

TESIS

**DAYA SAING DAN POTENSI PENGEMBANGAN PASAR
EKSPOR SAGU INDONESIA**

*(COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT POTENTIAL OF
SAGO EXPORT MARKET OF INDONESIA)*

Disusun dan diajukan oleh

**ANDI PANGERAN RIVAI
P042191004**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

**DAYA SAING DAN POTENSI PENGEMBANGAN PASAR
EKSPOR SAGU INDONESIA**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mечapai Gelar Magister

Program Studi
Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

Andi Pangeran Rivai

Kepada

**Program Studi Agribisnis
Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin
Makassar
2021**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**DAYA SAING DAN POTENSI PENGEMBANGAN PASAR
EKSPOR SAGU INDONESIA**

Disusun dan diajukan oleh

ANDI PANGERAN RIVAI

Nomor Pokok : P042191004 .

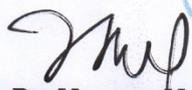
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Agribisnis
Fakultas Pascasarjana Universitas Hasanuddin

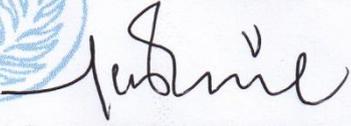
Pada Hari Selasa, Tanggal 22 Juni 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pendamping Pembimbing,


Prof. Dr. Musran Munizu, SE, M.Si.
NIP.19750909 200012 1 001


Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.
NIP.19680702 199303 2 003

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis


Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.
NIP. 19680702 199303 2 003

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin


Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.
NIP. 1967 0308 1990 03 1001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andi Pangeran Rivai

NIM : P042191004

Program Studi : Agribisnis

Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Daya Saing dan Potensi Pengembangan Pasar Ekspor Sagu Indonesia

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa Tesis yang saya tulis ini benar - benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan Tesis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



Makassar, 5 Juli 2021

Andi Pangeran Rivai

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan tesis yang berjudul "**Daya Saing dan Potensi Pengembangan Pasar Ekspor Sagu Indonesia**". Pelaksanaan penelitian dan penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibunda **Prof. Dr. Hj. Mantasiah R, M.Hum** dan Ayahanda **Dr. Andi Muh. Rivai, M.Si** dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada beliau yang merawat, membesarkan, mendidik, memberikan motivasi dan dorongan, dengan penuh kasih sayang, ketulusan, kesabaran dan keikhlasan, curahan rasa cinta dan sayangnya yang tiada berujung, dan pengorbanan yang tak ternilai. Kepada kakakku **Andi Tenri Ola Rivai, S.Pd. M.Kes**, dan **Andi Alamsyah Rivai, S.Pi. M.Si** yang selalu menyemangati dan memberi dukungan untuk penulis. Kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
2. **Prof. Dr. Musran Munizu, SE, M.Si.** dan **Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan, arahan, dan saran-saran dalam pengerjaan tugas akhir ini. Penulis ingin memberikan penghargaan yang tulus karena telah sabar membimbing,

meluangkan waktu dan mengajarkan banyak ilmu yang bermanfaat.

3. **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S., Dr. Nurjannah Hamid, SE., M.Agr., dan Dr. Ir. Saadah M.Si** selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan, saran dan tanggapannya.

4. **Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.** selaku ketua Program Studi Agribisnis

5. Seluruh teman-teman Program Studi Agribisnis Unhas angkatan 2019.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga dapat menyempurnakan penelitian serupa di masa yang akan datang. Selain itu, penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat menjadi pembelajaran yang bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Makassar, 5 Juli 2021



Andi Pangeran Rivai

ABSTRAK

ANDI PANGERAN RIVAL *Daya Saing dan Potensi Pengembangan Pasar Ekspor Sagu Indonesia* (dibimbing oleh Musran Munizu dan Mahyuddin).

Penelitian ini bertujuan menganalisis (1) daya saing ekspor sagu Indonesia di negara tujuan, (2) negara mana saja yang akan berpotensi sebagai negara tujuan untuk pengembangan ekspor sagu Indonesia, dan (3) faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor sagu di negara tujuan

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data panel yang terdiri dari data *time series* dan data *cross section*. Data *time series* yang digunakan adalah data tahunan selama sepuluh tahun (2010-2019). Adapun data *cross section* adalah data sepuluh negara tujuan ekspor. Data dianalisis menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamic* (EPD) dan *X-Model Potential Export Products* (X-Model), dan *Regresi Data Panel*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sagu Indonesia baik itu tepung maupun pati sagu di pasar tujuan memiliki daya saing yang kuat. Pasar ekspor tepung sagu (HS 110620) yang memiliki potensi pengembangan pasar optimis berada di pasar Filipina, Thailand, dan Cina. Potensi pengembangan pasar potensial berada di pasar Jepang, Malaysia, Hongkong, Amerika, Singapura dan Korea Selatan, dan pada ekspor pati sagu (HS 110819) yang memiliki potensi pengembangan pasar optimis berada pada pasar negara Filipina, dan Cina. Potensi pengembangan pasar potensial berada di pasar Jepang, Malaysia, Australia, Korea Selatan dan Hongkong. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan ekspor sagu. Faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor tepung sagu (HS 110620) di negara tujuan adalah produk domestik bruto per kapita, populasi, dan harga ekspor. Adapun pati sagu (HS 110819), faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor adalah produk domestik bruto per kapita populasi, harga ekspor, dan tarif.



ABSTRACT

ANDI PANGERAN RIVAI. *Competitiveness And Development Potential Of Sago Export Market Of Indonesia* (supervised by **Musran Munizu dan Mahyuddin**)

The aims of this research are to (1) analyze the competitiveness of Indonesian sago exports in destination countries, (2) analyze which countries have the potential as destination countries for the development of Indonesia's sago exports, and (3) analyze the factors affecting the demand for sago exports in destination countries.

This study used secondary data, i. e. quantitative in nature. The type of data used were panel data consisting of time series data and cross section data. The time series data were annual data for ten years (2010-2019), while cross-section data were data obtained from ten export destination countries. The data were analyzed using Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD) dan XModel Potential Export Products (X-Model), and data panel regression methods.

The results show that Indonesian sago, both flour and sago starch, in the destination markets has strong competitiveness. The export markets for sago flour (HS 110620) which have optimistic market development potential are Philippine, Thailand, and China. The potential markets development potential are the ones in Japan, Malaysia, Hong Kong, America, Singapore, and South Korea. Meanwhile, the export markets of sago starch (HS 110819) which have optimistic market development potential are the ones in Philippines and China. Potential market development potential is in the markets of Japan, Malaysia, Australia, South Korea and Hong Kong. The factors significantly affecting the export demand for sago flour (HS 110620) in destination countries are gross domestic product per capita, population, and export prices, while the factors significantly influencing the export demand for sago starch (HS 110819) are gross domestic product per capita, population, export prices, and tariffs.



DAFTAR ISI

SAMPUL JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
II. Tinjauan Pustaka	12
A. Sagu	12
B. Ekspor	13
C. Daya Saing.....	14
D. Revealed Comparative Advantage	16
E. Export Product Dynamic	18

F. Produk Domestik Bruto (PDB) Per Kapita.....	20
G. Populasi	20
H. Harga Ekspor	21
I. Tarif.....	22
J. Penelitian Terdahulu	23
K. Kerangka Pemikiran	25
L. Hipotesis Penelitian.....	27
III. Metode Penelitian.....	28
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
B. Metode Analisis Penelitian	29
1. Revealed Comparative Advantage.....	29
2. Export Product Dynamic	30
3. X-Model Potensial Export Product	34
4. Regresi Data Panel.....	35
IV. Hasil dan Pembahasan.....	40
A. Tepung Sagu (HS 110620).....	42
B. Pati Sagu (HS 110819).....	51
C. Analisis Daya Saing dan Potensi Ekspor Tepung dan Pati Sagu	60
1. Tepung Sagu (HS 110620)	60
2. Pati Sagu (HS 110819)	66
D. Analisis Faktor-Faktor Permintaan Sagu	72
1. Tepung Sagu (HS 110620)	72
2. Pati Sagu (HS 110819)	77

V. Kesimpulan dan Saran	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
Daftar Pustaka.....	86
Lampiran.....	89

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Sebaran luas sugu di Indonesia	4
2.	Produksi sugu Indonesia tahun 2010-2019 (ton)	6
3.	Nilai dan volume ekspor sugu Indonesia tahun 2010-2019	7
4.	Negara-negara tujuan utama ekspor sugu Indonesia tahun 2019	8
5.	Potensi Sugu Sebagai Pangan Global	13
6.	Daftar variabel yang digunakan, satuan dan sumber data	28
7.	Daftar kode HS produk Sugu di UN Comtrade	29
8.	Matriks Posisi Daya Saing Menggunakan EPD	32
9.	Uji pemilihan model	36
10.	Kerangka identifikasi autokorelasi	38
11.	Produksi dan volume ekspor sugu Indonesia 2010-2019 (ton)	41
12.	Negara tujuan ekspor sugu Indonesia tahun 2015-2019 (Kg)	41
13.	Persentase ekspor sugu Indonesia ke negara tujuan 2015-2019	42
14.	Total impor tepung sugu di beberapa negara tujuan tahun 2019	43
15.	Peringkat negara pengekspor dan pengimpor tepung sugu (HS 110620) terbesar di dunia tahun 2010-2019.	43
16.	Peringkat Indonesia di negara pengimpor tepung sugu (HS 110620) terbesar di dunia tahun 2010-2019.	44
17.	Volume ekspor tepung sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam kg)	45
18.	Persentase volume ekspor tepung sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019	46
19.	Tren pertumbuhan volume ekspor tepung sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019	47
20.	Nilai ekspor tepung sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam USD)	48
21.	Harga ekspor tepung sugu Indonesia ke	50

	sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (USD/kg)	
22.	Total impor pati sugu di beberapa negara tujuan tahun 2019	52
23.	Peringkat negara pengekspor dan pengimpor pati sugu (HS 110819) terbesar di dunia selama tahun 2010-2019	52
24.	Peringkat Indonesia di negara pengimpor pati sugu (HS 110819) terbesar di dunia tahun 2010-2019.	53
25.	Volume ekspor pati sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam kg)	54
26.	Persentase volume ekspor pati sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019	55
27.	Tren Pertumbuhan Volume ekspor pati sugu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019	56
28.	Nilai ekspor Pati sugu Indonesia ke sepuluh negara utama tahun 2010-2019 (dalam USD)	57
29.	Harga ekspor Pati sugu Indonesia ke sepuluh negara utama tahun 2010-2019 (USD/kg)	59
30.	Nilai RCA Tepung Sagu (HS 110620) Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	61
31.	Nilai RCA Indonesia dengan negara pesaing dalam ekspor tepung sugu (HS 110620) ke Amerika Serikat, Malaysia dan Korea Selatan tahun 2010-2019.	62
32.	Hasil analisis EPD Tepung Sagu Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	63
33.	Hasil analisis X-model Tepung Sagu Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019	65
34.	Nilai RCA Pati Sagu (HS 110819) Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	67
35.	Nilai RCA Indonesia dengan negara pesaing dalam ekspor pati sugu (HS 110819) ke Amerika Serikat, Malaysia, dan Korea Selatan tahun 2010-2019.	68

36	Hasil analisis EPD Pati Sagu Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	69
37.	Hasil analisis X-model Pati Sagu Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	71
38.	Hasil uji estimasi faktor permintaan ekspor tepung sagu	75
39.	Hasil uji estimasi faktor permintaan ekspor pati sagu	79

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Perkembangan ekspor dan impor sagu tahun 2014-2019	6
2.	Kerangka Pemikiran	26
3.	Posisi daya saing produk dengan metode <i>Export Product Dynamics</i>	34
4.	Analisis <i>X-Model Potential Export Products</i>	35
5.	Volume ekspor tepung sagu Indonesia ke negara tujuan	45
6.	Nilai ekspor tepung sagu Indonesia ke negara tujuan	49
7.	Volume ekspor pati sagu Indonesia ke negara tujuan.	54
8.	Nilai ekspor pati sagu Indonesia ke negara tujuan	58
9.	Posisi daya saing ekspor tepung sagu di negara tujuan	63
10.	Posisi daya saing ekspor pati sagu di negara tujuan	69

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Volume ekspor tepung sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam kg)	89
2.	Nilai ekspor tepung sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam USD)	89
3.	Harga ekspor tepung sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (USD/kg)	90
4.	Volume ekspor pati sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam kg)	90
5.	Nilai ekspor pati sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (dalam USD)	91
6.	Harga ekspor pati sagu Indonesia ke sepuluh negara tujuan tahun 2010-2019 (USD/kg)	91
7.	Nilai RCA Tepung Sagu (HS 110620) Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	92
8.	Nilai RCA Pati Sagu (HS 110819) Indonesia di sepuluh pasar tujuan utama tahun 2010-2019.	92
9.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Jepang	93
10.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Malaysia	94
11.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Australia	95
12.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Singapura	96
13.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Filipina	97
14.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Amerika	98
15.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Thailand	99
16.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Hongkong	100
17.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Cina	101

18.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Tepung Sagu Korea Selatan	102
19.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Jepang	103
20.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Malaysia	104
21.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Australia	105
22.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Singapura	106
23.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Filipina	107
24.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Amerika	108
25.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Thailand	109
26.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Hongkong	110
27.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Cina	111
28.	Hitungan RCA, EPD dan X-Model Pati Sagu Korea Selatan	112
29.	Hasil Uji Chow tepung sagu	113
30.	Hasil Uji Hausman tepung sagu	113
31.	Hasil Uji LM tepung sagu	113
32.	Hasil uji estimasi faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor Tepung Sagu	114
33.	Hasil Uji Normalitas tepung sagu	114
34.	Hasil Uji Multikorilinearitas tepung sagu	115
35.	Hasil Uji Chow pati sagu	115
36.	Hasil Uji Hausman pati sagu	115
37.	Hasil Uji LM pati sagu	115
38.	Hasil uji estimasi faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor pati Sagu	116
39.	Hasil Uji Normalitas pati sagu	116
40.	Hasil Uji Multikorilinearitas pati sagu	117

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem perekonomian terbuka, yang di mana salah satu kunci pertumbuhan perekonomiannya adalah kegiatan perdagangan internasional (ekspor-impor) sehingga aktifitas perdagangan dengan negara-negara lain menjadi hal yang lazim bagi Indonesia. Sampai saat ini Indonesia masih menjalin banyak kerjasama dagang dengan negara lain, baik itu berupa aktifitas ekspor maupun aktifitas impor. Di dalam perekonomian, ekspor adalah salah satu faktor yang menjadi perhatian penting dalam ekonomi suatu negara. Ekspor merupakan salah satu komponen yang digunakan dalam perhitungan Produk Domestik Bruto (PDB), oleh karena itu ekspor adalah salah satu faktor yang paling berperan serta terhadap PDB. Semakin tinggi kinerja ekspor suatu negara, maka semakin besar pula dampak pengaruh positifnya terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi negara. Dampak positif lainnya selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, peningkatan ekspor juga dapat menarik banyak investasi, memperluas lapangan pekerjaan sehingga mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan cadangan devisa, memaksimalkan pemanfaatan sumber daya alam lokal dan memperluas pasar ke seluruh dunia.

Sektor perkebunan hingga saat ini masih menjadi salah satu penyumbang terbesar pertumbuhan perekonomian nasional. Jika dilihat dari sumbangan terhadap produk domestik bruto (PDB) pertanian, komoditas perkebunan berkontribusi sebesar 34% atau senilai 429,68 triliun rupiah. Angka ini lebih besar bila dibandingkan dengan kontribusi Minyak dan Gas terhadap PDB Nasional yang hanya sebesar 369,35 triliun rupiah

Kontribusi komoditas perkebunan sebagai penyumbang penerimaan negara dari sektor non migas tak dapat dipungkiri sangatlah besar apalagi turut berkontribusi positif dalam pembentukan neraca perdagangan komoditas pertanian. Data BPS, 2018 menunjukkan komoditas perkebunan berkontribusi terhadap PDB nasional sebesar Rp 489,25 Triliun, dengan nilai ekspor mencapai 27,9 milyar USD atau Rp 402,6 Triliun. Selain itu berkontribusi sebesar 97,4% dari sisi volume terhadap total volume ekspor komoditas pertanian tahun 2018 dan berkontribusi sebesar 96,9% dari sisi nilai terhadap total nilai ekspor komoditas pertanian tahun 2018.

Menurut Elbeydi et al (2010) dalam penelitiannya yang berjudul *The Relationship between Export and Economic Growth in Libya Arab Jamahiriya*, hasilnya menunjukkan bahwa setiap kenaikan pertumbuhan ekspor akan memiliki pengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Mempromosikan ekspor juga dapat kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi Libya.

Kebijakan strategis pemerintah melalui Kementerian Pertanian lima tahun mendatang adalah akselerasi peningkatan besaran (volume dan atau nilai) ekspor produk perkebunan dan turunannya menjadi 3 kali lipat dari kondisi eksisting saat ini atau disingkat Gratieks (Gerakan Tiga Kali Lipat Ekspor). Kebijakan Gratieks ini ditetapkan pada hakikatnya dalam rangka memperebutkan dan memenangkan pasar ekspor dunia baik kaitannya dengan daya saing maupun akses pasarnya. Gratieks merupakan langkah strategis dan program jangka panjang dalam meningkatkan pendapatan hingga 7% per tahun, sekaligus merealisasikan dalam mendorong roda ekonomi nasional.

Pada bagian ini, sektor perkebunan menjadi komoditas ekspor yang cukup tinggi dan menjadi andalan ekspor Indonesia, disamping beberapa komoditas hortikultura dan peternakan bernilai tinggi seiring meningkatnya konsumsi dan perubahan gaya hidup masyarakat global. Pada 2018, kontribusi ekspor sektor pertanian mencapai 2,11% dari total ekspor non-migas senilai Rp 500 triliun kemudian meningkat 2,34 persen atau setara Rp 550 triliun. Apabila Gratieks dapat berkontribusi penuh pada 2024, maka potensi ekspor Indonesia diperkirakan mencapai Rp 1,800 triliun. Angka ini sama dengan 7,5% kontribusi sektor pertanian terhadap total ekspor non-migas.

Dalam rangka upaya meningkatkan ekspor, pada dasarnya Indonesia memiliki banyak pilihan produk yang potensial dan menguntungkan untuk dikembangkan. Sebagai negara agraris, salah satu

produk-produk yang potensial dan menguntungkan tersebut tentunya adalah produk pertanian. Produk pertanian Indonesia merupakan salah satu jenis produk yang paling dapat diandalkan untuk meningkatkan kinerja ekspor. Diantara berbagai macam jenis produk pertanian yang potensial dan menguntungkan ialah produk sagu salah satunya.

Tabel 1. Sebaran luas sagu di Indonesia

Daerah	Luas (ha)
Maluku	60 000
Sulawesi	30 000
Kalimantan	20 000
Sumatera	30 000
Kepulauan Riau	20 000
Kepulauan Mentawai	10 000
Papua	4 749 424
Papua Barat	510 213
Lain-lain	150 000
Total	5 519 637

(Sumber : Bintoro, 2010)

Tanaman sagu di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia, karena lebih dari 85% total areal sagu dunia berada di Indonesia. Tanaman sagu menyebar hampir di seluruh wilayah Indonesia, terutama tanaman sagu paling banyak menyebar di pulau Papua Barat dan Papua dengan luasan masing-masing yaitu 510.213 dan 4.749.424 Ha .

Sagu lebih unggul dari padi untuk memberi makan dunia. Sagu dalam satu hektar dapat menghasilkan 20-40 ton pati, jika dijumlahkan dengan luas areal sagu sebesar 5 juta Ha akan menghasilkan 100-200 juta ton. Padi membutuhkan 12 juta hektar untuk menghasilkan 30 juta ton, sedangkan sagu menghasilkan 30 juta ton pati hanya dalam 1 juta ha. Kebun sagu dengan luasan 1 juta hektar memberi makan 200 juta

jiwa, jika dalam 5 juta hektar sagu dapat memberi makan 1 milyar jiwa. Sagu dapat memenuhi kebutuhan orang yang kelaparan di dunia yang berjumlah 868 juta jiwa yang dilaporkan oleh FAO.

Pemanfaatan sagu bukan hanya sekedar dijadikan pati, banyak bentuk produk turunan sagu lain seperti glukosa, dextrin, protein sel tunggal, bubur kayu, dan ampas. Pemanfaatan pati sagu dapat dijadikan beras analog, industri makanan, dan bahan baku industri. Glukosa dihasilkan oleh pemanfaatan pati dapat dimanfaatkan untuk dijadikan ethanol dan fruktosa dalam industri makanan dan minuman, selain itu glukosa dapat dijadikan asam organik untuk industri kimia & farmasi dan energi. Sagu juga dimanfaatkan untuk menjadi dextrin yang dimanfaatkan dalam industri kayu, kosmetik, farmasi, pestisida. Protein sel tunggal juga dapat dihasilkan oleh sagu untuk industri makanan. Pemanfaatan sagu berupa bubur kayu dan ampas masing-masing dimanfaatkan untuk industri kertas & bahan bakar dan pembuatan pupuk, biogas, dan industri makanan ternak.

Upaya pengembangan ekspor sagu Indonesia tentu perlu didukung oleh produksi sagu yang cukup yang menunjang di dalam negeri. Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian, produksi sagu Indonesia sejak tahun 2010 hingga tahun 2019 cukup berfluktuasi, adakalanya mengalami kenaikan namun adapula mengalami penurunan, namun secara umum trennya cenderung meningkat.

Tabel 2. Produksi sagu Indonesia tahun 2010-2019 (kg)

Tahun	Produksi Sagu	Pertumbuhan Produksi
2010	89.629.000	-
2011	85.960.000	-4,09%
2012	132.309.000	+53,92%
2013	155.061.000	+17,20%
2014	310.656.000	+100,34%
2015	423.946.000	+36,47%
2016	383.613.000	-9,51%
2017	432.913.000	+12,85%
2018	463.542.000	+7,08%
2019	465.495.000	+0,42%

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, Kementerian Pertanian (2020)

Produksi sagu pada tahun 2010 mencapai angka 89.629.000 kg namun pada tahun 2011 mengalami penurunan menjadi 85.960.000 kg atau mengalami penurunan sekitar -4,09%. tetapi pada tahun berikutnya yakni 2012 hingga 2015 produksi sagu terus meningkat setiap tahun, namun pada tahun 2016 produksi sagu kembali lagi menurun sekitar -9,51%. Tahun 2017 hingga 2019 produksi sagu meningkat kembali mencapai 465.495.000 kg pada tahun 2019.



Sumber : Direktorat jendral perkebunan, kementerian pertanian (2020)

Gambar 1. Perkembangan ekspor dan impor sagu tahun 2014-2019

Tabel 3. Nilai dan volume ekspor sagu Indonesia tahun 2010-2019

Tahun	Ekspor			
	Volume (kg)	Pertumbuhan Volume	Nilai (000 US\$)	Pertumbuhan Nilai
2010	4.195.000	-	1.494	-
2011	2.168.000	-48%	4.182	+180%
2012	5.257.000	+142%	1.013	-76%
2013	7.287.000	+39%	1.963	+94%
2014	9.001.000	+24%	3.236	+65%
2015	10.316.072	+15%	3.153	-3%
2016	7.710.936	-25%	2.672	-15%
2017	11.484.779	+49%	3.088	+16%
2018	12.908.278	+12%	3.216	+4%
2019	13.892.000	+8%	3.276	+2%

Sumber : Direktorat jendral perkebunan, kementerian pertanian (2020)

Berdasarkan data pada tabel 3 volume dan nilai ekspor sagu Indonesia selama ini terlihat berfluktuasi dan sempat mengalami penurunan volume ekspor di tahun 2011 dan 2016 dan penurunan nilai ekspor di tahun 2012, 2015, dan 2016. Namun demikian secara umum tren ekspor sagu Indonesia berdasarkan data dari tahun 2010 hingga 2019 tersebut cenderung meningkat. Meskipun beberapa kali mengalami penurunan, namun penurunan tersebut selalu disusul dengan peningkatan kembali.

Meningkatnya tren ekspor sagu Indonesia menjadi potensi bagi sagu Indonesia untuk mengembangkan ekspor total Indonesia. Kondisi ini membuktikan bahwa produk sagu Indonesia sangat diminati pasar global. Terlebih sagu memiliki potensi sangat penting yang bukan hanya menjaga ketahanan pangan saja tetapi untuk kesejahteraan rakyat dan sumber pendapatan negara, sehingga perlu dikembangkan untuk meningkatkan daya saing produk, serta meningkatkan kontribusi ekspor sagu terhadap devisa negara.

Tabel 4. Negara-negara tujuan utama ekspor sagu Indonesia tahun 2019

No.	Negara	Volume (kg)	Nilai (US\$)
1	Malaysia	10,894,910	1,559,778
2	Jepang	2,662,390	1,411,690
3	China	272,600	130,669
4	Korea	36,000	23,220
5	Singapura	8,338	125,163
6	Lainnya	18,317	26,467
TOTAL		13,892,555	3,276,989

Sumber : Direktorat jendral perkebunan, kementerian pertanian (2020)

Pada tahun 2019 Indonesia mengespor pada beberapa negara tujuan ekspor utama sagu. Negara-negara tujuan utama tersebut adalah Malaysia, Jepang, China, Korea dan Singapura. Ekspor Indonesia yang besar terhadap pasar utama ini sangat beresiko bagi aktivitas ekspor kedepannya. Apabila dilihat negara-negara tujuan utama ekspor sagu Indonesia ini adalah beberapa diantaranya adalah negara-negara besar, yaitu negara yang cenderung rentan terhadap terjadinya guncangan ekonomi global, terutama bila di negara tersebut terjadi guncangan ekonomi hal tersebut tentu akan memengaruhi stabilitas ekspor Indonesia ke negara tersebut. Sebagai contoh, terjadinya perlambatan ekonomi dunia pada tahun 2008, menyebabkan penurunan permintaan impor berbagai produk dari Indonesia, terutama negara tujuan ekspor utama seperti, Jepang, China, dan Malaysia. Pada saat itu, nilai ekspor ke pasar utama menurun dari 50.7 persen di tahun 2004 menjadi 48 persen di 2009 (BPS, 2017). Jumlah ekspor Indonesia ke Korsel 2016 mengalami penurunan sebesar US\$ 8.7 juta akibat ketidakpastian pemulihan Amerika dan Zona Eropa, melambatnya ekonomi Tiongkok, (BeritaSatu.com, 2016). Total ekspor produk Indonesia ke Cina pada 2019

turun sebesar 10% dari tahun 2018, akibat perang dagang China dan AS pada tahun 2019 (Tempo.com, 2019). Ekspor nonmigas Indonesia ke Jepang pada tahun 2012 menurun 6% dari US\$ 18.330.116 pada 2011 menjadi US\$ 17.231.238 pada 2012. disebabkan karena kelesuan pasar jepang imbas krisis global yang dipicu oleh krisis keuangan di Amerika dan sejumlah negara di Eropa (KEMENPRIN, 2012) Melihat kondisi tersebut Indonesia disarankan segera melakukan diversifikasi pasar ekspor maupun menambah negara-negara tujuan ekspor baru agar tidak terlalu bergantung pada beberapa negara atau kawasan saja.

Melihat kondisi tersebut, tentunya Indonesia perlu melakukan upaya-upaya strategis untuk meningkatkan kinerja ekspornya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan Indonesia untuk meningkatkan kinerja ekspor adalah dengan melakukan pengembangan pasar ekspor. Meningkatnya minat sagu Indonesia di pasar dunia tentu menjadi peluang besar bagi pengembangan ekspor sagu. Selain meningkatnya daya saing, hal lain yang juga menguntungkan bagi pengembangan ekspor sagu Indonesia adalah meningkatnya potensi perdagangan sagu di pasar internasional seluruh dunia.

Berdasarkan uraian di atas, dirasa perlu bagi Indonesia untuk melakukan pengembangan ekspor pertanian. Salah satu produk yang berpotensi dikembangkan ekspornya adalah produk sagu yaitu untuk memperluas pangsa pasar dari produk sagu. Karenanya pada penelitian kali ini akan dikaji lebih dalam mengenai daya saing dan pengembangan

pasar dalam ekspor sagu Indonesia, sekaligus wujud dalam mendukung upaya pemerintah untuk melakukan gerakan tiga kali ekspor (Gratieks).

B. Rumusan Masalah

Ekspor merupakan salah satu parameter perekonomian suatu negara yang mampu memajukan serta menggerakkan perekonomian negara yang harus selalu dijaga dan ditingkatkan. Untuk meningkatkan ekspor, Indonesia dapat melakukan pengembangan ekspor, Indonesia perlu mempertimbangkan negara mana saja yang potensial untuk dikembangkan. Selain itu agar proses pengembangan ekspor tersebut dapat berhasil dengan baik, Indonesia perlu menganalisis faktor-faktor pendukung apa saja yang dapat memengaruhi ekspor sagu Indonesia. Sehingga permasalahan dalam pengembangan ekspor sagu Indonesia dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana daya saing ekspor sagu Indonesia di negara tujuan utama?
2. Negara-negara mana sajakah yang akan berpotensi sebagai negara tujuan untuk pengembangan pasar ekspor sagu Indonesia?
3. Apa sajakah faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor sagu di negara tujuan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis daya saing ekspor sagu Indonesia di negara tujuan utama.

2. Menganalisis negara mana saja yang akan berpotensi sebagai negara tujuan untuk pengembangan pasar ekspor sagu Indonesia.
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor sagu di negara tujuan.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait ekspor sagu Indonesia, serta berguna untuk mengidentifikasi pasar ekspor sagu. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, diantaranya adalah:
 2. Bagi petani sagu diharapkan dapat menjadi referensi bahwa produk sagu juga berpotensi untuk di ekspor serta dapat lebih banyak memberikan keuntungan.
 3. Bagi eksportir sagu diharapkan dapat menjadi referensi terkait negara mana saja yang menguntungkan untuk dijadikan pasar ekspor sagu Indonesia.
 4. Bagi pengambil kebijakan atau pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang terkait identifikasi pasar ekspor sagu, sehingga kebijakan yang diambil dapat mengembangkan ekspor sagu serta meningkatkan kinerja ekspor Indonesia dan memajukan perekonomian negara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Sagu

Tanaman Sagu merupakan bahan pangan yang telah lama dikenal sebagian masyarakat Indonesia. Daerah-daerah yang termasuk penghasil sagu utama adalah Papua, Papua Barat, Maluku, Maluku Utara, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Barat, Sumatera, Riau dan Nangro Aceh Darussalam. Di daerah-daerah penghasil sagu utama tersebut, keberadaan sagu sangat penting. Bukan hanya karena posisinya sebagai bahan makanan pokok, tetapi juga bagian-bagian dari pohon sagu dapat dimanfaatkan untuk kepentingan di luar domain kuliner. (Lisungan, 2012).

Sagu (*Metroxylon* spp.) merupakan komoditas pertanian yang berpotensi sebagai sumber karbohidrat. Kadar karbohidrat sagu hampir sama dengan kadar karbohidrat yang terdapat pada tepung beras, singkong, dan kentang. Selain itu, sagu dapat digunakan untuk bahan baku agroindustri seperti halnya pati dari tumbuhan pangan lainnya. Pati sagu dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti bahan baku industri makanan dan bahan baku gula cair (Harsanto, dalam Arlis 2018).

Sagu merupakan potensi yang sangat besar untuk pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat sebagai sumber energi. Sagu dapat diolah dengan bermacam-macam panganan, selain memberikan manfaat bagi tubuh dan juga memberi nilai tambah. Setelah diolah menjadi roti biskuit, mie dan banyak lagi yang dapat diolah dari tepung sagu (Samad 2007).

Potensi sagu menurut Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) sebagai pangan global dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 5. Potensi Sagu Sebagai Pangan Global

No	Kriteria	Manfaat
1	Penyedia pangan	Karbohidrat, gula protein
2	Penyedia energi	Penghasil energi
3	Ketahanan terhadap perubahan iklim	Tahan terhadap banjir dan kekeringan
4	Pengaruh pati sagu terhadap kesehatan	Baik untuk kesehatan (IG rendah)
5	Keberlanjutan	Sangat besar keberlanjutannya
6	Faktor tenaga kerja	Menciptakan tenaga kerja yang besar
7	Keawetan pati sagu	Tahan disimpan lama sehingga cocok untuk cadangan pangan

Sumber : Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, 2016.

B. Ekspor

Kegiatan menjual barang atau jasa ke negara lain disebut ekspor, sedangkan kegiatan membeli barang atau jasa dari negara lain disebut impor. Kegiatan ekspor-impor memiliki banyak manfaat, diantaranya: dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, pendapatan negara akan bertambah karena adanya devisa, meningkatkan perekonomian rakyat, dan mendorong berkembangnya kegiatan industri. Ekspor adalah pengeluaran barang dari daerah pabeanan indonesia untuk dikirim ke luar negeri dengan mengikuti ketentuan yang berlaku terutama mengenai peraturan kepabeanan (Tanjung Marolop, 2011)

Adanya aliran perdagangan berupa ekspor ke negara-negara tujuan ekspor dapat dikarenakan penawaran ekspor dari negara eksportir maupun permintaan ekspor dari negara importir. Penawaran ekspor adalah jumlah komoditas yang dapat dijual oleh suatu negara. Semakin banyak jumlah yang diproduksi, maka penawaran ekspor suatu negara akan meningkat. Permintaan ekspor adalah jumlah suatu komoditas ekspor yang diminta oleh suatu negara tertentu. Dalam permintaan ekspor terdapat beberapa faktor yang menentukan, seperti pendapatan rumah tangga dan jumlah penduduk. Jika ada kenaikan pendapatan rata-rata rumah tangga akan menyebabkan jumlah komoditas yang diminta lebih banyak dan jika ada kenaikan jumlah penduduk, maka permintaan akan suatu komoditas meningkat pada tingkat harga tertentu (Andelisa, 2011).

C. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut akan diminati oleh konsumen. Menurut Porter (1990), keunggulan daya yang menentukan saing suatu komoditi dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu keunggulan alamiah/keunggulan absolut (natural advantage) dan keunggulan yang dikembangkan (acquired advantage). Pendekatan yang sering digunakan untuk mengukur daya saing komoditi adalah faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Menurut Hady (2001), keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara atau bangsa untuk dapat bersaing di pasar internasional. Menurut Porter (1990), dalam persaingan global saat ini, suatu bangsa atau negara yang memiliki *competitive advantage of nation* dapat bersaing di pasar internasional bila memiliki empat faktor penentu dan dua faktor pendukung. Empat faktor utama yang menentukan daya saing suatu komoditi adalah kondisi faktor (*factor condition*), kondisi permintaan (*demand condition*), industri terkait dan industri pendukung yang kompetitif (*related and supporting industry*), serta kondisi struktur, persaingan dan strategi industri (*firm strategy, structure, and rivalry*). Ada dua faktor yang mempengaruhi interaksi antara keempat faktor tersebut yaitu faktor kesempatan (*chance event*) dan faktor pemerintah (*government*).

Menurut terminologinya daya saing didefinisikan sebagai produktivitas. Berdasarkan definisi *world economic forum* daya saing adalah kumpulan institusi, kebijakan dan faktor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara. Dalam perdagangan internasional, daya saing juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu komoditas dari suatu negara untuk dapat memasuki serta bertahan di pasar internasional. Suatu produk yang banyak diminati di pasar internasional sehingga mampu memasuki serta bertahan di pasar internasional, produk tersebut dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki daya saing. Sedangkan menurut teori Porter dalam Nurhayati (2018), daya saing

adalah produktivitas yang merupakan bagian dari output yang dihasilkan oleh tenaga kerja, kapital, dan sumber daya alam di suatu negara. Menurutnya pula, suatu negara akan memperoleh keunggulan dalam daya saing jika perusahaan kompetitif dan mampu meningkatkan kemampuannya serta melakukan inovasi dalam industri perdagangan.

Pertumbuhan daya saing komoditas ekspor suatu negara dapat mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, seperti adanya perubahan pangsa pasar komoditas terhadap total ekspor dan perubahan pangsa pasar komoditas dunia terhadap total ekspor dunia. Selain itu, fluktuasi juga disebabkan oleh perubahan pangsa pasar ekspor dari negara eksportir lainnya yang menjadi pesaing (Kusuma 2015).

Daya saing suatu negara juga dapat tergantung pada perubahan dari perilaku dasar permintaan, tingkat kompetisi, dan kemampuan dasar yang dimiliki oleh industri di suatu negara, karenanya daya saing bersifat dinamis dan berfluktuasi dari waktu ke waktu. Karena sifatnya yang berfluktuasi ini, negara perlu terus melakukan monitoring terhadap keunggulan produk-produknya.

D. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Pendekatan yang sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur daya saing suatu komoditi, yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan suatu keunggulan yang dapat dikembangkan sehingga untuk dapat memperolehnya maka keunggulan ini harus dapat diciptakan. Sementara

itu menurut Simatupang (1991) dalam Oktaviani dan Novianti (2009), konsep keunggulan komparatif merupakan ukuran daya saing (keunggulan), potensial. Artinya, daya saing akan dicapai apabila perekonomian tidak mengalami distorsi. Terkait dengan konsep keunggulan komparatif adalah kelayakan ekonomi, dan terkait dengan keunggulan kompetitif adalah kelayakan finansial dari suatu aktivitas. Kelayakan finansial melihat manfaat proyek atau aktivitas ekonomi dari sudut lembaga atau individu yang terlibat dalam aktivitas tersebut, sedangkan analisa ekonomi menilai suatu aktivitas atas manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan tanpa melihat siapa yang menyumbangkan dan siapa yang menerima manfaat “*Revealed Competitive Advantage*” yang merupakan pengukur daya saing suatu kegiatan pada kondisi perekonomian aktual.

Revealed Comparative Advantage RCA merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut di dunia. Menurut Basri dan Munandar (2010), metode RCA digunakan untuk mengukur kinerja ekspor komoditas tertentu dari suatu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor komoditas tersebut di dalam ekspor total suatu negara dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia.

Konsep dari metode RCA adalah bahwa perdagangan antar wilayah sebenarnya menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah. Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu wilayah yang kemudian dibandingkan

dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan dunia (Tarman *et al.* 2011). Melalui pengukuran dengan metode RCA ini, akan diketahui keunggulan komparatif suatu negara. Keunggulan komparatif tersebut merupakan daya saing suatu komoditas ekspor dari suatu negara terhadap ekspor komoditas tersebut di seluruh dunia.

E. Export Product Dynamic (EPD)

Metode ini digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif komoditas tertentu dari suatu negara. Salah satu indikator yang dapat memberikan gambaran yang baik tentang tingkat daya saing adalah *Export Product Dynamics* (EPD). Indikator ini mengukur posisi pasar dari produk suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Ukuran ini mempunyai kemampuan untuk membandingkan kinerja ekspor diantara negara-negara di seluruh dunia. Sebuah matriks EPD terdiri dari daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, dimana informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu

EPD juga dapat menentukan gerakan dinamis suatu komoditas, yaitu apakah daya saing suatu produk mempunyai performa yang dinamis (memiliki pertumbuhan cepat) atau tidak, dengan kata lain melihat posisi daya saing produk terhadap negara importir terbesar. Jika pertumbuhan komoditas itu berada di atas rata-rata dunia dan keadaan ini berlanjut

dalam jangka panjang, komoditas ini akhirnya dapat menjadi sumber penting pendapatan ekspor suatu negara. Menurut Estherhuizen (2006), keberhasilan di pasar ekspor perlu diinterpretasikan dengan hati-hati. Misalnya hilangnya beberapa pangsa pasar dalam perdagangan tidak selalu berarti hilangnya daya saing secara keseluruhan, yaitu apabila ada peningkatan pangsa pada produk lain.

Produk dari perusahaan dan industri suatu negara dianggap kompetitif apabila pangsa pasar mereka terus meningkat, dan dianggap dinamis dalam perdagangan dunia jika pangsa pasarnya tumbuh lebih cepat daripada rata-rata pertumbuhan semua produk. Dalam metode *Export Product Dynamic*, posisi pasar yang ideal adalah memiliki pangsa ekspor yang tinggi sebagai *rising stars* yang mengindikasikan bahwa produk negara tersebut memiliki pangsa pasar yang tumbuh cepat. Sedangkan posisi *lost opportunity*, merupakan posisi hilangnya pangsa pasar dari produk yang sebetulnya dinamis. Posisi ini merupakan posisi yang paling tidak diinginkan. *Falling stars* juga merupakan posisi yang tidak diinginkan, sebab dalam posisi ini berada dalam kondisi dimana pangsa pasar meningkat, namun produk tidak dinamis. Posisi ini lebih baik bila dibandingkan dengan posisi *lost opportunity*. Sedangkan posisi *retreat* merupakan posisi yang juga tidak diinginkan, yaitu dimana pangsa pasar hilang dan produk tidak dinamis.

F. Produk Domestik Bruto (PDB) per Kapita

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan salah satu indikator penting dalam perekonomian negara. Indikator ini digunakan untuk mengetahui perkembangan ekonomi suatu negara dalam periode tertentu, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan (Bank Indonesia 2016). Selain Produk Domestik Bruto, dalam perekonomian pun dikenal variabel lain yang disebut dengan PDB per kapita. PDB per kapita dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara PDB dengan jumlah populasi.

Menurut Mankiw (2000), PDB per kapita suatu negara diperoleh dari PDB negara tersebut dibagi dengan jumlah populasi. PDB perkapita penelitian ini mencerminkan kemampuan daya beli masyarakat suatu negara terhadap komoditas yang diteliti.

Menurut Elshehawy *et al.* (2014), PDB negara tujuan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan ekspor negara. Sedangkan dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh dan Tingkat Keberhasilan Perdagangan Indonesia dalam *ASEAN-India Free Trade Agreement* (AIFTA) ditemukan bahwa PDB per kapita memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ekspor (Andari 2017).

G. Populasi

Populasi suatu negara adalah salah satu faktor yang memengaruhi permintaan suatu produk. Negara dengan populasi yang besar biasanya diidentikan sebagai sebuah pasar yang potensial untuk menjual suatu

produk. Menurut Yuniarti (2007), populasi mitra dagang memiliki pengaruh yang positif terhadap perdagangan bilateral. Pertambahan populasi atau penduduk dapat memengaruhi ekspor melalui dua sisi, yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan. Pada sisi penawaran, pertambahan penduduk dapat menyebabkan terjadinya penambahan tenaga kerja untuk melakukan proses produksi suatu komoditi/produk yang akan diekspor. Sedangkan pada sisi permintaan, pertambahan penduduk akan menyebabkan bertambah besarnya permintaan akan komoditi/produk yang diekspor.

Pada dasarnya jumlah populasi suatu negara menunjukkan besarnya potensi pasar suatu negara. Semakin besar jumlah populasi, maka semakin besar pula potensinya. Menurut Telaumbanua (2011), penelitiannya menemukan bahwa semakin besar populasi suatu negara maka semakin tinggi pula kemampuan negara tersebut dalam melakukan perdagangan dengan negara lain, khususnya kemampuan negara tersebut dalam membiayai impornya. Hal ini berarti bahwa semakin besar populasi di negara tujuan ekspor, maka akan semakin besar ekspor dari negara negara asal ke negara tujuan.

H. Harga Ekspor

Harga ekspor yang rendah atau lebih murah merupakan harga yang diinginkan oleh setiap negara. Dengan harga yang murah, mampu meningkatkan permintaan komoditi/produk yang diekspor ke negara tujuan.

Dalam hukum permintaan, harga adalah salah satu faktor yang memengaruhi permintaan. Apabila harga meningkat, maka permintaan barang akan menurun. Sebaliknya bila harga barang turun, maka tingkat permintaan barang akan meningkat. Hukum permintaan ini pun berlaku pula dalam kegiatan ekspor dan impor. Berdasarkan teori Batiz dan Batiz (1994) permintaan ekspor terutama dipengaruhi oleh harga riil dan pendapatan riil negara tujuan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tarman *et al.* (2011), harga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan ekspor.

I. Tarif

Tarif merupakan bentuk kebijakan perdagangan yang digunakan pemerintah sebagai penerimaan negara. Bila ditinjau dari sisi mekanisme perhitungan, jenis tarif dibagi menjadi tarif spesifik, tarif ad valorem, dan tarif campuran. Tarif spesifik adalah tarif yang berupa beban tetap terhadap unit barang yang diimpor (misalnya tarif sebesar 5 dolar per barel minyak). Tarif ad valorem merupakan tarif yang dikenakan berdasarkan persentase tertentu dari nilai barang-barang yang diimpor (misalnya negara tertentu memberlakukan tarif 25 persen atas nilai atau harga dari setiap unit motor yang diimpor). Sedangkan tarif campuran (*compound tariff*) adalah gabungan dari kedua tarif yang sebelumnya disebutkan. Keberadaan tarif menimbulkan dampak berupa kenaikan harga pada barang, sehingga hal tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi ekspor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kis-

Katos dan Sparrow (2015), keberadaan tarif memberikan hubungan yang berpengaruh negatif terhadap ekspor. Sehingga apabila tarif naik maka nilai ekspor ke negara tujuan akan turun, sebaliknya bila tarif mengalami penurunan maka nilai ekspor ke negara tujuan akan meningkat.

J. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian Tarman *et al.* (2011) yang berjudul Kajian Kebijakan Pengembangan Pengembangan Pasar dan Produk Ekspor, metode yang digunakan adalah metode *Trade Performance Index (TPI)*, *Constant Market Share Analysis (CMSA)*, *Export Product Dynamic (EPD)*, dan *Gravity Model*. Penelitian tersebut menemukan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor adalah volume ekspor negara asal ke negara tujuan, nilai tukar negara tujuan, PDB negara tujuan, dan jarak ekonomi antara negara asal dan negara tujuan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa volume ekspor negara asal dan PDB negara tujuan berpengaruh positif terhadap nilai ekspor. Sedangkan nilai tukar negara tujuan dan jarak ekonomi antara kedua negara berpengaruh negatif terhadap nilai ekspor.

Menurut Inayah *et al.* (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *The Analysis of Export Determinant of Indonesian Pepper in the International Market*, ditemukan bahwa faktor-faktor yang signifikan memengaruhi permintaan ekspor lada Indonesia adalah PDB per kapita negara tujuan, jarak ekonomi, harga ekspor, nilai tukar riil, dan partisipasi dalam FTA.

Dalam penelitian Hermawan (2015) tentang daya saing rempah Indonesia di pasar ASEAN periode pra dan pasca krisis ekonomi global, penelitian tersebut menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Intra-Industry Trade (IIT)*, *Index of Export Overlap (IEO)*, dan *Index of Export Similarity (IES)* untuk mengukur daya saing rempah. Berdasarkan hasil perhitungan RCA, daya saing pasar rempah di ASEAN-5 didominasi oleh Singapura dan Indonesia. Indonesia memiliki daya saing pada komoditas cengkeh

Pada tahun 2005-2007, pala, lawang dan kapulaga pada seluruh periode pengamatan. Pada periode 2005- 2007 hanya Indonesia yang memiliki daya saing rempah untuk cengkeh serta pala, lawang dan kapulaga. Sedangkan pada tahun 2008-2013, Indonesia masih memiliki daya saing pada pala, lawang, dan kapulaga. Sehingga secara umum penelitian tersebut menyimpulkan bahwa daya saing ekspor rempah Indonesia mengalami peningkatan, yaitu bergeser dari kategori pengembangan ke kategori potensial.

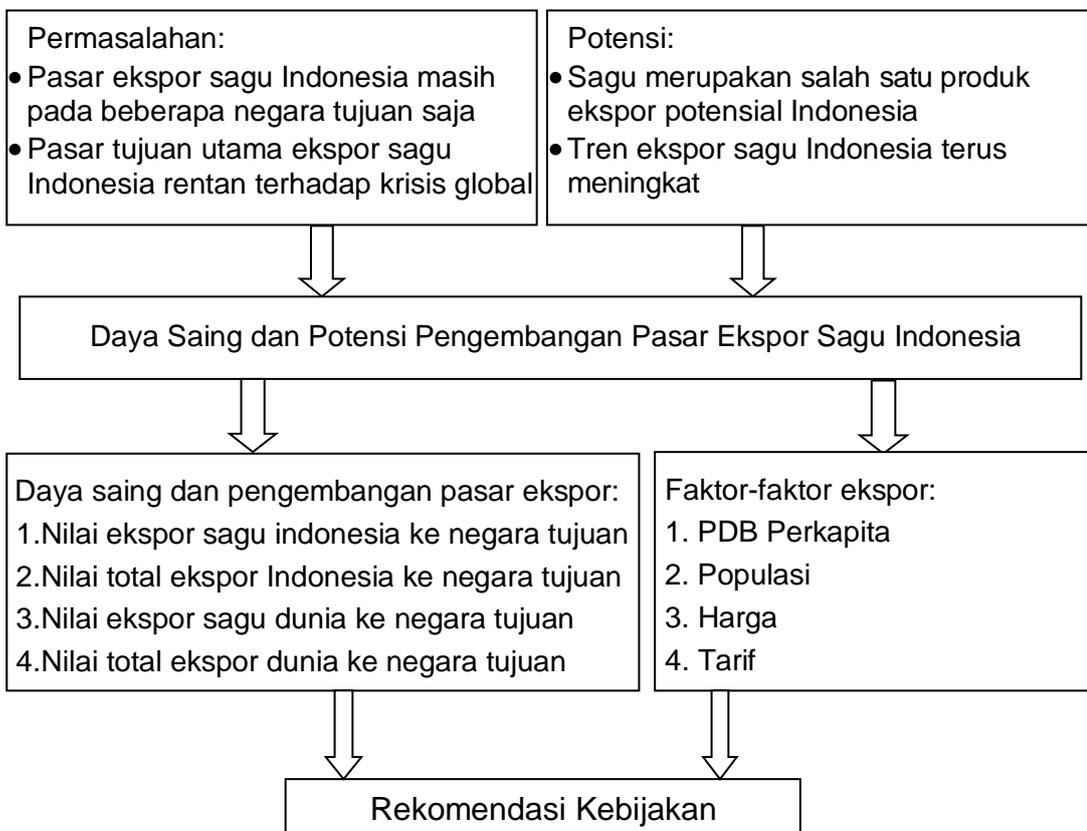
Dalam penelitian Permatasari dan Rustariyuni (2015) yang berjudul Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia di Kawasan ASEAN Periode 2003-2012, penelitian tersebut juga menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)* untuk mengukur daya saing Biji Kakao. Selain RCA, penelitian tersebut juga menggunakan metode *Constant Market Share Analysis (CMSA)*. Sedangkan dalam penelitian Hasibuan *et al.* (2012) yang berjudul Analisis Kinerja dan Daya Saing

Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional, penelitian tersebut menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Export Product Dynamic* (EPD) dan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Berdasarkan penelitian tersebut, ditemukan bahwa Indonesia mengalami surplus dalam perdagangan kakao. Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif sebagai eksportir biji kakao dan kakao olahan di pasar internasional. Hasil analisis EPD hampir semua produk kakao memiliki daya saing, sedangkan analisis CMSA menunjukkan produk-produk kakao yang memiliki daya saing adalah produk-produk kakao olahan.

K. Kerangka Pemikiran

Ekspor sebagai salah satu indikator perekonomian suatu negara yang dapat memajukan serta menggerakkan perekonomian negara harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya. Dalam upaya pengembangan ekspor, Indonesia memiliki banyak produk yang potensial untuk meningkatkan ekspor. Salah satu komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia adalah komoditas sagu. Tren nilai ekspor sagu Indonesia belakangan ini ke pasar dunia justru terus meningkat. Peningkatan ini menjadi potensi bagi pengembangan ekspor. Selain nilai ekspor yang cenderung meningkat, prospek pemasaran sagu ke depan juga diprediksi cukup baik. Selain itu pertumbuhan konsumsi sagu di dunia dari tahun ke tahun juga cukup

besar. Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar komoditas sagu di pasar dunia. Melihat besarnya potensi sagu Indonesia untuk mendorong peningkatan ekspor negara, maka pemberlakuan kebijakan pengembangan ekspor sagu akan dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian Indonesia. Untuk mendukung terealisasinya kebijakan tersebut, penelitian ini akan mengkaji tentang daya saing, peluang dan tantangan ekspor sagu Indonesia. Sehingga ditemukan pasar sagu yang berpotensi untuk dikembangkan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji tentang faktor-faktor yang memengaruhi ekspor sagu Indonesia, sehingga dari kajian ini dapat dirumuskan strategi ekspor sagu Indonesia di pasar tujuan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

L. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- 1 Sagu Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar yang optimis dan potensial.
- 2 PDB per kapita negara tujuan berpengaruh positif terhadap permintaan ekspor sagu.
- 3 Populasi negara tujuan berpengaruh positif terhadap permintaan ekspor sagu .
- 4 Harga ekspor berpengaruh negatif terhadap permintaan ekspor sagu.
- 5 Tarif berpengaruh negatif terhadap permintaan ekspor sagu.