

## Daya Saing dan Determinan Ekspor Bawang Merah Indonesia: Sebuah Bukti di Kawasan ASEAN

### *Competitiveness and Determinants of Indonesian Shallot Exports: Evidence in the ASEAN Region*

Wiwi Haryati<sup>✉</sup>, Tanti Novianti, Nia Kurniawati Hidayat

Agricultural Economics Study Program, IPB University, Bogor, Indonesia

<sup>✉</sup>Corresponding author email: [wiiharyati2@gmail.com](mailto:wiiharyati2@gmail.com)

**Article history:** submitted: February 16, 2024; accepted: July 25, 2024; available online: July 31, 2024

**Abstract.** Horticulture as an agricultural subsector contributes to increasing the country's foreign exchange, one of which is the commodity of shallots. The amount of red onion production reached 2 million tons in 2021, which is higher compared to other horticultural commodities such as large red chilies which only reached 1.2 million tons and cayenne pepper at 1.3 million tons. This has positively impacted exports, increasing the volume of shallot exports. As a seasonal commodity, shallot production often experiences fluctuations, which has an impact on shallot prices, which also fluctuate both in the domestic market and shallots traded abroad. This research aims to analyze the competitiveness of Indonesian shallots in the ASEAN market, and the factors that influence the volume of Indonesian shallot exports to ASEAN countries. This research uses analysis of RCA (Revealed Comparative Advantage), EPD (Export Product Dynamic), X-Model export potential, and panel data regression with 15 years of observation data. The research results show that Indonesia has a comparative advantage based on the 2007-2021 RCA analysis in the Thai and Vietnamese markets, while Indonesia only has a competitive advantage in the Thai market and has optimistic market development potential in the Thai market. Factors that can increase the volume of Indonesian shallot exports are the real GDP of ASEAN countries. In contrast, those that can reduce the volume of Indonesian shallot exports to the ASEAN market are the exchange rate, population, export prices, and the amount of shallot production in ASEAN countries.

**Keywords:** competitiveness; export; international trade; macro economics; shallot

**Abstrak.** Hortikultura sebagai subsektor pertanian menjadi salah satu penyumbang peningkatan devisa negara devisa negara, salah satunya adalah komoditas bawang merah. Jumlah produksi bawang merah mencapai 2 juta ton pada tahun 2021 lebih tinggi jika dibandingkan dengan komoditas hortikultura lainnya seperti cabai merah besar yang hanya mencapai 1,2 juta ton dan cabai rawit sebesar 1,3 juta ton. Hal tersebut berdampak positif terhadap ekspor sehingga volume ekspor bawang merah mengalami peningkatan. Sebagai komoditas musiman, Produksi bawang merah seringkali mengalami fluktuasi sehingga berdampak pada harga bawang merah yang juga berfluktuasi baik di pasar dalam negeri maupun bawang merah yang diperdagangkan di luar negeri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing bawang merah Indonesia di pasar negara ASEAN, dan faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor bawang merah Indonesia ke negara ASEAN. Penelitian ini menggunakan analisis RCA (Revealed Comparative Advantage), EPD (Export Product Dynamic), potensi X-Model ekspor, dan regresi data panel dengan data observasi sebanyak 15 tahun. Hasil penelitian menunjukkan Indonesia mempunyai keunggulan komparatif berdasarkan analisis RCA tahun 2007-2021 di pasar Thailand dan Vietnam, sedangkan Indonesia hanya memiliki keunggulan kompetitif di pasar Thailand serta memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Thailand. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume ekspor bawang merah Indonesia adalah GDP riil negara ASEAN sedangkan yang dapat menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia ke pasar ASEAN adalah nilai tukar, populasi, harga ekspor dan jumlah produksi bawang merah negara ASEAN.

**Kata kunci:** bawang merah; daya saing; ekspor; ekonomi makro; perdagangan internasional

#### PENDAHULUAN

Bawang merah banyak dikembangkan karena lahan Indonesia yang mendukung untuk pertumbuhan bawang merah. Bawang merah juga memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia sehingga pemerintah menjadikan bawang merah

sebagai salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional yang mendapat prioritas pengembangan dari APBN (Kementan, 2015). Jumlah produksi bawang merah di enam provinsi sentra produksi dari tahun 2018-2021 sempat mengalami penurunan di beberapa provinsi seperti di Jawa Tengah dan

Sulawesi Barat namun, secara nasional jumlah produksi bawang merah tetap mengalami peningkatan. Jumlah produksi

bawang merah di provinsi sentra produksi Indonesia tahun 2018-2021 disajikan pada **Tabel 1**.

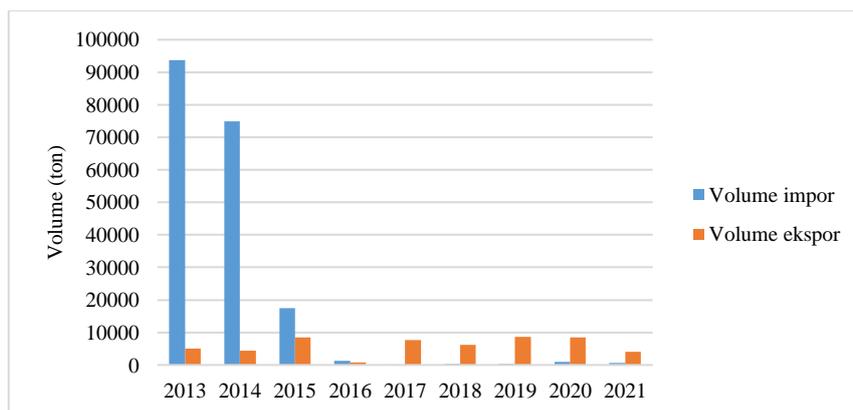
**Tabel 1.** Jumlah produksi bawang merah di provinsi sentra produksi Indonesia tahun 2018-2021.

| Provinsi            | Jumlah Produksi (ton) |           |           |           |
|---------------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
|                     | 2018                  | 2019      | 2020      | 2021      |
| Jawa Tengah         | 27.000                | 481.890   | 611.165   | 564.255   |
| Jawa Timur          | 21.600                | 407.877   | 454.584   | 500.992   |
| Nusa Tenggara Timur | 12.600                | 188.255   | 188.740   | 222.620   |
| Jawa Barat          | 9.900                 | 173.463   | 164.827   | 170.650   |
| Sumatera Barat      | 7.200                 | 122.399   | 153.770   | 200.366   |
| Sulawesi Barat      | 5.400                 | 101.762   | 124.381   | 693       |
| Nasional            | 1.203.436             | 1.280.247 | 1.311.445 | 2.004.590 |

Sumber: BPS 2022 (diolah)

Jumlah produksi bawang merah yang terus meningkat dari tahun ke tahun berdampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Indonesia dapat memenuhi kebutuhan bawang merah dalam negeri dengan ketersediaan bawang merah lokal yang dihasilkan (Kemendag 2021). Peningkatan jumlah produksi bawang merah di berbagai wilayah di Indonesia sangat

mendukung peningkatan ekspor bawang merah Indonesia. Volume impor bawang merah Indonesia mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun selama periode 2013-2021. Penurunan signifikan terjadi dari periode 2013-2017 yang mencapai 99,7%. Perkembangan volume impor dan ekspor bawang merah Indonesia disajikan pada **Gambar 1**.



**Gambar 1.** Perkembangan volume impor dan ekspor bawang merah Indonesia tahun 2013-2021 (BPS 2022)

Dikeluarkannya Permentan No. 3/2012 tentang kebijakan RIPH (Rekomendasi Impor Produk Hortikultura) menjadi indikasi terjadinya penurunan impor bawang merah (Kustiari 2017). Adanya kebijakan RIPH juga berdampak positif terhadap peningkatan volume ekspor bawang merah Indonesia. Neraca perdagangan untuk ekspor bawang merah pada periode tersebut juga mengalami surplus. Menurut Naibaho (2022), peran pemerintah dalam upaya meningkatkan volume ekspor produk hortikultura melalui

kebijakan RIPH pada tahun 2013 dapat membalikan keadaan Indonesia dari negara importir bawang merah menjadi negara eksportir bawang merah.

Indonesia memiliki 13 negara tujuan ekspor bawang merah dengan jumlah volume ekspor terbesar ke Negara Thailand, Singapura, dan Malaysia (UN Comtrade 2023). Bawang merah yang diekspor oleh Indonesia adalah bawang merah dengan kode HS 070310 yaitu jenis bawang merah konsumsi atau selain untuk dibudidayakan.

Indonesia menjadi salah satu negara produsen bawang merah di dunia khususnya di ASEAN (Pusdatin 2020). Indonesia menjadi salah satu negara eksportir bawang merah terbesar di Thailand dengan menempati posisi ke 6, kemudian di Singapura menempati posisi ke 10 dan di Malaysia menempati posisi ke 13. Negara-negara pesaing utama eksportir bawang merah Indonesia di negara importir utama yaitu China, India, dan Pakistan. Pangsa pasar bawang merah China di Thailand sebesar 41,7 persen sedangkan Indonesia hanya memiliki pangsa pasar sebesar 2,9 persen pada tahun 2021.

Pada pasar bawang merah Singapura Indonesia memiliki pangsa pasar sebesar 1,2 persen yang lebih rendah dibandingkan dengan negara pesaingnya yaitu India yang memiliki pangsa pasar sebesar 27,5 persen kemudian untuk di Negara Malaysia, pangsa pasar bawang merah terbesar dimiliki oleh Pakistan yaitu sebesar 36,1 persen dan Indonesia hanya memiliki pangsa pasar sebesar 0,02 persen (UN Comtrade 2023).

AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) menjadi salah satu cara yang dilakukan pemerintah untuk menjadikan pasar Indonesia terintegrasi dengan pasar negara-negara ASEAN lainnya sehingga daya saing komoditas pertanian Indonesia termasuk bawang merah dapat meningkat. Namun pada kenyataannya, Anugrah (2003) menyatakan bahwa bawang merah Indonesia dan komoditas hortikultura lainnya saat ini benar-benar belum mampu bersaing di pasaran ASEAN.

Terkait dengan hal tersebut tentu banyak faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor bawang merah Indonesia. Oleh karena itu, kajian mengenai daya saing bawang merah Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor bawang merah Indonesia di negara ASEAN dianggap penting untuk dilakukan. Berdasarkan uraian di atas maka tujuan dari penelitian yaitu 1) menganalisis daya saing ekspor bawang merah Indonesia di negara ASEAN dan 2) menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi volume ekspor bawang merah Indonesia ke negara ASEAN.

## METODE

### Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data yang digunakan merupakan data *time series* tahunan dari tahun 2007-2021 atau 15 tahun. Data yang di analisis berupa data volume dan nilai bawang merah eksportir utama (Indonesia, China, India, dan Pakistan), volume dan nilai ekspor bawang merah Indonesia ke negara importir utama (Thailand, Singapura, Malaysia, dan Vietnam), volume dan nilai ekspor bawang merah dunia, nilai tukar rupiah, GDP rill, serta data lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data diperoleh dari UN Comtrade, World Bank, CEPII, dan FAOSTAT.

### Metode Analisis Data

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

Keunggulan kompetitif barang atau produk suatu negara di pasar global yang tercermin dalam nilai produknya dapat diukur dengan menggunakan prinsip dasar metode RCA (Izzatin *et al.*, 2023). Analisis daya saing bawang merah ekspor menggunakan metode RCA yang dikembangkan oleh Balassa (1965). RCA pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij_t}/X_{it_t}}{W_{j_t}/W_{t_t}} \dots\dots\dots (1)$$

- X<sub>ij</sub> : Nilai ekspor bawang merah dari negara i pada tahun t (US\$)
- X<sub>it</sub> : Nilai ekspor total seluruh komoditas negara i pada tahun t (US\$)
- W<sub>j</sub> : Nilai ekspor bawang merah dunia pada tahun t (US\$)
- W<sub>t</sub> : Nilai ekspor total seluruh komoditas dunia pada tahun t (US\$)
- t : merupakan Periode analisis tahun 2007-2021

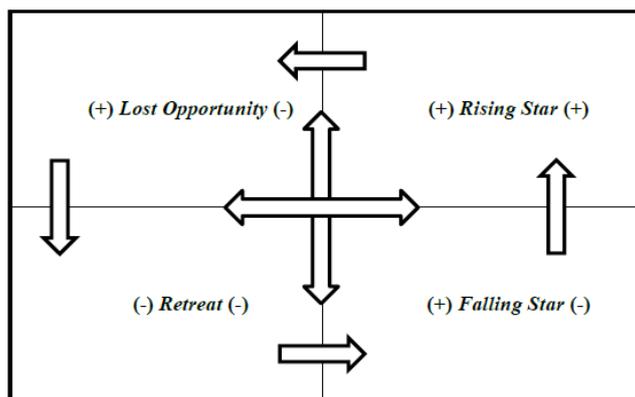
Jika nilai RCA > 1, maka produk bawang merah negara eksportir memiliki keunggulan komparatif di negara tujuan utama. Jika nilai RCA < 1, maka bawang

merah negara eksportir tidak memiliki keunggulan komparatif di negara tujuan utama.

**Export Product Dynamic (EPD)**

Metode *Export Product Dynamic* (EPD) adalah metode yang digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan mengetahui posisi pasar bawang merah untuk negara eksportir utama di negara ASEAN dari hasil nilai sumbu X dan sumbu Y yang menghasilkan 4 kategori

posisi pasar. 1) *Rising star* merupakan posisi pasar yang ideal dimana suatu negara meraih pangsa pasar tinggi pada produk yang dinamis, 2) *lost opportunity* dimana terjadi penurunan daya saing pada produk yang dinamis, 3) *falling star* yaitu kondisi dimana pangsa pasar suatu negara meningkat pada produk yang tidak dinamis, dan 4) *retreat* adalah kondisi dimana suatu produk tidak diinginkan lagi oleh pasar sehingga suatu negara dapat beralih pada produk lain yang lebih dinamis (Wardani & Mulatsih, 2017).



**Gambar 2.** Matriks Daya Tarik Pasar dan Kekuatan Bisnis EPD (Ginting et al., 2021)

$$\text{Sumbu X} = \frac{\sum_{t=1}^T (\frac{X_i}{X_t})_t \times 100\%}{T} - \frac{\sum_{t=1}^T (\frac{X_i}{X_t})_t \times 100\%}{T} \dots\dots\dots (2)$$

$$\text{Sumbu Y} = \frac{\sum_{t=1}^T (\frac{W_i}{W_t})_t \times 100\%}{T} - \frac{\sum_{t=1}^T (\frac{W_i}{W_t})_t \times 100\%}{T} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

Sumbu X: Tingkat pertumbuhan pangsa pasar ekspor bawang merah negara eksportir di negara tujuan utama (%)

Sumbu Y: Tingkat pertumbuhan pangsa pasar seluruh komoditas negara eksportir di negara tujuan utama (%)

$X_i$  = nilai ekspor bawang merah Indonesia ke negara tujuan utama (US\$)

$X_t$  = nilai ekspor bawang merah dunia ke negara tujuan utama (US\$)

$W_i$  = nilai ekspor total Indonesia ke negara tujuan utama (US\$)

$W_t$  = nilai ekspor total dunia ke negara tujuan utama (US\$)

$t$  = tahun analisis (2007-2021)

**X-Model Potential Export**

Penggunaan metode X-Model Potential Export yaitu untuk melakukan klasterisasi atau pengelompokan potensi bawang merah Indonesia pada negara-negara tujuan ekspor. Metode ini dapat menggabungkan hasil

analisis RCA dan hasil analisis EPD untuk melihat daya saing bawang merah Indonesia dari dua sisi, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih komprehensif.

**Tabel 2.** Matriks X-Model Potential Export

| RCA | EPD                     | X-Model                |
|-----|-------------------------|------------------------|
| >1  | <i>Rising star</i>      | Pasar optimis          |
|     | <i>Lost Opportunity</i> | Pasar potensial        |
|     | <i>Falling star</i>     | Pasar potensial        |
|     | <i>Retreat</i>          | Pasar kurang potensial |
| <1  | <i>Rising star</i>      | Pasar potensial        |
|     | <i>Lost Opportunity</i> | Pasar kurang potensial |
|     | <i>Falling star</i>     | Pasar kurang potensial |
|     | <i>Retreat</i>          | Pasar tidak potensial  |

Sumber: (Aurelia 2022)

**Regresi Data Panel**

Data panel memiliki asumsi dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel yang telah ditetapkan. Secara sistematis, model faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ekspor bawang merah Indonesia ke negara tujuan utama adalah sebagai berikut:

$$\text{LnEQ}_t = \alpha_0 + \beta_1 \text{LnGDP}_t + \beta_2 \text{LnERR}_t + \beta_3 \text{LnPOP}_t + \beta_4 \text{LnED}_t + \beta_5 \text{LnPE}_t + \beta_6 \text{LnPROD}_t + \varepsilon_t \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

- LnEQ<sub>t</sub> = *Export quantity* bawang merah Indonesia.
- LnGDP<sub>t</sub> = *Gross Domestic Product riil* (produk domestik bruto riil) negara ASEAN.
- LnERR<sub>t</sub> = *Exchange rate riil* (nilai tukar riil) terhadap negara ASEAN.
- LnPOP<sub>t</sub> = *Population* (populasi) negara ASEAN.
- LnED<sub>t</sub> = *Economic distance* (Jarak ekonomi) Indonesia terhadap negara ASEAN.
- LnPE<sub>t</sub> = *The price of the export* (harga ekspor) bawang merah Indonesia
- LnPROD<sub>t</sub> = *Production quantity* bawang merah negara ASEAN.
- α<sub>0</sub> = *Intercept* (konstanta)
- β<sub>1,2,3,4,5,6</sub> = Parameter yang diduga (*GDP riil, exchange rate riil, population, economic distance, the price of the export and Production*)
- t
- ε

*quantity of shallot in ASEAN country)*  
 = Indeks waktu (2007-2021)  
 = *error*

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Keunggulan Komparatif Eksportir Bawang Merah di Pasar Importir Utama**

Lalu lintas negara pada era globalisasi saat ini menjadi semakin terbuka sehingga pergerakan tersebut menyebabkan negara-negara menjadi saling terkait satu sama lain. Adanya pergerakan tersebut juga mampu menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar negara pesaing. Persaingan inilah yang kemudian menghasilkan konsep daya saing yang melihat kemampuan bertahan suatu produk terhadap tantangan yang terdapat dalam persaingan itu sendiri. Hasil analisis RCA empat negara eksportir bawang merah di negara importir utama tahun 2007-2021 tersaji pada **Tabel 3**

Berdasarkan hasil analisis RCA pada tabel 10 menunjukkan bahwa rata-rata nilai RCA empat negara eksportir utama tahun 2007-2021 yaitu Indonesia, Cina, India, dan Pakistan memiliki nilai rata-rata RCA lebih dari satu di negara importir Thailand dengan nilai RCA terbesar dimiliki oleh India yaitu sebesar 7,689 dan terkecil dimiliki oleh Pakistan dengan rata-rata nilai RCA sebesar 2,246. Hal ini mengindikasikan bahwa empat negara eksportir utama yaitu Indonesia, Cina, India, dan Pakistan memiliki keunggulan komparatif pada komoditas bawang merah di Thailand.

**Tabel 3.** Hasil analisis RCA empat negara eksportir bawang merah di negara importir utama bawang merah tahun 2007-2021

| Negara Eksportir | Rata-Rata RCA |           |          |         |
|------------------|---------------|-----------|----------|---------|
|                  | Thailand      | Singapura | Malaysia | Vietnam |
| Indonesia        | 6,901         | 0,748     | 0,096    | 1,453   |
| Cina             | 4,562         | 0,516     | 0,694    | 20,279  |
| India            | 7,689         | 8,682     | 22,050   | 10,489  |
| Pakistan         | 2,246         | 119,734   | 61,367   | 1,208   |

Sumber: data diolah (2023)

Dari hasil analisis RCA yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara umum komoditas bawang merah Indonesia menempati posisi kedua terbesar setelah India di negara importir utama Thailand dan posisi ketiga di Vietnam. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia hanya memiliki daya saing yang kuat di pasar import utama Thailand dan Vietnam dengan nilai rata-rata RCA 6,901 dan 1,453 namun tidak memiliki daya saing di pasar import utama Singapura dan Malaysia. Kusuma & Firdaus (2015) menjelaskan bahwa, perdagangan bawang merah Indonesia belum dapat berdaya saing secara

dinamis di pasar negara-negara ASEAN hanya dinamis di Thailand dan Vietnam karena Indonesia tidak cukup kuat untuk menyediakan atau memenuhi permintaan bawang merah untuk Singapura dan Malaysia pada saat terjadi peningkatan permintaan dari kedua negara tersebut.

#### **Analisis Keunggulan Kompetitif Eksportir Bawang Merah di Pasar Importir Utama**

Analisis EPD (*Export Product Dynamic*) komoditas bawang merah Indonesia menentukan posisi pasar dalam matriks daya tarik pasar.

**Tabel 4.** Rata-rata hasil EPD dalam tiga periode komoditas bawang merah Indonesia di empat negara importir utama tahun 2007-2021

| Negara    | Growth X (%) | Growth Y (%) | Posisi Pasar            |
|-----------|--------------|--------------|-------------------------|
| Thailand  | 0,544        | 0,035        | <i>Rising star</i>      |
| Singapura | -0,117       | -0,074       | <i>Retreat</i>          |
| Malaysia  | -0,024       | 0,103        | <i>Lost opportunity</i> |
| Vietnam   | -0,087       | -0,006       | <i>Retreat</i>          |

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis EPD menunjukkan bahwa pada periode tahun 2007-2021 komoditas bawang merah Indonesia berada pada posisi pasar yang ideal dengan menempati posisi *rising star* di negara Thailand. Hal ini disebabkan oleh adanya perjanjian FTA yang ditandatangani Thailand pada tahun 2004 yang mengakibatkan tren pengeboman pasar oleh produsen termasuk hilangnya daya saing di pasar sasaran karena harga yang lebih rendah dan kualitas yang lebih tinggi dari produk negara pesaing. Selain itu pada tahun panen 2005, terjadi banjir besar di Thailand Utara, dimana sebagian besar perkebunan bawang merah berada, sehingga banyak daerah yang tidak dapat ditanami bawang merah pada tahun tersebut (Boossabong & Taylor 2009). Sejak tahun 2008, Indonesia memutuskan untuk berhenti melakukan impor bawang merah dari Thailand bahkan sebaliknya Thailand yang melakukan impor bawang merah dari Indonesia. Adanya kerjasama ini juga dapat menjadi wadah untuk

bertukar informasi dan memahami standar mutu bawang merah yang ditetapkan oleh pemerintah Thailand (Nasution 2022).

Pada pasar Singapura dan Vietnam, komoditas bawang merah Indonesia tahun 2007-2021 berada pada kondisi *retreat* yaitu tingkat permintaan bawang merah Indonesia di pasar Singapura mengalami penurunan sehingga pertumbuhan pasar bawang merah Indonesia tidak dinamis di pasar Singapura dan Vietnam. Sejak tahun 2017 pangsa pasar bawang merah Singapura terbesar ditempati oleh India sebesar 27,52% sedangkan Indonesia hanya memiliki pangsa pasar sebesar 3,89% hal ini menjadi salah satu penyebab komoditas bawang merah Indonesia berada pada posisi *retreat* di pasar Singapura (Pusdatin 2022). Sementara itu, selama periode 2008-2012 Indonesia masih menjadi *net importer* bawang merah dengan salah satu impor bawang merah terbesar dari Vietnam (Aldila et al., 2015). Hubungan dagang Indonesia dan Vietnam juga baru mulai meningkatkan dan bangkit kembali pada tahun 2021 setelah mengalami kemerosotan akibat pandemi covid-19 sehingga bawang merah Indonesia di pasar Vietnam masih berada pada posisi *retreat* (Rahman 2022).

*Lost opportunity* merupakan kondisi pasar yang mengalami penurunan daya saing sehingga komoditas bawang merah Indonesia kehilangan pangsa pasar di pasar tujuan utama (Sitani 2022). Hal ini terjadi pada komoditas bawang merah Indonesia di pasar Malaysia, dimana bawang merah Indonesia di pasar Malaysia berada pada posisi *lost opportunity*. Di duga, salah satu penyebabnya adalah pangsa pasar bawang merah Malaysia yang terbesar ditempati oleh India sebesar 57,38% sejak tahun 2017 (Pusdatin, 2022) dan pada tahun 2021 ditempati oleh Pakistan sebesar 36,10% serta India sebesar 35,41% sehingga Indonesia kehilangan pangsa pasar pada komoditas bawang merah di Malaysia (UN Comtrade 2023).

**Tabel 5.** Rata-rata hasil EPD komoditas bawang merah negara pesaing Indonesia di empat negara importir utama tahun 2007-2021

| Negara    | Rata-rata EPD           |                         |                     |
|-----------|-------------------------|-------------------------|---------------------|
|           | Cina                    | India                   | Pakistan            |
| Thailand  | <i>Rising star</i>      | <i>Rising star</i>      | <i>Rising star</i>  |
| Singapura | <i>Lost opportunity</i> | <i>Lost opportunity</i> | <i>Rising star</i>  |
| Malaysia  | <i>Lost opportunity</i> | <i>Lost opportunity</i> | <i>Rising star</i>  |
| Vietnam   | <i>Rising star</i>      | <i>Rising star</i>      | <i>Falling star</i> |

Sumber: data diolah (2023)

Jika dilihat dari perhitungan rata-rata EPD tiga negara eksportir bawang merah yang merupakan negara pesaing Indonesia di empat negara importir utama tahun 2007-2021 didapatkan hasil bahwa Cina berada pada posisi pasar yang ideal yaitu *rising star* hanya di pasar Thailand dan Vietnam. Dampak dari adanya perjanjian ACFTA yaitu penghapusan tarif cenderung meningkatkan *export similarity* terutama di Thailand dan Vietnam dari Cina (Nasrudin et al., 2015).

Posisi pasar India untuk komoditas bawang merah sama seperti Cina, India juga memiliki posisi yang ideal di importir utama Thailand dan Vietnam. Hal tersebut diduga

diakibatkan oleh Dampak dari liberalisasi perdagangan sejak tahun 2006 Thailand menghadapi masalah pada komoditas bawang merah, walaupun bawang merah dari Cina dan India tidak memenuhi preferensi rasa masyarakat Thailand namun tetap melakukan impor dari negara tersebut karena harga bawang merah di Thailand lebih mahal dibandingkan harga bawang merah dari negara lain. Sementara itu, meskipun Vietnam merupakan negara komunis tapi tetap membuka diri terhadap perdagangan internasional karena adanya kebijakan liberalisasi perdagangan yang memungkinkan untuk melakukan

pengeboman pasar termasuk impor ilegal sehingga tujuan Vietnam untuk meningkatkan pertumbuhan ekonominya berada pada tingkat yang lebih tinggi dibandingkan Thailand dalam 13 tahun ke depan termasuk tetap melakukan impor bawang merah yang tinggi selain dari China juga dari India (Boossabong & Taylor 2009).

Komoditas bawang merah Pakistan menempati posisi yang ideal atau posisi *rising star* di tiga negara importir utama yaitu di Thailand, Singapura, dan Malaysia namun tidak di Vietnam. Pakistan menjadi salah satu produsen bawang merah terbesar di dunia, namun bukanlah eksportir terbesar di dunia (Ahmad *et al.*, 2021). Bergabungnya Pakistan menjadi anggota RCEP (*Regional*

*Comprehensive Economic Partnership*) mempermudah perkembangan perdagangannya. selain itu Vietnam yang juga merupakan anggota RCEP menjadi salah satu negara yang paling kompleks di dunia mengalahkan Pakistan yang tetap menjadi salah satu negara yang paling tidak rumit (Khizar & Sattar 2023).

### ***X-Model Potential Export***

Menggunakan metode *X-Model* ini, hasil analisis daya saing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karena melihat daya saing komoditas bawang merah Indonesia dari dua sisi sekaligus yaitu dari sisi RCA dan EPD.

**Tabel 6.** Hasil analisis *X-Model* bawang merah Indonesia di negara importir utama tahun 2007-2021

| Negara Importir | RCA   | EPD                     | X-Model                |
|-----------------|-------|-------------------------|------------------------|
| Thailand        | 6,901 | <i>Rising star</i>      | Pasar optimis          |
| Singapura       | 0,748 | <i>Retreat</i>          | Pasar kurang potensial |
| Malaysia        | 0,096 | <i>Lost Opportunity</i> | Pasar kurang potensial |
| Vietnam         | 1,453 | <i>Retreat</i>          | Pasar kurang potensial |

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis *X-Model*, ekspor komoditas bawang merah Indonesia memiliki potensi pengembangan pasar optimis di pasar Thailand saja karena di pasar Thailand komoditas bawang merah Indonesia berdaya saing kuat dan berada pada posisi *rising star*. Hal ini karena tujuan ekspor bawang merah Indonesia yang terbesar ke Thailand setiap tahunnya bahkan pada tahun 2021 kontribusi ekspor bawang merah Indonesia ke Thailand mencapai 67,51% (4,6 juta USD) (Surbakti *et al.*, 2023).

Di negara Singapura dan Malaysia ekspor komoditas bawang merah memiliki potensi pengembangan pasar yang kurang potensial karena komoditas bawang merah tidak memiliki daya saing komparatif dan berada pada posisi *retreat* dan *Lost opportunity*, begitu juga dengan potensi pengembangan bawang merah di Vietnam. Komoditas bawang merah di negara Vietnam memiliki potensi pengembangan pasar yang

kurang potensial sebab meskipun komoditas bawang merah berdaya saing secara komparatif, namun komoditas ini berada pada posisi *retreat*.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Bawang Merah**

Penggunaan regresi data panel memiliki tujuan untuk melihat hubungan antar variabel yang digunakan selama periode 2007-2021. Variabel independen yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor bawang merah Indonesia adalah GDP riil negara tujuan, nilai tukar, populasi, jarak ekonomi, harga ekspor dan jumlah produksi bawang merah Indonesia. Faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan oleh pemerintah sebagai pembuat kebijakan, produsen bawang merah, serta lembaga terkait lainnya sehingga mendorong Indonesia untuk swasembada bawang merah dan menjadi negara pengeksportir bawang merah (Wibowo

& Surbakti 2023). Regresi data panel memiliki asumsi dipengaruhi oleh beberapa variabel yang telah ditetapkan. Variabel yang digunakan ditransformasikan ke dalam bentuk ln (logaritma natural) untuk mengatasi

masalah heteroskedastisitas dan normalitas sehingga model dapat memenuhi uji asumsi dan terhindar dari model yang bias (Juanda 2009).

**Tabel 7.** Hasil regresi data panel faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor bawang merah Indonesia

| Variabel           | Coefficient | t-statistic | Prob.    |
|--------------------|-------------|-------------|----------|
| Cons               | 479,198     | 4,143       | 0,000*   |
| LN_GDP             | 7,983       | 3,261       | 0,002*   |
| LN_ERR             | -7,152      | -3,407      | 0,001*   |
| LN_POP             | -25,271     | -3,684      | 0,000*   |
| LN_ED              | -2,347      | -1,187      | 0,238    |
| LN_PE              | -0,729      | -3,326      | 0,001*   |
| LN_PROD            | -2,510      | -1,835      | 0,070*** |
| R-Squared          | 0,702       |             |          |
| Adjusted R-Squared | 0,661       |             |          |
| Prob (F-Statistic) | 0,000       |             |          |

Sumber: data diolah (2023)

Keterangan: \*Signifikan pada taraf nyata 1%, \*\*\*signifikan pada taraf nyata 10%

Hasil analisis regresi data panel menunjukkan bahwa variabel GDP riil negara importir (GDP), nilai tukar (ERR), populasi (POP), harga ekspor (PE), dan jumlah produksi (PROD) berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1% dan 10%. Variabel jarak ekonomi (ED) menjadi satu-satunya variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia. Nilai R-Squared ( $R^2$ ) dari hasil persamaan regresi sebesar 0,702 artinya, variabel-variabel independen dalam model persamaan mampu menjelaskan variabel volume ekspor bawang merah Indonesia ke negara importir utama sebesar 70,2% dan sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

GDP riil negara ASEAN (GDP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1%. Nilai koefisien variabel GDP riil negara ASEAN adalah 7,98 yang artinya Ketika GDP riil negara ASEAN naik sebesar 1% maka akan meningkatkan volume ekspor bawang merah Indonesia sebesar 7,98% dengan asumsi *ceteris paribus*. Hasil

penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma dan Firdaus (2015) yang menunjukkan bahwa GDP riil negara importir memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume ekspor sayuran Indonesia yaitu kentang, bawang merah, kubis, dan cabai. GDP negara importir atau negara tujuan mengukur kapasitas absorpsi, dimana apabila GDP negara importir meningkat maka dapat menyebabkan kapasitas absorpsinya juga mengalami peningkatan sehingga negara importir akan cenderung untuk melakukan impor lebih banyak. Terjadinya peningkatan PDB per kapita penduduk negara importir akan berdampak pada daya beli dan konsumsi dari masyarakat negara tersebut terhadap barang dan jasa yang tentunya juga akan mengalami peningkatan (Fadhillah & Anward 2023).

Nilai tukar riil (ERR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1%. Nilai koefisien variabel nilai tukar riil yaitu sebesar -7,15 artinya apabila terjadi apresiasi nilai tukar sebesar 1% akan menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia sebesar 7,15% dengan asumsi *ceteris paribus*. Hal ini dapat dikaitkan dengan rendahnya REER (*Real Effective*

*Exchange Rate*) atau menguatnya mata uang domestik relatif terhadap mitra dagang yang menekan neraca perdagangan sehingga penduduk domestik hanya akan membeli sedikit produk impor (Ginting 2013). Hasil penelitian ini juga serupa dengan riset yang dilakukan oleh Pinem *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa nilai tukar atau kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor kubis di Sumatera Utara Indonesia. Dimana harga komoditas yang diperdagangkan ditentukan oleh harga komoditas tersebut dalam mata uang yang telah disepakati pada tingkat kurs atau nilai tukar yang berlaku pada saat itu.

Populasi negara importir (POP) menunjukkan pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1%. Nilai koefisien variabel populasi negara importir utama (POP) adalah sebesar -25,27. Arti dari hal tersebut bahwa jika terjadi populasi suatu negara meningkat sebesar 1% maka permintaan bawang merah akan menurun sebesar 25,27% sehingga volume ekspor bawang merah negara tersebut akan mengalami penurunan. Rambe dan Malau (2023) yang menyatakan bahwa jumlah populasi negara tujuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor kayu manis Indonesia. Hal tersebut dapat disebabkan oleh adanya pergeseran selera penduduk dari negara importir.

Harga ekspor (PE) menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1%. Nilai koefisien variabel harga ekspor (PE) yaitu sebesar -0,73 artinya, apabila terjadi peningkatan harga ekspor bawang merah sebesar 1% maka akan menurunkan volume ekspor sebesar bawang merah Indonesia sebesar 0,73% pada asumsi *ceteris paribus*. Harga menjadi salah satu faktor yang paling menentukan dalam perdagangan baik perdagangan domestik maupun internasional. Harga ekspor dapat mempengaruhi kemampuan suatu negara dalam membeli sejumlah barang yang diperdagangkan (Riyani *et al.*, 2018).

Jumlah produksi bawang merah negara ASEAN (PROD) menunjukkan pengaruh yang negatif dan signifikan pada taraf nyata 10%. Nilai koefisien variabel jumlah produksi adalah sebesar -2,51 yang artinya, jika terjadi peningkatan jumlah produksi bawang merah negara ASEAN sebesar 1% akan menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia ke negara ASEAN sebesar 2,51%. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa jumlah produksi bawang merah negara ASEAN berpengaruh negatif terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia. Jumlah produksi bawang merah negara ASEAN yang berpengaruh negatif terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia disebabkan oleh kebijakan negara-negara ASEAN maupun kerjasama yang dilakukan antar negara tersebut. Jumlah produksi bawang merah yang meningkat di negara-negara ASEAN tentu dapat menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia karena terjadi *excess supply* di negara-negara ASEAN tersebut sehingga kuantitas bawang merah domestiknya dapat dipenuhi (Fadhillah & Anward, 2023).

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk bawang merah berdasarkan analisis RCA tahun 2007-2021 yaitu di pasar Thailand dan Vietnam. Sementara itu, berdasarkan analisis EPD menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar Thailand pada periode tahun 2007-2021. Pengembangan pasar bawang merah Indonesia hanya optimis di pasar negara Thailand. 2) Faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume ekspor bawang merah Indonesia adalah GDP riil negara ASEAN sedangkan yang dapat menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia ke pasar ASEAN adalah nilai tukar, populasi, harga ekspor dan jumlah produksi bawang merah negara ASEAN.

Berdasarkan simpulan dari hasil analisis daya saing dan determinan ekspor bawang merah Indonesia di pasar negara ASEAN, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: 1) Agar pangsa pasar bawang merah Indonesia dapat berkembang untuk mendorong nilai ekspor yang lebih tinggi, Indonesia sebaiknya meningkatkan pangsa pasarnya di negara Thailand dan Vietnam yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif serta lebih memprioritaskan ekspor bawang merah ke negara Thailand. Hal ini dikarenakan pengembangan pasar ekspor bawang merah di negara tersebut optimis sehingga memberikan peluang dalam meningkatkan ekspor bawang merah Indonesia. 2) Berdasarkan hasil regresi data panel, GDP negara tujuan menjadi faktor yang berpengaruh signifikan dapat meningkatkan volume ekspor sehingga sangat relevan apabila pemerintah Indonesia melakukan pengembangan ekspor dan memperluas pangsa ekspor bawang merah ke negara-negara yang memiliki GDP yang tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, B., Anwar, M., Badar, H., Mehdi, M., & Tanveer, F. (2021). Analyzing Export Competitiveness of Major Fruits and Vegetables of Pakistan: An Application of Revealed Comparative Advantage Indices. *Pak. J. Agri. Sci*, 58(2), 719–730. <https://doi.org/10.21162/PAKJAS/21.952>
- Aldila, H. F., Fariyanti, A., & Tinaprilla, N. (2015). Analisis profitabilitas usahatani bawang merah berdasarkan musim di tiga kabupaten sentra produksi di Indonesia. *SEPA*, 11(2), 249–260. <https://doi.org/10.20961/sepa.v11i2.14188>
- Anugrah, I. S. (2003). Asean Free Trade Area (AFTA), otonomi daerah dan daya saing perdagangan komoditas pertanian Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 21(1), 1–11. <https://doi.org/epublikasi.pertanian.go.id/berkala/fae/article/view/1379>
- Aurelia, M. (2022). *Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Aliran Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional [thesis]*. IPB University.
- Balassa, B. (1965). *The Theory of Economic Integration*. Homewood Illionis: RD Irwin Inc.
- Boossabong, P., & Taylor, M. F. (2009). Impact of trade liberalization on the agricultural sector and adjustment policy: the case of shallot plantations in Northeastern Thailand. In *Kasetsart J. (Soc. Sci)* (Vol. 30). <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/246630>.
- BPS. (2022a). *Distribusi Perdagangan Komoditas Bawang Merah Indonesia*. <https://bps.go.id/>
- BPS. (2022b). *Statistik Hortikultura 2021*. <https://bps.go.id/>
- Fadhillah, H., & Anward, R. J. (2023). Analisis determinan volume ekspor kopi Indonesia dari sisi permintaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan (JIEP)*, 6(1), 159–170. <https://doi.org/10.20527/jiep.v6i1.8959>
- Ginting, A. M. (2013). Pengaruh nilai tukar terhadap ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 7(1), 1–18.
- Ginting, N. M., Rahmanta, & Lindawati. (2021). Analisis daya saing kakao olahan dan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing kakao olahan Provinsi Sumatera Utara, Indonesia di pasar internasional. *Agricultural Journal*, 4(3), 425–437. <https://doi.org/org/10.37637/ab.v4i3.843>
- Izzatin, N. R., Durroh, B., & Masahid. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia di Pasar Internasional. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(2), 337–349. <https://doi.org/org/10.37637/ab.v6i2.1266>

- Juanda, B. (2009). *Ekonometrika Permodelan dan Pendugaan*. IPB Press.
- Kemendag. (2021). *Analisis Perkembangan Harga Bahan Pokok di Pasar Domestik dan Internasional*. <https://bkperdag.kemendag.go.id/>
- Kementan. (2015). *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015-2019*. Kementerian Pertanian.
- Khizar, A., & Sattar, H. (2023). *Positioning Pakistan for Integration with Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)*. The Pakistan Business Council.
- Kustiari, R. (2017). Perilaku harga dan integrasi pasar bawang merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 35(2), 77–87. <https://doi.org/org/10.21082/jae.v35n2.2017.77-87>
- Kusuma, R. L., & Firdaus, M. (2015). Daya saing dan faktor yang mempengaruhi volume ekspor sayuran Indonesia terhadap negara tujuan utama. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(3), 226–236. <https://doi.org/org/10.17358/JMA.12.3.226>
- Naibaho, Y. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pembatasan impor bawang merah di Indonesia [skripsi]*. Universitas Jambi.
- Nasrudin, Sinaga, B., & Walujadi, D. (2015). Dampak Asean-China Free Trade Agreement (ACFTA) terhadap Kinerja Perekonomian dan Sektor Pertanian Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(1), 1–23. <https://doi.org/org//10.30908/bilp.v9i1.13>
- Nasution, A. (2022). Increasing Shallot Exports as an Implementation of Economic Resilience in the Horticultural Sector During the Covid-19 Pandemic. *Mediasi Journal of International Relations*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/org/10.21111/mediasi.v5i21.10022>
- Pinem, E. R., Supriana, T., & Ayu, S. F. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kubis dari Provinsi Sumatera Utara, Indonesia ke Malaysia. *Agricultural Journal*, 5(3), 552–558. <https://doi.org/org/10.37637/ab.v5i3.995>
- Pusdatin. (2020). *Outlook Bawang Merah Komoditas Pertanian Subsektor Hortikultura*. <https://satudata.pertanian.go.id/>
- Pusdatin. (2022). *Analisis Kinerja Perdagangan Bawang Merah*. <http://www.epublikasi.setjen.pertanian.go.id>
- Rahman, D. (2022). *perdagangan-indonesia-vietnam-cetak-rekor-pada-2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/01/perdagangan-indonesia-vietnam-cetak-rekor-pada-2021>
- Rambe, K. R., & Malau, L. R. E. (2023). Tingkat daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi aliran perdagangan kayu manis Indonesia. *Agromix*, 14(1), 28–38. <https://doi.org/org/10.35891/agx.v14i1.3107>
- Riyani, R., Darsono, D., & Ferichani, M. (2018). Analisis permintaan ekspor komoditas pertanian Indonesia oleh pasar Tiongkok. *Journal of Agribusiness and Rural Development Research (AGRARIS)*, 4(2), 120–128. <https://doi.org/org/10.18196/agr.4267>
- Sitanini, A. (2022). Competitiveness of Indonesia coffee exports to Japan. *Perwira Journal of Economics and Business (PJEB)*, 2(1), 72–79. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v2i1.83>
- Surbakti, N., Wibowo, R., & Salmiah. (2023). Faktor-faktor yang berkaitan dengan impor dan ekspor bawang merah Indonesia. *Jurnal Agrikultura*, 34(2), 163–170. <https://doi.org/org/10.24198/agrikultura.v34i2.45686>

UN Comtrade. (2023). *Ekspor-Impor Bawang Merah*.  
<https://comtrade.un.org/>

Wardani, M., & Mulatsih, S. (2017). Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor bawang Indonesia ke kawasan Amerika Latin. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 6(1), 81–100.

<https://doi.org/org/10.29244/jekp.6.1.2017.81-100>

Wibowo, R. P., & Surbakti, N. J. R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Bawang Merah di Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(2), 326–336.  
<https://doi.org/org/10.37637/ab.v6i2.1312>