



---

## DAYA SAING EKSPOR LADA INDONESIA KE VIETNAM, AMERIKA SERIKAT DAN INDIA

Rasidin Karo-Karo Sitepu<sup>1</sup>, Greyuni Grace Tambunan<sup>2</sup>, Desri Yohanna Natalina Damanik<sup>3</sup>,  
Elfira Erlikasna Br Tarigan<sup>4</sup>, Raden Fadhillah Salsabila<sup>5</sup>, Muhammad Daniyal Stis<sup>6</sup>

Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi IPB University, Bogor

[rasidinkaro@apps.ipb.ac.id](mailto:rasidinkaro@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [tambunangreyuni@apps.ipb.ac.id](mailto:tambunangreyuni@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>, [desridamanik@apps.ipb.ac.id](mailto:desridamanik@apps.ipb.ac.id)<sup>3</sup>,  
[elfira15erlikasna@apps.ipb.ac.id](mailto:elfira15erlikasna@apps.ipb.ac.id)<sup>4</sup>, [fadhillah.salsabila@apps.ipb.ac.id](mailto:fadhillah.salsabila@apps.ipb.ac.id)<sup>5</sup>, [muhammaddaniyal@apps.ipb.ac.id](mailto:muhammaddaniyal@apps.ipb.ac.id)<sup>6</sup>

---

### Abstrak

Lada merupakan komoditas rempah yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam karena kualitasnya yang unggul. Penelitian ini bertujuan melakukan analisis terhadap daya saing lada guna mengidentifikasi pasar ekspor yang menjanjikan dan berpotensi pada pengembangan di negara tujuan. Data yang dipakai ialah data sekunder yang merupakan penggabungan data *time series* dan data *cross section*. Rentang tahun yang digunakan mulai dari tahun 2017 sampai tahun 2022 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Trade Map, dan Uncomtrade. Analisis data digunakan dengan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamics* (EPD), dan *Export Competitiveness Index* (ECI). Hasil analisis menunjukkan ekspor lada Indonesia ke negara tujuan seperti Vietnam, USA, dan India memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif di negara tujuan karena nilai RCA lebih dari 1. Daya saing ekspor lada Indonesia ke negara tujuan bervariasi, nilai ECI rata-rata menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang baik dalam ekspor lada ke India, tetapi cenderung lebih lemah daripada Vietnam dan Amerika Serikat. Nilai ECI > 1 menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar ekspor lada ke India, sedangkan nilai ECI < 1 untuk Vietnam dan USA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lebih rendah di pasar ekspor tersebut.

**Keywords:** *Daya Saing, ECI, EPD, Lada, RCA*

### Abstract

Pepper is a spice commodity that has the potential to be developed due to its superior quality. This study aims to analyze the competitiveness of pepper to identify promising export markets and potential development in destination countries. The data used is secondary data which is a combination of time series data and cross section data. The range of years used starts from 2017 to 2022 sourced from the Central Statistics Agency (BPS), Trade Map, and Uncomtrade. Data analysis is used with the Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), and Export Competitiveness Index (ECI) methods. The results of the analysis show that Indonesian pepper exports to destination countries such as Vietnam, USA, and India have a competitive advantage and comparative advantage in the destination country because the RCA value is more than 1. The competitiveness of Indonesian pepper exports to destination countries varies, the average ECI value shows that Indonesia has good competitiveness in pepper exports to India, but tends to be weaker than Vietnam and the United States. ECI values > 1 indicate that Indonesia has a competitive advantage in the pepper export market to India, while ECI values < 1 for Vietnam and USA indicate that Indonesia has lower competitiveness in these export markets.

**Keywords:** *Competitiveness, ECI, EPD, Pepper, RCA*

(\*) Corresponding Author: Greyuni Grace Tambunan, [tambunangreyuni@apps.ipb.ac.id](mailto:tambunangreyuni@apps.ipb.ac.id), 082168138724

---

## INTRODUCTION

Pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia mengalami perkembangan yang cepat dengan mendorong negara-negara untuk mengikuti arus globalisasi ekonomi. Perdagangan internasional menjadi aspek penting bagi setiap negara, termasuk Indonesia. Salah satu produk yang memiliki potensi untuk meningkatkan ekspor Indonesia adalah rempah-rempah (Kementerian Perdagangan RI, 2017). Manfaat langsung dari perdagangan internasional adalah dimana sebuah negara dapat mengekspor produk-produk yang dihasilkannya untuk ditukar dengan barang dari negara lain dengan meminimumkan biaya. Hal ini akan menghasilkan keuntungan langsung dalam bentuk peningkatan pendapatan nasional, yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan output. Perdagangan internasional juga dianggap sebagai strategi untuk menghadapi tantangan dalam perekonomian global dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi dari setiap negara (Rochmat, 2017).

Dalam neraca perdagangan diketahui bahwa nilai selisih antara ekspor dan impor suatu negara dapat menjadi indikator penting terhadap daya saing ekspor negara tersebut. Jika sebuah negara mampu menciptakan surplus pada neraca perdagangan, artinya nilai ekspor negara tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai impor. Artinya, produk dari negara tersebut berdaya saing baik di pasar internasional sehingga banyak diminati oleh negara-negara lain. Sebaliknya, jika sebuah negara mengalami defisit pada neraca perdagangan, artinya nilai impor lebih tinggi daripada nilai ekspor. Untuk dapat bersaing di pasar internasional, negara perlu memperhatikan keseimbangan antara nilai ekspor dan impor serta terus melakukan upaya untuk meningkatkan daya saing produk-produknya. (Latif et al., 2022).

Pertumbuhan ekspor yang tinggi dapat memberikan dampak positif yang relavan pada tumbuhnya ekonomi suatu negara. Peningkatan nilai ekspor berarti semakin besar kontribusi ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi (Putri & Muljanto, 2021). Gagasan daya saing diperkenalkan oleh Adam Smith dalam (Manalu et al., 2022) digunakan untuk menilai seberapa banyak barang suatu negara unggul dari negara pesaing berdasarkan keunggulan absolut. Menurut Salvatore (1996) dalam (Manalu et al., 2022), Suatu negara memiliki keunggulan penuh atas negara-negara lain dalam pembuatan barang jika dapat melakukannya dengan biaya lebih murah.

Barang yang paling banyak diekspor di dunia dengan kriteria kualitas tertinggi salah satunya adalah rempah-rempah Indonesia. Lada merupakan rempah-rempah yang berpotensi sehingga harus dikembangkan untuk diekspor dari berbagai jenis yang diproduksi. Di Indonesia, lada sangat dihargai karena kualitasnya yang luar biasa. Lada sangat penting untuk dipertahankan karena aroma unik dan rasa lezat sebagai keunggulan kompetitif. Lada adalah salah satu komoditas utama yang menjadi penggerak ekonomi di beberapa wilayah di Indonesia (Evival, 2013). Diekspor dari Indonesia, lada biasanya digunakan oleh rumah tangga di negara-negara tujuan ekspor dan dikonsumsi langsung dalam makanan seperti lada putih, lada hitam, dan varietas lainnya (termasuk lada hijau) yang dikonsumsi langsung dalam makanan. Menurut pola ekspor lada di Indonesia, lada utuh lebih banyak daripada lada bubuk.

Pada tabel 1. Dapat dilihat volume ekspor lada menurut negara tujuan tahun 2017-2022, Indonesia secara berkesinambungan telah melakukan ekspor lada ke negara tujuan yaitu Vietnam, Amerika Serikat, India, dll.

**Tabel 1.** Volume Ekspor Lada Berdasarkan Negara Tujuan Utama 2017-2022 (Ton)

Negara Tujuan	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
Viet Nam	16,336	23,278	21,372	21,065	8,148	5,735	95,934
United States of America	7,112	4,458	4,856	6,487	5,007	5,556	33,476
India	4,572	5,688	6,024	4,974	5,114	3,634	30,006
China	479	1,093	6,662	11,347	4,908	4,581	29,070
Germany	2,274	2,156	3,195	5,012	3,769	2,516	18,922
Singapore	2,688	1,593	2,305	1,787	1,754	859	10,986
France	1,319	939	927	1,267	1,596	1,472	7,520
Taipei, Chinese	887	1,203	1,244	1,133	1,051	1,183	6,701
Japan	662	1,093	1,020	1,271	1,300	1,282	6,628

Netherlands	1,283	1,246	420	872	962	627	5,410
Malaysia	667	667	859	1,097	1,450	518	5,258
Jumlah	38,279	43,414	48,884	56,312	35,059	27,963	249,911

Sumber : (Trade Map, 2024) diolah

Tabel 1. Menunjukkan bahwa Vietnam adalah pasar dengan volume ekspor barang lada Indonesia tertinggi di antara semua pasar ekspor utama. Total volume ekspor lada di Vietnam periode 2018-2022 mencapai 95.934 ton sedangkan volume ekspor paling rendah terjadi di pasar Malaysia dengan tingkat pertumbuhan volume ekspor mencapai 5.258 ton. Penurunan volume ekspor yang signifikan pada tahun 2021 sebagai dampak pandemi yang berdampak besar terhadap perekonomian dunia hingga tahun 2021 termasuk Indonesia menjadi alasan penurunan volume ekspor tersebut. Jaringan perdagangan ditutup selama pandemi sehingga menghambat operasi ekspor (Sari et al., 2022).

Pada Tabel 2. Menunjukkan data nilai ekspor lada dari Indonesia ke beberapa negara tujuan utama dalam rentang waktu 2017-2022 yang diukur dalam jutaan dolar Amerika (USD).

**Tabel 2. Nilai Ekspor Lada Berdasarkan Negara Tujuan Utama 2017-2022 (\$ USD)**

Negara Tujuan	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
Viet Nam	67,972	56,431	46,519	47,229	31,689	28,649	278,489
United States of America	48,624	17,668	16,118	19,259	22,621	24,273	148,563
India	20,945	18,310	18,733	15,500	22,015	17,087	112,590
China	2,641	3,961	20,984	30,842	18,815	21,912	99,155
Germany	14,856	9,171	8,653	6,426	9,967	5,672	54,745
Singapore	18,326	7,233	1,621	3,354	4,955	3,520	39,009
Japan	4,804	5,178	4,216	5,053	7,977	9,212	36,440
Netherlands	9,509	5,971	3,529	3,934	7,950	3,340	34,233
France	9,951	4,091	3,284	3,707	6,868	5,672	33,573
Taipei, Chinese	6,296	5,050	4,499	3,989	5,462	6,817	32,113
Malaysia	5,321	3,340	3,927	2,429	4,397	3,458	22,872
Jumlah	211,262	138,422	134,102	143,742	144,737	131,634	903,899

Sumber : (Trade Map, 2024) diolah

Tabel 2. Menunjukkan bahwa Vietnam sebagai tujuan utama ekspor Indonesia memiliki jumlah nilai ekspor mencapai 278,489 juta USD, Amerika Serikat dengan total nilai ekspor sebesar 148,563 juta USD, India dengan 112,590 juta USD, dan China dengan 99,155 juta USD. Tak hanya itu, Indonesia mengekspor lada ke berbagai negara lain seperti Jerman, Singapura, Jepang, Belanda, Perancis, Taipei, Chinese, dan Malaysia. Total nilai ekspor lada Indonesia ke seluruh negara tujuan utama mencapai 903,899 juta USD selama periode tersebut. Data di atas menunjukkan nilai ekspor lada Indonesia ke beberapa negara tujuan utama dari tahun 2017 hingga 2022. Terlihat bahwa Vietnam terus menghasilkan nilai ekspor lada tertinggi selama periode tersebut, tetapi nilainya menurun setiap tahunnya yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi daya saing yang kuat di pasar internasional. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing komoditas lada Indonesia di tiga negara tujuan seperti Vietnam, Amerika Serikat dan India.

## METHODS

### Jenis dan Sumber Data

Data sekunder pada penelitian ini adalah data panel berisikan gabungan dari data time series dan data cross section dari tahun 2017-2022. *Cross section* diambil dari data yang terdiri dari beberapa negara

seperti Vietnam, Amerika Serikat dan India. Objek penelitian ini adalah komoditas lada (HS 090411). Sumber data diambil dari Trade Map, Uncomtrade dan Badan Pusat Statistik (BPS).

### Metode Analisis dan Pengolahan Data

Analisis pada penelitian ini menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD), dan *Export Competitiveness Index* (ECI). RCA dan EPD menganalisis daya saing lada Indonesia, sedangkan ECI menunjukkan perbandingan rasio ekspor suatu negara pada periode tertentu dan periode sebelumnya.

### Revealed Comparative Advantage (RCA)

Nilai RCA mempresentasikan daya saing dari komoditas yang dipertanyakan, apakah komoditas tersebut memiliki daya saing yang tergolong rendah atau tinggi. Jika semakin tinggi perhitungan nilai RCA, maka semakin tinggi pula daya saingnya dan sebaliknya semakin rendah nilai RCA, maka semakin rendah daya saingnya (Balassa, 1965). Terdapat dua kemungkinan pada nilai RCA suatu komoditas yaitu :

1. Nilai RCA lebih dari 1 menunjukkan bahwa komoditas Lada Indonesia berdaya saing kuat karena memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata global.
2. Nilai RCA kurang dari 1 menunjukkan bahwa komoditas Lada Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata global, sehingga berdaya saing rendah.

Secara matematis perhitungan nilai RCA dirumuskan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_{it}}{W_{ij} / W_t}$$

Keterangan :

$X_{ij}$  : Nilai Ekspor Lada Indonesia ke Vietnam, USA, dan India

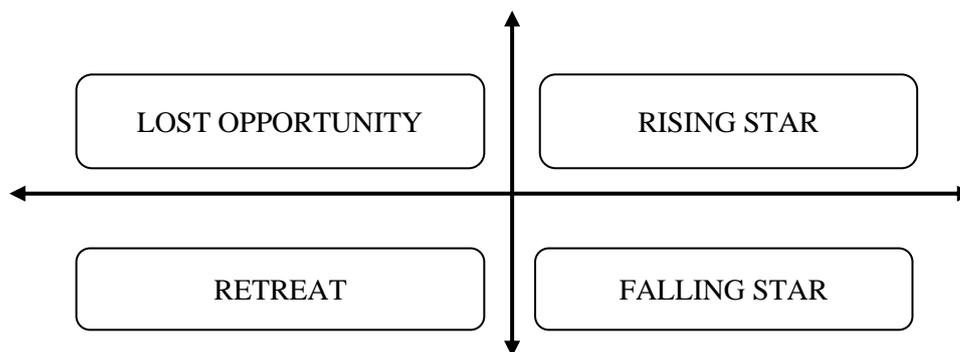
$X_{it}$  : Nilai Total Ekspor Indonesia ke Vietnam, USA, dan India

$W_{ij}$  : Nilai Ekspor Lada Dunia ke Vietnam, USA, dan India

$W_t$  : Nilai Total Ekspor Dunia ke Vietnam, USA, dan India

### Export Product Dynamic (EPD)

Metode *Export Product Dynamic* (EPD) adalah analisis untuk mengetahui posisi daya saing suatu komoditas untuk tujuan pasar tertentu. Hasil dari analisis EPD diperoleh empat posisi pangsa pasar yaitu *Rising Star*, *Lost Opportunity*, *Falling Star*, dan *Retreat*. Berikut ini matriks EPD :



Sumber : (Esterhuizent, 2006)

**Gambar 1. Matriks EPD**

Lost Opportunity adalah posisi yang menunjukkan adanya penurunan pangsa pasar pada produk- produk yang dinamis. Rising Star menunjukkan posisi yang memiliki pangsa pasar tertinggi dan negara mendapat tambahan pangsa pasar dimana produk ekspor tersebut memiliki pertumbuhan yang cepat. Falling Star menunjukkan kondisi penurunan pangsa pasar suatu produk. Retreat merupakan posisi kemunduran atau kemerosotan komoditas.

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

Metode ini digunakan untuk membandingkan rasio ekspor suatu negara di pasar untuk komoditas tertentu dan periode tertentu dengan rasio ekspor suatu negara untuk komoditas dan periode sebelumnya menurut (Saboniene, 2009) dalam (Kamaludin, 2018).

Adapun rumus dari metode ECI sebagai berikut :

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_w}\right) t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_w}\right) t - 1}$$

Keterangan :

$X_{ij}$  : Nilai Ekspor Lada di Negara Vietnam, USA, dan India

$X_w$  : Nilai Ekspor Lada di Dunia

$t$  : Periode berjalan

$t - 1$  : Periode sebelumnya

Hasil dari perhitungan diatas akan menghasilkan dua kemungkinan yaitu :

1.  $ECI > 1$  , artinya Komoditas tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dan diharapkan menjadi semakin kompetitif
2.  $ECI < 1$  , artinya komoditas tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang rendah.

## **RESULTS & DISCUSSION**

### **Results**

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

Metode RCA untuk menganalisis daya saing komparatif lada Indonesia di negara tujuan ekspor lada Indonesia. Negara tujuan pada komoditas ini dibatasi berdasarkan volume dan nilai eksportnya pada tahun 2017-2022 yaitu Vietnam, USA dan India. Hasil analisis nilai RCA dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Nilai Analisis RCA Lada Indonesia ke Negara Tujuan Tahun 2017-2022**

Tahun	Importir		
	Vietnam	USA	India
2017	60.71	17.14	4.01
2018	43.82	11.27	4.96
2019	47.02	12.43	8.15
2020	38.36	13.88	6.40
2021	20.62	10.00	5.48
2022	7.90	9.67	2.64
Rata-rata	36.41	12.40	5.27

Sumber : (Trade Map, 2024) diolah

Pada tabel 3 menunjukkan nilai RCA ekspor komoditas lada dari Indonesia ke negara tujuan tahun 2017-2022 bernilai lebih dari 1 ( $RCA > 1$ ), sehingga membuat komoditas lada Indonesia memiliki keunggulan yang komparatif di negara tujuan. Nilai RCA pada masing-masing negara tujuan mengalami nilai yang fluktuatif. Vietnam terjadi penurunan tahun 2017 hingga 2022. Kenaikan tingkat ekspor terjadi dari tahun 2018 ke 2019, tetapi tahun selanjutnya mengalami penurunan yang cukup signifikan walaupun tidak sampai menunjukkan tren negatif. USA sempat mengalami penurunan pada tahun 2018, tetapi tahun selanjutnya mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Walau pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan tingkat ekspor lagi, tetapi tidak sampai menunjukkan hasil yang negatif. India mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga 2019. Tahun 2020 hingga 2022 terjadi penurunan yang

cukup signifikan walau tidak sampai menunjukkan tren yang negatif. Nilai RCA tertinggi adalah di negara Vietnam pada tahun 2017 sebesar 60.71 sehingga komoditas lada memiliki peminat yang tinggi. Nilai RCA terendah pada negara India dengan nilai 2.64 tahun 2022.

### **Export Product Dynamic (EPD)**

Analisis metode EPD digunakan mengukur keunggulan kompetitif dan posisi pasar komoditas lada Indonesia di negara tujuan ekspor mulai dari tahun 2017 sampai 2022. Posisi pasar dalam metode EPD ada empat posisi yaitu Rising Star, Falling Star, Lost Opportunity dan Retreat. Hasil analisis EPD ada pada tabel 4.

**Tabel 4. Rata-Rata Nilai EPD Lada Indonesia ke Negara Tujuan Tahun 2018-2022**

Importir	Rata-Rata Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%) Sumbu X	Rata-Rata Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%) Sumbu Y	Posisi Daya Saing
Vietnam	0.4904230	0.0172755	Rising Star
USA	0.0723028	0.0065276	Rising Star
India	0.1199915	0.0225471	Rising Star

*Sumber : (Trade Map, 2024) diolah*

Tabel 4 menunjukkan komoditas lada Indonesia ke negara tujuan menempati posisi Rising Star. Rata-rata perkembangan pangsa pasar pada negara Vietnam, USA, dan India masing-masing bernilai sebesar 0.49%, 0.07% dan 0.12%, sedangkan Rata-Rata Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk masing-masing bernilai sebesar 0.02%, 0.01% dan 0.02%. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar ekspor lada Indonesia mengalami peningkatan ke negara tujuan yaitu Vietnam, USA dan India. Posisi pasar yang paling baik yaitu Rising Star dimana posisi ini menunjukkan bahwa suatu negara memiliki pangsa pasar yang berkembang pesat dalam suatu produk (Latifah & Kadir, 2021).

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

Keunggulan kompetitif komoditas lada Indonesia ke negara tujuan diukur melalui Export Competitiveness Index (ECI). Hasil analisis perhitungan yang baik menunjukkan bahwa komoditas lada Indonesia memiliki daya saing yang lebih besar di negara tujuan dan pasar internasional. Nilai ECI lebih tinggi menunjukkan bahwa daya saing kompetitif komoditas lada Indonesia semakin kuat seiring dengan nilai ECI.

**Tabel 5. Analisis Hasil ECI Lada Indonesia ke Negara Tujuan Tahun 2018-2022**

Tahun	Importir		
	Vietnam	USA	India
2018	1.20562	0.52766	1.26949
2019	0.93627	1.03612	1.16200
2020	1.03365	1.21651	0.84240
2021	0.47370	0.82924	1.00274
2022	0.93484	1.10955	0.80257
Rata-Rata	0.91681	0.94382	1.01584

*Sumber : (Trade Map, 2024) diolah*

Berdasarkan tabel 5 ekspor komoditas lada Indonesia ke negara tujuan menunjukkan nilai ECI berfluktuatif pada tahun 2018-2022. Nilai ECI Vietnam pada tahun 2018, 2020, USA pada tahun 2019-2020, 2022, India pada tahun 2020, 2022 menunjukkan nilai > 1 sehingga membuat ekspor lada Indonesia memiliki daya saing yang kompetitif sedangkan Vietnam tahun 2019, 2021-2022, USA tahun 2019, 2021-2022, India tahun 2020, 2022 menunjukkan nilai < 1, hal ini membuat ekspor komoditas

lada Indonesia berdaya saing rendah secara kompetitif. Rata-rata nilai ECI ekspor komoditas Vietnam dan USA masing-masing 0,92 dan 0,94 sehingga  $ECI < 1$  dalam hal ini berarti selama tahun 2018 sampai 2022, daya saing ekspor lada melemah sedangkan India memiliki rata-rata nilai ECI sebesar 1.02 sehingga  $ECI > 1$  yang berarti daya saing ekspor lada Indonesia kuat.

## **DISCUSSION**

Dalam menganalisis lada ke negara tujuan digunakan pendekatan RCA, EPD, dan ECI (Vietnam, USA, dan India) menunjukkan keunggulan komparatif yang cukup tinggi. Selama periode 2017-2022 komoditas lada Indonesia telah berhasil bertahan dan meningkatkan pangsa pasar di negara tujuan dan menunjukkan tingkat daya saing yang relatif baik.

Fluktuasi terjadi dalam nilai RCA, EPD, dan ECI, namun secara keseluruhan komoditas lada Indonesia masih berhasil menempati posisi yang baik, artinya komoditas lada Indonesia berpotensi besar untuk terus dikembangkan di perdagangan internasional. Adanya tren untuk meningkatkan volume ekspor lada Indonesia ke negara tujuan juga menjadi indikasi positif dalam pengembangan sektor ini.

Terdapat tantangan untuk peningkatan daya saing komoditas lada Indonesia di pasar global. Persaingan dengan negara-negara produsen lada lainnya, fluktuasi harga, perubahan permintaan pasar, serta regulasi perdagangan internasional menjadi faktor yang perlu diperhitungkan dalam upaya mengoptimalkan ekspor lada Indonesia. Selain itu, Indonesia menghadapi tantangan sekaligus peluang untuk mempertahankan pertumbuhan produktivitas lada yaitu bergerak dari sektor hulu ke hilir untuk memastikan kelanjutan ekspor lada di negara tujuan ekspor dan bersaing dengan negara-negara pengekspor lada (Balqis & Yanuar, 2021).

Sebagai negara penghasil rempah-rempah terkemuka di dunia, Indonesia perlu terus mengembangkan strategi untuk meningkatkan ekspor lada ke berbagai negara tujuan. Dengan melakukan analisis daya saing seperti RCA, EPD, dan ECI, Indonesia dapat memahami posisi pasar dan menetapkan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan ekspor lada ke pasar global. Untuk meningkatkan produksi dan pengembangan pasar ekspor komoditas lada di Indonesia, diperlukan peran kerjasama antara produsen, pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Sebagai sarana untuk mendorong pembangunan ekonomi bangsa, Indonesia dapat memanfaatkan potensi ekspor rempah-rempah, khususnya lada dengan meningkatkan variasi produk buatan Indonesia sehingga diperlukan inovasi dan penguatan kelembagaan.

Melalui diversifikasi produk, peningkatan kualitas, budidaya yang lebih baik, dan produksi produk turunan lada, diyakini produk lada Indonesia akan memiliki nilai tambah. Tujuannya adalah untuk menciptakan lini produk yang lebih beragam, berkualitas tinggi, dan berorientasi pada nilai. Oleh sebab itu, pemerintah harus membantu melakukan diversifikasi komoditas, meningkatkan kualitas produk lada, dan meningkatkan budidaya lada untuk membantu komoditas lada Indonesia mencapai nilai tambah sehingga mampu bersaing di pasar internasional.

Sangat diperlukan pengawasan yang lebih ketat pada aspek pengendalian kualitas produk untuk menghadapi tantangan yang diberlakukan oleh negara mitra dagang, terutama tantangan non-tarif. Untuk meningkatkan daya saing produk lada Indonesia di pasar internasional dan meningkatkan nilai ekonomi Indonesia secara keseluruhan, diperlukan penguatan kelembagaan, inovasi, diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan pengembangan produk berbasis lada (Ulhaq et al., 2021).

## **CONCLUSION**

Hasil dari analisis yang telah dilangsungkan diperoleh kesimpulan bahwa ekspor lada dari Indonesia ke Vietnam, USA, dan India termasuk keunggulan kompetitif. Nilai RCA Indonesia lebih besar dari 1, maka Indonesia mempunyai keunggulan komparatif di negara tujuan. Komoditas lada Indonesia menempati posisi Rising Star dalam metode EPD, mengindikasikan peningkatan pangsa pasar dan permintaan yang positif di negara tujuan. Perkembangan daya saing ekspor lada Indonesia ke negara tujuan mengalami fluktuasi, namun secara rata-rata nilai ECI menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang baik dalam ekspor lada ke India, namun cenderung lemah untuk Vietnam dan USA.

Nilai ECI > 1 menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar ekspor lada ke India, namun nilai ECI < 1 untuk Vietnam dan USA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lebih rendah di pasar ekspor tersebut.

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pemerintah dan pelaku usaha lada Indonesia adalah untuk terus berusaha meningkatkan daya saing dan mengoptimalkan potensi ekspor ke negara tujuan. Untuk melakukan ini, mereka harus mempertimbangkan tren pasar dan keunggulan mereka. Melalui analisis daya saing komoditas lada, diharapkan dapat membantu pengambil keputusan dalam mengembangkan strategi ekspor yang lebih efektif dan efisien. Peningkatan strategi dan langkah-langkah dalam kualitas produk, diversifikasi produk, pemasaran yang efektif, serta kerjasama antara pemerintah, produsen, dan pelaku pasar juga perlu dilakukan untuk memperkuat posisi lada Indonesia di pasar global sehingga potensi ekspor komoditas lada Indonesia dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

## REFERENCES

- Aldy Purnomo., & Rochmat. 2017. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Ponorogo:CV Wade Group.
- Balassa, B. (1965) Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33, 99-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Balqis, P., & Yanuar, R. (2021). Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa. *Forum Agribisnis*, 11(2), 182–194. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.2.182-194>
- Esterhuizent, D. (2006). Measuring and Analysing Competitiveness in The Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. University of Pretoria. Petroria.
- Evival, R. 2013. Tanaman Rempah dan Fitofarmaka. Lampung: Lembaga Peneitian Universitas Lampung
- Kamaludin, R. (2018). Competitiveness and Exports Sustainability of The Indonesian Natural Rubber. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*, 2(1), 85–98. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb>
- Latif, A., Mardiana, A., & Yusuf, H. N. H. (2022). Analisis Peningkatan Ekspor dan Impor Serta Pengaruhnya Terhadap Neraca Perdagangan di Indonesia tahun 2017-2021. *Gorontalo Development Review (GOLDER)*, 5(2), 115–126.
- Latifah, Z., & Kadir. (2021). Performa Komoditas Minyak Sawit Indonesia Di Tataran Global: Mampukah Kita Menjadi Pemain Kunci? *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 14(3), 250. <https://doi.org/10.19184/jsep.v14i3.26550>
- Manalu, D. S. T., Harianto, Suharno, & Hartoyo, S. (2022). Analisis Daya Saing Serta Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pangsa Pasar Negara Eksportir Utama Kopi di Negara Importir Utama Kopi. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(1), 1–24.
- Nurhayati, E., Hartoyo, S., & Mulatsih, S. (2018). Pengembangan Pasar Ekspor Lada Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 12(2), 267–288. <https://doi.org/10.30908/bilp.v12i2.335>