Indonesia in the period 1994 to 2013 has a comparative competitiveness because it has an average value of 0.0029 RCTA. position of comparative competitiveness of bananas and Indonesia ranked fourth after the Philippines (2.3194), Malaysia (1.8835) and Thailand (0.0076) whereas competitiveness on banana Indonesia by using the Export Competitiveness Index (XCI) in the period 1994-2013 competitive competitiveness or ability trends that can be gained in the international market and have the ability to compete in the banana trade with other countries where a competitor countries. Position competitiveness on banana Indonesia (4,550), Thailand (2,684), the Philippines (1,561) and Malaysia (1,543)..

Keyword : *exports, competitiveness, banana, ASEAN*

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil pisang di ASEAN. Tingginya produksi pisang Indonesia dapat menjadi peluang untuk meningkatkan nilai ekonomi perdagangan pisang. Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Menganalisis spesialisasi perdagangan pisang Indonesia di

pasar ASEAN 2). Menganalisis daya saing komparatif komoditas pisang Indonesia di pasar ASEAN 3). Menganalisis daya saing kompetitif komoditas pisang Indonesia di pasar ASEAN. Penelitian ini membandingkan daya saing negara Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series dari tahun 1994 – 2013. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan), RCTA (Revealed Comparative Trade Advantage) dan XCI (Export Competitiveness Index). Hasil penelitian menunjukkan bahwa spesialisasi perdagangan pisang dari empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina cenderung menjadi negara pengekspor pisang. Nilai rata-rata spesialisasi perdagangan pisang masing-masing negara adalah Indonesia 0,029, Malaysia 0,093, Thailand 0,999 dan Filipina 0,887. Daya saing komparatif pisang Indonesia dengan menggunakan Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) diketahui bahwa pisang Indonesia pada periode 1994-2013 memiliki daya saing komparatif karena memiliki nilai rata-rata RCTA sebesar 0.0029. posisi daya saing komparatif pisang Indonesia berada pada peringkat keempat setelah Filipina (2,3194), Malaysia (1,8835) dan Thailand (0,0076) sedangkan daya saing kompetitif pisang Indonesia dengan menggunakan Export Competitiveness Index (XCI) pada periode 1994-2013 memiliki daya saing kompetitif atau kemampuan trend yang dapat menguat di pasar internasional dan memiliki kemampuan untuk bersaing dalam perdagangan pisang dengan negara lain yang dimana merupakan negara pesaing. Posisi daya saing kompetitif pisang Indonesia (4,550), Thailand (2,684), Filipina (1,561) dan Malaysia (1,543).

Kata Kunci: ekspor, daya saing, pisang, ASEAN

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional menjadi salah satu aspek penting untuk menggerakkan perekonomian negara. Salah satu faktor yang mendorong terjadinya perdagangan internasional yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang dapat diperoleh kedua belah pihak sebagai pelaku perdagangan. Kerjasama tersebut bertujuan untuk mewujudkan perdagangan bebas dengan menghilangkan atau mengurangi hambatan-hambatan perdagangan baik tarif ataupun non-tarif. Pisang (*Musa paradisiaca L.*) adalah salah satu komoditas unggulan yang dimiliki oleh Indonesia. Relatif besarnya produksi nasional dan luas panen dibandingkan dengan komoditas buah lainnya, menjadikan pisang merupakan tanaman unggulan di Indonesia. Namun, pengelolaan pisang masih sebatas tanaman pekarangan atau perkebunan rakyat yang kurang dikelola secara intensif.

Menurut Badan Pusat Statistik (2014), produksi pisang di Indonesia masih banyak digunakan untuk konsumsi dalam negeri saja. Dilihat dari jumlah produksi pisang, Indonesia memiliki potensi yang cukup besar dalam kuantitas produksi namun produksi pisang yang digunakan untuk kebutuhan ekspor sangat rendah yaitu 10%. Hal ini dikarenakan beragamnya jenis varietas pisang yang dihasilkan namun kualitas pisang yang dihasilkan masih kurang memenuhi selera pasar ASEAN. Menurut Satuhu dan Supriyadi (1997) dalam Fairuzi (2008), pemasaran pisang di dalam negeri sangat baik, mengingat harga pisang yang relatif lebih murah. Selain pemasaran dalam bentuk buah segar, pemasaran dalam bentuk olahan juga mempunyai peluang yang baik. Bentuk olahan yang umum diperdagangkan adalah sale, keripik pisang, dodol pisang, tepung pisang untuk makanan bayi dan pisang dalam bentuk sirup.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang berupa data time series yang dimulai dari tahun 1994 – 2013. Pengambilan data dilakukan pada data FAO dan juga BPS. Metode analisis yang digunakan

dalam penelitian ini adalah ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan), RCTA (Revealed Comparative Trade Advantage) dan XCI (Export Competitiveness Index). Daya saing ini dapat digunakan untuk menjelaskan potensi Indonesia dalam menguasai pasar produk pisang atau produk olahan pisang di pasar ASEAN. Oleh karena itu penting untuk dilakukan penelitian dengan menggunakan judul “Analisis daya saing ekspor pisang Indonesia di pasar ASEAN dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)”..

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, yaitu penelitian yang dilakukan di Indonesia. Penentuan pemilihan komoditas pisang pada penelitian ini dikarenakan pisang merupakan salah satu komoditas unggulan ekspor hortikultura yang dimiliki oleh Indonesia. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah daya saing pisang, spesialisasi perdagangan pisang Indonesia pada periode tahun 1994 hingga tahun 2013 dan kesiapan pisang Indonesia dalam menghadapi masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Negara yang menjadi pembanding yaitu Thailand, Malaysia dan Filipina dikarenakan negara tersebut merupakan pengekspor pisang terbesar di ASEAN.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data *time series* (tahunan), yang dimulai tahun 1994 hingga tahun 2013. Data yang diambil merupakan data mengenai perdagangan pisang Indonesia seperti data nilai ekspor dan impor pisang Indonesia, nilai ekspor seluruh komoditas dari masing-masing negara yang diperbandingkan yang diperoleh dari FAO (*Food Agriculture Organization*) serta informasi lainnya yang diperoleh dari buku literatur dan internet.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Penyajian data dapat berupa tabel, grafik, diagram, presentase. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu negara menjadi eksportir atau importir terhadap suatu komoditas. Selain itu, analisis yang digunakan untuk mengetahui daya saing suatu negara yang menunjukkan suatu negara memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) dan *Export Competitiveness Index* (XCI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Pisang Indonesia

Pisang merupakan tanaman hortikultura yang memiliki tingkat produksi cukup tinggi di Indonesia karena kesesuaian lahan, iklim, sumber daya manusia yang mendukung. Pisang dikenal toleran dengan berbagai macam ketinggian, dari daerah dengan dataran rendah maupun dengan daerah yang berdataran tinggi. Pisang dapat memberikan pendapatan dengan waktu yang cukup singkat (1 - 2 tahun), serta permintaan pasar yang cukup besar dan produksinya tersedia merata di sepanjang tahun (Budiyanto, 2010).

Wilayah yang menjadi sentra produksi pisang meliputi Sumatera, Jawa, Kalimantan hingga Papua. Menurut BPS (2016), terdapat 33 provinsi di Indonesia yang menggunakan lahannya untuk menanam komoditas pisang. Terdapat tiga provinsi yang memiliki luas areal

tanam pisang terbesar di Indonesia yaitu Jawa Timur, Jawa Barat dan Lampung. Pulau Jawa memberikan kontribusi yang cukup besar dibandingkan dengan produksi pisang yang ada di luar Jawa. Tahun 1980 – 2013 produksi pisang di Jawa mencapai 61,22% dari total produksi pisang Indonesia, sedangkan luar Jawa hanya sebesar 38,78%. Luas lahan yang digunakan untuk menanam pisang lebih luas di pulau Jawa dibandingkan dengan luas lahan yang ada di luar Jawa (BPS, 2014).

Menurut Riset Unggulan Strategi Nasional (RUSNAS) Buah Unggulan Indonesia (2010), faktor-faktor yang mempengaruhi pasang surut produksi pisang di Indonesia antara lain sebagai berikut: (1) pisang sangat rentan terhadap serangan penyakit dan hama, serta memiliki produktivitas yang rendah dengan kualitas yang beragam dan *shelf life*-nya pendek, (2) pemuliaan pisang memerlukan waktu yang sangat lama untuk memperoleh hasil hibrid hasil persilangan, (3) ketersediaan material genetik untuk keperluan pemuliaan tanaman pisang masih rendah, (4) keragaman jenis pisang yang sangat tinggi menyebabkan kesulitan mengidentifikasi dengan baik pola pewarisan sifat yang mengendalikan gen buah dan karakter agronomi, (5) serangan layu fusarium menjadi masalah yang dihadapi dalam hal produksi, (6) tidak tersedianya bibit yang berkualitas dan tidak terjaga kesehatannya, (7) pisang dibudidayakan sebagai kegiatan sampingan yang tidak menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur).

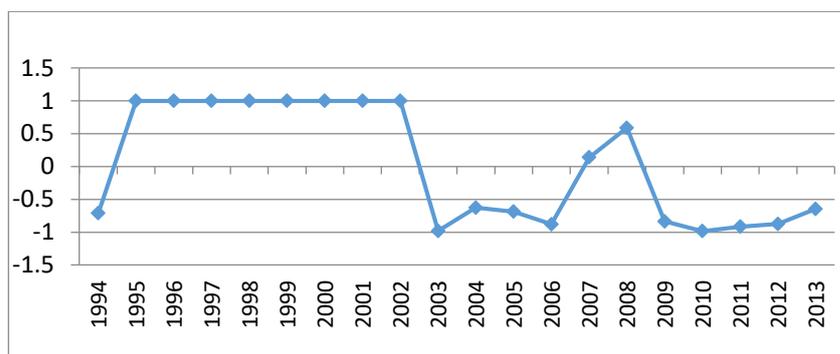
Menurut BPPKB Kabupaten Sinjai (2012), pengembangan bahan pangan untuk mengganti karbohidrat sebagai diversifikasi pangan, pisang menjadi salah satu komoditas yang dapat digunakan sebagai sumber karbohidrat alternatif karena memiliki kandungan karbohidrat dan kalori yang cukup tinggi. Banyaknya kandungan gizi yang terkandung dalam 100 gr buah pisang yang terdiri dari 115 kalori, 1,2 gr protein, 0,4 lemak, 26,8 gr karbohidrat, 0,4 serat, 11 mg kalsium, 43 mg posfor, 1,2 mg besi, 0,1 mg vitamin B, 2 mg vitamin C dan 70,7 gr air.

Pengolahan pisang di Indonesia masih dilakukan dengan cara sederhana dan sebagian besar produk olahan masih banyak dalam usaha skala kecil. Selain industri pisang dengan skala kecil, terdapat juga industri pisang yang melakukan pengolahan pada produk pisang. Industri pengolahan pisang juga mampu memasok pasar domestik dan telah melakukan ekspor. Menurut Departemen Pertanian (2005), buah pisang dapat diolah menjadi beragam produk antara lain seperti keripik, ledre, getuk, *puree*, sale, selai. Selain itu pisang juga dapat diolah menjadi tepung pisang, makanan bayi, dan sirup glukosa.

Analisis Spesialisasi Perdagangan Pisang

Menurut Tambunan (2004), spesialisasi perdagangan ini digunakan untuk melihat apakah untuk suatu jenis produk, suatu negara cenderung menjadi negara pengekspor (eksportir) atau pengimpor (importir). Indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran (sejak ekspor dan impor) identik dengan penawaran domestik dan permintaan domestik, yakni ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan penawaran atas barang tersebut di pasar domestik.

Selama tahun 1994 hingga 2013 perkembangan ISP pisang Indonesia mengalami fluktuatif dan cenderung memiliki nilai yang negatif. Tahun 1994 nilai ISP pisang Indonesia sebesar -0,7092 dan meningkat pada tahun 1995 hingga 2002. Tahun 2003 Indonesia memiliki nilai ISP yang negatif dengan nilai ISP -0.029. Tahun 2003 nilai ekspor pisang Indonesia lebih kecil dari pada nilai impor pisang Indonesia yang menyebabkan nilai ISP pada tahun itu menjadi negatif, sedangkan pada tahun 1995 hingga 2001 nilai ekspor pisang Indonesia lebih besar dibandingkan nilai impor produk pisang Indonesia sehingga menyebabkan nilai ISP menjadi positif.



Sumber: *Food Agriculture Organization*, 2016 (Diolah)

Gambar 1. Grafik Indeks Spesialisasi Perdagangan Pisang Indonesia Tahun 1994-2013

Perkembangan ISP Thailand, Filipina dan Malaysia dapat dilihat pada Tabel 1. Thailand, Filipina dan Malaysia sama-sama memperoleh nilai ISP dengan nilai positif yang menunjukkan negara tersebut cenderung menjadi negara eksportir pisang. Berdasarkan hasil perhitungan ISP pada periode tahun 1994 – 2013 menunjukkan bahwa pisang Filipina menempati posisi pertama dengan nilai rata-rata ISP yaitu 0,99 diikuti dengan pisang Malaysia pada posisi kedua dengan nilai rata-rata ISP Malaysia yaitu 0,88 dan posisi terakhir ditempati oleh pisang Thailand dengan rata-rata nilai ISP 0,09.

Tabel 1. Perbandingan nilai Spesialisasi Perdagangan Pisang Negara Indonesia, Thailand, Filipina dan Malaysia

Tahun	Nilai ISP			
	Indonesia	Thailand	Filipina	Malaysia
1994	-0,709	1,000	1,000	0,989
1995	1,000	1,000	1,000	0,988
1996	1,000	1,000	1,000	0,980
1997	1,000	1,000	1,000	0,980
1998	1,000	1,000	1,000	0,996
1999	1,000	1,000	1,000	0,978
2000	1,000	1,000	1,000	0,949
2001	1,000	1,000	0,999	0,979
2002	1,000	-0,838	1,000	0,986
2003	-0,981	-0,757	1,000	0,985
2004	-0,627	0,064	1,000	0,982
2005	-0,686	-0,926	1,000	0,967
2006	-0,881	-0,658	1,000	0,968
2007	0,138	-0,137	1,000	0,966
2008	0,589	-0,691	1,000	0,936
2009	-0,837	-0,145	1,000	0,945
2010	-0,983	-0,092	1,000	0,889
2011	-0,916	-0,335	1,000	0,797
2012	-0,876	-0,797	1,000	0,455
2013	-0,645	-0,825	1,000	0,022
Rata-Rata	0,029	0,093	0,999	0,887

Sumber: *Food Agriculture Organization*, 2016 (Diolah)

Rata-rata nilai ISP Thailand menunjukkan bahwa Thailand berada pada tahap pertumbuhan yang ditandai dengan nilai ISP mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Hal ini dapat dilihat dari nilai ISP yang cenderung negatif untuk tahun 2002 hingga tahun 2013. Thailand memiliki nilai spesialisasi paling rendah dalam perdagangan pisang. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pisang Thailand masih dalam tahap pertumbuhan. Artinya pisang Thailand melakukan produksi besar-besaran dan meningkatkan laju eksportnya. Persaingan ekspor semakin ketat pada tahap ini, dimana pasar domestik dan internasional untuk komoditas pisang, penawaran lebih besar daripada permintaan pisang di pasar domestik ataupun pasar internasional.

Menurut BPS (2014), Filipina merupakan negara penghasil pisang nomor satu di ASEAN. Menurut data FAO tahun 2008-2012, rata-rata produksi pisang dari Filipina mencapai 9,04 juta ton dengan kontribusi di negara ASEAN sebesar 47,90%. Menurut hasil perhitungan ISP, Filipina menempati posisi pertama dibandingkan dengan negara pesaing penghasil pisang. Nilai rata-rata ISP yang didapatkan oleh negara Filipina yaitu 0,999 yang hampir mendekati 1. Nilai rata-rata ISP Filipina yaitu 0,999 menandakan bahwa Filipina berada pada tahap kematangan. Tahap ini, produk pisang negara Filipina sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang digunakan pada saat produksi ataupun pelaksanaan pasca panen pisang. Pisang dari negara Filipina secara perlahan mengurangi eksportnya, namun dilihat dari data yang dikumpulkan nilai dari volume ekspor pisang Filipina mengalami fluktuasi dengan cenderung meningkat.

Nilai rata-rata ISP perdagangan pisang posisi kedua yaitu Malaysia. Nilai rata-rata ISP perdagangan pisang Malaysia yaitu 0,887 yang menjelaskan bahwa Malaysia berada pada tahap kematangan dimana Malaysia telah menjadi *net exporter*. Nilai tertinggi ISP Malaysia terjadi pada tahun 1998 sebesar 0,996 dengan nilai ekspor pisang pada tahun tersebut sebesar 4.951 US\$ dan nilai impor perdagangan pisang pada tahun tersebut sebesar 9 US\$. Nilai ISP terendah pada perdagangan pisang Malaysia terjadi pada tahun 2013 dengan nilai 0,022. Nilai tersebut diperoleh dari nilai ekspor pisang Malaysia yaitu sebesar 7.118 US\$ dan nilai impor pisang Malaysia yaitu 6.790 US\$.

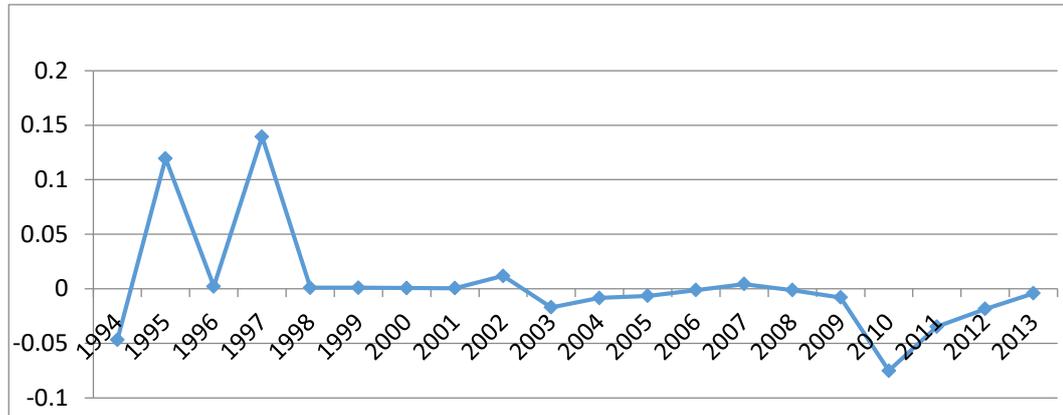
Analisis Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) Komoditas Pisang

Indeks lain yang umum digunakan dalam melihat daya saing atau keunggulan komparatif dan kompetitif produk ekspor di suatu negara adalah RCTA (*Revealed Comparative Trade Advantage*). RCTA selain melihat perkembangan ekspor juga melihat perkembangan impor untuk produk yang sama. Dengan kata lain, RCTA melihat kinerja ekspor secara relatif dibandingkan impornya. Jika nilai ekspor suatu negara besar, tetapi nilai impornya dengan produk dan komoditas yang sama juga besar atau bahkan lebih besar maka negara tersebut bisa menjadi negara pengekspor ataupun negara pengimpor. Dilihat dari nilai ekspor dan impornya tiap tahun dengan komoditas yang sama maka dapat diketahui negara tersebut memiliki daya saing tinggi ataupun daya saing rendah di komoditas yang diperdagangkan.

Perkembangan hasil analisis RCTA pisang Indonesia dapat dilihat pada gambar 2. Rata-rata perolehan nilai RCTA Indonesia adalah 0,00292 yang berarti Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan pisang di pasar internasional. Berdasarkan grafik dibawah dapat dilihat bahwa hasil analisis RCTA pisang Indonesia mengalami fluktuasi cenderung meningkat pada periode tahun 1994 hingga tahun 2013.

Perkembangan nilai RCTA Indonesia dipengaruhi oleh aktivitas ekspor dan impor pisang. Jika dilihat pada grafik diatas dapat dilihat bahwa perkembangan nilai RCTA selama kurun waktu 20 tahun cenderung mengalami kenaikan yang disebabkan dengan meningkatnya volume/kuantitas ekspor pisang yang dilakukan Indonesia sehingga berdampak langsung pada nilai impor pisang. Selain berdasarkan aktivitas ekspor maupun impor, ada beberapa faktor yang

mempengaruhi keunggulan komparatif pisang Indonesia diantaranya adalah: (1) sumberdaya alam, (2) faktor-faktor biologi, (3) harga input, (4) teknologi dan (5) transportasi. Sumberdaya alam dan faktor biologi sangat mendukung untuk memproduksi pisang di Indonesia karena Indonesia memiliki luas lahan untuk areal penanaman pisang yang cukup luas.



Sumber: *Food Agriculture Organization*, 2016 (Diolah)

Gambar 2. Grafik Revealed Comparative Trade Advantage Pisang Indonesia Tahun 1994-2013

Hasil perhitungan nilai RCTA pada negara Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina pada periode 1994-2013 dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan tabel tersebut dapat menunjukkan bahwa selama kurun waktu 20 tahun, Filipina masih tetap unggul dalam hal daya saing komoditas pisang di ASEAN. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata RCTA pisang. Rata-rata nilai RCTA pisang Indonesia sebesar 0,00292, rata-rata nilai RCTA Thailand sebesar 0,00763, rata-rata nilai RCTA Malaysia sebesar 1,88359 dan nilai rata-rata RCTA Filipina sebesar 2,3195. Rata-rata nilai RCTA keempat negara tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki nilai rata-rata RCTA terendah dibandingkan dengan keempat negara pesaing yaitu Thailand, Filipina dan Malaysia.

Nilai RCTA Filipina dipengaruhi oleh nilai ekspor dan juga nilai penetrasi impor yang terjadi pada waktu yang diteliti. Tingginya nilai ekspor pisang Filipina didukung dengan luas panen pisang yang terdapat pada negara Filipina. Filipina menjadi negara penghasil pisang terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi pisang di Filipina sebesar 47,90% pada tahun 2008-2012. Penanganan pasca panen yang telah diterapkan oleh Filipina menjadikan kualitas pisang yang dihasilkan Filipina memiliki kualitas yang sangat bagus dan juga telah terstandarisasi dalam hal penanganan budidaya dan juga penanganan pasca panen pisang.

Nilai rata-rata RCTA perdagangan pisang posisi kedua yaitu Malaysia. Nilai rata-rata RCTA perdagangan pisang Malaysia yaitu 1,8835 yang menjelaskan bahwa Malaysia memiliki daya saing komparatif dalam perdagangan pisang di pasar internasional. Nilai tertinggi RCTA Malaysia terjadi pada tahun 1994 sebesar 13,3426 dengan nilai ekspor pisang pada tahun tersebut sebesar 6.195 US\$ dan nilai impor perdagangan pisang pada tahun tersebut sebesar 33 US\$. Nilai RCTA terendah pada perdagangan pisang Malaysia terjadi pada tahun 2006 dengan nilai (-0,0137). Nilai tersebut diperoleh dari nilai ekspor pisang Malaysia yaitu sebesar 6.703 US\$ dan nilai impor pisang Malaysia yaitu 107 US\$.

Thailand merupakan salah satu negara pengekspor pisang di ASEAN yang memiliki luas lahan di peringkat ke 2 ASEAN. Presentase luas lahan yang dimiliki oleh Thailand yaitu sebesar 15,48% dari total luas areal panen pisang di ASEAN. Thailand memiliki nilai rata-rata RCTA dengan peringkat ketiga setelah Filipina dan Malaysia. Nilai ISP Thailand sebesar 0,0076 yang

menjelaskan bahwa Thailand masih memiliki daya saing komparatif dalam perdagangan pisang ASEAN. Thailand dapat melakukan produksi dalam skala-skala yang lebih besar untuk meningkatkan ekspor penawaran lebih besar daripada permintaan. Nilai RCTA tertinggi di Thailand terjadi pada tahun 2010 dimana nilai impor pisang Thailand bernilai 132 US\$, sedangkan nilai RCTA terendah pada Thailand terjadi pada tahun 2002 dengan nilai RCTA sebesar -0,01385.

Tabel 2. Perbandingan nilai *Revealed Comparative Trade Advantage* Pisang Negara Indonesia, Thailand, Filipina dan Malaysia

No.	Tahun	Nilai RCTA			
		Indonesia	Thailand	Filipina	Malaysia
1.	1994	-0,04685	0,00196	0,04573	13,34261
2.	1995	0,11950	0,00589	0,05935	2,84748
3.	1996	0,00205	0,00028	0,42370	0,86182
4.	1997	0,13943	0,00317	21,48180	-1,17122
5.	1998	0,00090	0,00016	0,06630	4,33780
6.	1999	0,00090	0,00224	0,22262	-0,01376
7.	2000	0,00072	0,00259	0,27274	3,45065
8.	2001	0,00051	0,00137	0,53230	1,79933
9.	2002	0,01179	-0,01386	0,14428	6,02532
10.	2003	-0,01698	-0,00806	0,71453	1,35476
11.	2004	-0,00835	0,00669	0,50979	1,82742
12.	2005	-0,00646	-0,01433	0,89313	1,02277
13.	2006	-0,00127	-0,01283	1,49239	0,59571
14.	2007	0,00426	0,02060	2,63455	0,30328
15.	2008	-0,00125	0,02288	2,36515	0,33590
16.	2009	-0,00798	0,03495	2,53207	0,26009
17.	2010	-0,07514	0,05340	2,42756	0,26687
18.	2011	-0,03479	0,03396	2,64896	0,25026
19.	2012	-0,01848	0,00685	3,18875	0,07914
20.	2013	-0,00413	0,00464	3,73377	-0,10451
Rata-rata		0,00292	0,00763	2,31947	1,88359

Sumber: Food Agriculture Organization, 2016 (Diolah)

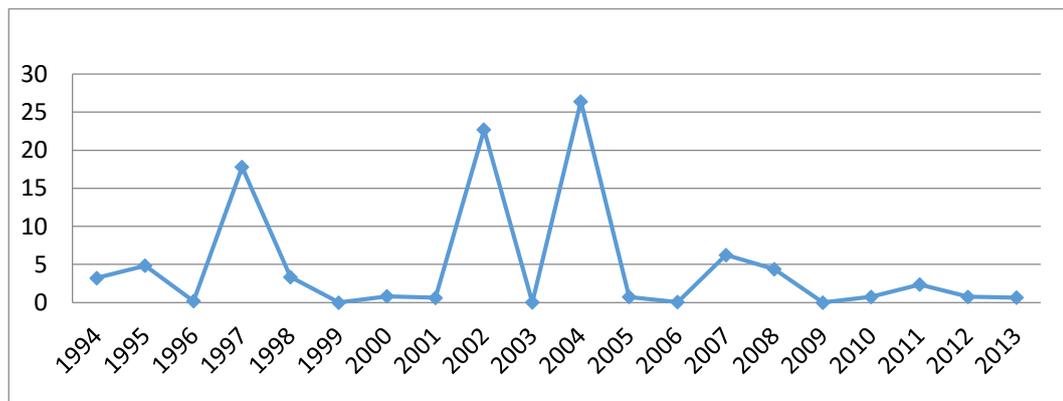
Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa urutan posisi perolehan nilai RCTA pisang mulai dari yang tinggi hingga terendah adalah Filipina, Malaysia, Thailand dan Indonesia. Nilai rata-rata RCTA yang diperoleh masing-masing negara dapat disimpulkan bahwa negara Indonesia, Thailand, Malaysia, Filipina memiliki daya saing (*advantage*) atau keunggulan komparatif dibidang perdagangan pisang, walaupun besaran yang dihasilkan keempat negara berbeda.

Analisis *Export Competitiveness Index* (XCI) Pisang

XCI (*Export Competitiveness Index*) menunjukkan *trend* daya saing yang dihadapi oleh satu negara terhadap negara lain untuk suatu komoditas tertentu yang diperdagangkan. Nilai indeks ini menunjukkan apakah komoditas tertentu memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya. Ketentuan dari nilai XCI, jika nilai XCI > 1, berarti komoditas tersebut menghadapi *trend* daya saing yang meningkat. Sebaliknya apabila nilai XCI < 1, maka komoditas tersebut menghadapi penurunan pangsa pasar atau daya

saing yang melemah. Indeks ini juga dapat dilihat sebagai rasio pertumbuhan suatu negara untuk komoditas tertentu terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut di pasar ASEAN.

Pada gambar 3, memperlihatkan fluktuasi nilai X_{Ci} pisang untuk negara Indonesia ke pasar ASEAN dalam kurun waktu 1994 hingga 2013. Hasil perhitungan nilai X_{Ci} pisang Indonesia, Thailand, Filipina, dan Malaysia pada periode 1994-2013 dapat dilihat pada tabel 3. Berdasarkan tabel tersebut dapat menunjukkan bahwa selama kurun waktu 20 tahun Indonesia lebih unggul dalam perdagangan pisang di ASEAN. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata X_{Ci} perdagangan pisang. Rata-rata nilai X_{Ci} pisang Indonesia yaitu 4,550, rata-rata nilai X_{Ci} Thailand yaitu 2,684, rata-rata nilai X_{Ci} Filipina yaitu 1,561 dan rata-rata nilai X_{Ci} Malaysia yaitu 1,543. Rata-rata nilai X_{Ci} pisang keempat negara tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki nilai X_{Ci} tertinggi dibandingkan dengan Thailand, Filipina dan Malaysia.



Sumber: Food Agriculture Organization, 2016 (Diolah)

Gambar 3. Grafik *Export Competitiveness Index* Pisang Indonesia Tahun 1994-2013

Nilai X_{Ci} tersebut menunjukkan bahwa rasio pertumbuhan negara akan perdagangan komoditas pisang memiliki daya saing meningkat ataupun tidak. Indonesia, Thailand, Filipina dan Malaysia cenderung memiliki nilai X_{Ci} yang positif sehingga menjadikan negara tersebut memiliki daya saing kompetitif dalam perdagangan pisang yang terus meningkat. Nilai X_{Ci} Indonesia memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan negara pesaing pengekspor pisang, namun nilai rata-rata X_{Ci} Indonesia bernilai positif yang dapat diartikan bahwa indeks yang memiliki nilai 1 dan bernilai positif maka negara tersebut merupakan negara yang memiliki *trend* dan daya saing meningkat untuk komoditas pisang. Nilai indeks ekspor perdagangan ini, menjelaskan bahwa negara tersebut mampu menjadi negara pengekspor dengan daya saing tinggi ataupun rendah.

Negara dengan posisi X_{Ci} tertinggi dalam perdagangan pisang adalah Indonesia. Nilai X_{Ci} Indonesia ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing kompetitif yang tinggi dalam perdagangan pisang dibandingkan dengan negara pesaing produsen pisang. Nilai X_{Ci} tertinggi pada Indonesia terjadi pada tahun 1997, 2002 dan 2004. Data ekspor pisang Indonesia menunjukkan bahwa nilai ekspor pisang Indonesia mengalami fluktuatif dan cenderung meningkat dibandingkan dengan negara pesaingnya. Dengan melihat besarnya prospek komoditi pisang, terutama dalam wujud segar dan olahan, maka perlu dilakukan upaya peningkatan produksi melalui perluasan areal tanam dan pemanfaatan teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas pisang di masa depan. Sehingga permintaan pisang dalam jangka panjang dapat tercukupi oleh produksi domestik dan dapat mengurangi atau menghilangkan impor buah tropika dari luar negeri (Departemen Pertanian, 2005).

Indonesia, Thailand, Malaysia, Filipina merupakan beberapa negara pengekspor pisang di ASEAN. Indonesia memiliki nilai rata-rata XCI tertinggi dengan nilai rata-rata XCI sebesar 4,550. Thailand memiliki nilai rata-rata XCI dengan peringkat kedua setelah Indonesia. Nilai ISP Thailand sebesar 2,684 yang menjelaskan bahwa Thailand masih memiliki daya saing kompetitif di perdagangan pisang di pasar ASEAN. Nilai XCI Filipina berada pada peringkat ketiga dibawah Indonesia dan Thailand. Nilai Rata-rata XCI Filipina sebesar 1,561 pisang Thailand memiliki daya saing kompetitif cukup rendah dibandingkan dengan Indonesia dan Thailand. Nilai XCI terendah pada Malaysia dengan nilai XCI sebesar 1,543 yang menjelaskan bahwa Malaysia memiliki daya saing yang lebih rendah dibandingkan dengan Filipina.

Tabel 3. Perbandingan nilai *Export Competitiveness Index* Pisang Negara Indonesia, Thailand, Filipina dan Malaysia

No.	Tahun	Nilai XCI			
		Indonesia	Thailand	Filipina	Malaysia
1.	1994	3,219	2,230	0,696	1,002
2.	1995	4,839	2,999	1,281	0,796
3.	1996	0,019	0,048	5,389	0,628
4.	1997	17,783	11,340	3,157	14,952
5.	1998	3,362	0,052	0,065	0,117
6.	1999	0,007	13,632	2,963	0,996
7.	2000	0,808	1,155	1,172	0,959
8.	2001	0,620	0,529	2,061	0,830
9.	2002	22,705	1,540	0,360	1,331
10.	2003	0,015	0,677	3,320	0,672
11.	2004	26,398	5,731	0,841	1,170
12.	2005	0,739	0,226	1,342	0,752
13.	2006	0,064	5,895	1,276	0,743
14.	2007	6,237	2,061	1,211	0,630
15.	2008	4,389	1,006	0,967	1,085
16.	2009	0,095	1,715	1,025	0,824
17.	2010	0,759	1,453	0,985	1,046
18.	2011	2,377	0,612	1,022	1,007
19.	2012	0,757	0,241	1,053	0,663
20.	2013	0,654	0,556	1,040	0,663
Rata-rata		4,550	2,685	1,561	1,543

Sumber: Food Agriculture Organization, 2016 (Diolah).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan serta hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Spesialisasi perdagangan pisang dari empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina cenderung menjadi negara pengekspor pisang. Nilai rata-rata spesialisasi perdagangan pisang masing-masing negara adalah Indonesia 0,029, Malaysia 0,093, Thailand 0,999 dan Filipina 0,887. Nilai ISP Indonesia sangat rendah dibandingkan dengan

negara pembanding dikarenakan pada tahun 2003 – 2013 nilai ISP Indonesia mengalami penurunan sehingga cenderung mengimpor pada tahun tersebut.

2. Daya saing komparatif pisang Indonesia dengan menggunakan *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) diketahui bahwa pisang Indonesia pada periode 1994-2013 memiliki daya saing komparatif karena memiliki nilai rata-rata RCTA lebih besar dari nol yaitu sebesar 0.0029. posisi daya saing komparatif pisang Indonesia berada pada peringkat keempat setelah Filipina (2,3194), Malaysia (1,8835) dan Thailand (0,0076).
3. Daya saing kompetitif pisang Indonesia dengan menggunakan *Export Competitiveness Index* (XCI) pada periode 1994-2013 memiliki daya saing kompetitif atau kemampuan trend yang dapat menguat di pasar internasional dan memiliki kemampuan untuk bersaing dalam perdagangan pisang dengan negara lain yang dimana merupakan negara pesaing. Posisi daya saing kompetitif pisang Indonesia (4,550), Thailand (2,684), Filipina (1,561) dan Malaysia (1,543).

Saran

Berdasarkan saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian diantaranya adalah:

1. Peningkatan spesialisasi perdagangan pisang Indonesia dapat dilakukan dengan meningkatkan nilai ekspor pisang Indonesia seperti meningkatkan produksi dengan kualitas ekspor serta meningkatkan pengembangan teknologi dalam budidaya pisang yang berkualitas ekspor. Oleh karena itu, diperlukan peran kelompok tani dengan bantuan pemerintah dalam memberikan pelatihan dan pengetahuan kepada petani mengenai potensi yang dimiliki pisang Indonesia di perdagangan internasional. Sehingga petani dapat menerapkan standar operasional dalam hal budidaya sehingga petani dapat memproduksi pisang sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan oleh pasar. Selain itu, perlu adanya promosi terhadap pisang-pisang lokal Indonesia untuk dapat bersaing di perdagangan internasional.
2. Peningkatan daya saing komparatif pisang Indonesia dapat dilakukan dengan peran pemerintah dan juga lembaga eksportir dalam meningkatkan penawaran pisang domestik. Peningkatan produksi dapat dilakukan dengan cara menambah areal luas tanam pisang secara komersil dalam bentuk perkebunan serta menerapkan teknologi dalam proses budidaya sehingga kualitas pisang yang dihasilkan memenuhi standar GAP (*Good Agriculture Practice*).
3. Peningkatan daya saing kompetitif pisang Indonesia dapat dilakukan dengan membuka pasar-pasar baru bagi ekspor pisang Indonesia. Peran pemerintah dan juga lembaga yang terkait dapat mengikuti pameran dagang dan mempromosikan pisang Indonesia ke kancah internasional sehingga mampu untuk memperluas jaringan perdagangan pisang Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Rosihan, and Ruri Ardhiani. "Integrasi pasar dalam sistem pemasaran bawang merah", *Agricultural Socio-Economics Journal*, 10.3 (2010): 164-176.
- Badan Ketahanan Pangan. 2014. <http://bps.go.id>. *Perkembangan Penggunaan Pisang di Indonesia*. Diakses tanggal 9 April 2016. Malang
- Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan Kabupaten Sinjai. 2012. *Pengembangan Pisang*. <http://bppkp.sinjaikab.go.id>. Diakses tanggal 13 April 2016. Malang

- Badan Pusat Statistik. 2014. *Outlook Komoditi pisang*. Sekretariat Jenderal-Kementerian Pertanian.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Data Horti Kementerian Pertanian*. <http://pertanian.go.id>. Diakses tanggal 13 April 2016. Malang
- Budiyanto, Agus Krisno. 2010. *Model Pengembangan Ketahanan Pangan Berbasis Pisang Melalui Revitalisasi Nilai Kearifan Lokal*. Vol. 11 No.2
- Departemen Pertanian. 2005. *Prospek dan arah pengembangan agribisnis pisang*. Badan penelitian dan pengembangan pertanian. Jakarta
- Fairuzi, Sofyan. 2008. *Prospek Pengembangan Pisang di Sumatera Barat*. Jurnal Abribisnis Kerakyatan. Vol 1 No. 1
- RUSNAS Buah Unggulan Indonesia. 2010. *Peningkatan Daya Saing Buah Nasional Melalui Riset Strategis*. IPB Press. Bogor
- Tambunan. 2004. *Globalisasi Perdagangan Internasional*. LP3ES. Jakarta.