# ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR BAWANG MERAH INDONESIA DI NEGARA-NEGARA ASEAN

***(Analysis of Competitiveness and Factors Affecting Indonesian Shallot Exports in Asean Countries)***

## Wiwi Haryati1♥, Tanti Novianti2, Nia Kurniawati Hidayat3

### Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor

### ♥Corresponding author email: wiwiharyati2@gmail.com

***Abstract.*** *Horticulture as an agricultural sub-sector is a contributor to increasing the country's foreign exchange, one of which is the commodity of shallots. The large amount of production greatly influences trade in agricultural commodities including shallots. High production numbers can encourage an increase in the volume of shallot exports. As a seasonal commodity, shallot production often experiences fluctuations, which has an impact on the price of shallots which also fluctuates both in the domestic market and shallots traded overseas. This research uses RCA (Revealed Comparative Advantage), EPD (Export Product Dynamic), X-Model potential export, and gravity model with a panel data approach. The research results show that Indonesia has a comparative advantage based on RCA analysis for 2007-2021 in the Thailand and Vietnamese markets, while Indonesia only has an overall competitive advantage in each economic period only in the Malaysian market. The development of the Indonesian shallot export market is only optimistic in the Thailand market. Factors that significantly influence the volume of shallot exports to ASEAN markets are real GDP, exchange rate, population, export prices, and the amount of Indonesian shallot production.*

##### **Keywords**: competitiveness; export; shallot,

**Abstrak.** Hortikultura sebagai subsektor pertanian menjadi salah satu penyumbang peningkatan devisa negara devisa negara, salah satunya adalah komoditas bawang merah. Jumlah produksi yang besar sangat mempengaruhi perdagangan komoditas pertanian termasuk bawang merah. Jumlah produksi yang tinggi dapat mendorong peningkatan volume ekspor bawang merah. 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. Penelitiannini menggunakan analisissRCA (Revealed Comparative Advantage), EPD (Export Product Dynamic), potensi X-Model ekspor, dan model gravitasi dengan pendekatan data panel. Hasil penelitian menunjukkan Indonesia mempunyai keunggulan komparatif berdasarkan analisis RCA tahun 2007-2021 di pasar Thailand dan Vietnam, sedangkan Indonesia hanya memiliki keunggulan kompetitif secara keseluruhan di setiap periode ekonomi hanya di Malaysia pasar. Perkembangan pasar ekspor bawang merah Indonesia hanya optimistis pada tahun ini pasar Thailand. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor bawang merah ke ASEAN pasarnya adalah PDB riil, nilai tukar, jumlah penduduk, harga ekspor, dan jumlah penduduk Indonesiaaproduksi bawang merah

##### **Kata kunci:** daya saing; ekspor; bawang merah;

###### Pendahuluan

Bawang merah banyak dikembangkan dan memiliki peran penting bagi perekonomian karena lahan Indonesiaayang mendukung untuk pertumbuhan bawang merah sehingga pemerintah menjadikan bawanggmerah sebagai salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional yang mendapat prioritas pengembangan dari APBN (Kementan, 2015). Jumlah produksi bawang merah di enam provinsi sentra produksiidari 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 bawanggmerah 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 diberbagai wilayah di Indonesia sangat mendukung peningkatan ekspor bawang merah Indonesia. Volumeeimpor bawang merah Indonesiaamengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun selama tahun 2010-2016 sekitar 11,2%.

Dikeluarkannya PermentannNo. 3/2012 tentang kebijakan RIPH (Rekomendasi ImporrProduk Hortikultura) menjadi indikasi terjadinya penurunan impor bawang merah (Kustiari 2017). Ekspor bawang merah berfluktuasi namun cenderung meningkat dari tahun 2017-2021. Neraca perdagangan untuk ekspor bawang merah pada periode tersebut juga mengalami surplus. Peran pemerintah dalam upaya meningkatkan volume ekspor produk hortikultura melalui kebijakan RIPH pada tahun 2013 dapat membalikan keadaan Indonesia dari negara importir bawang merahmmenjadi negara eksportir bawanggmerah (Naibaho 2022).

Indonesia memililiki 13 negara tujuan ekspor bawang merah dengan jumlah volume ekspor terbesar ke Negara Thailand, Singapura, dan Malaysia (UN Comtrade, 2023). Bawang merah yang di ekspor oleh Indonesiaaadalah bawang merah dengan kode HS 07031029 yaitu jenis bawang merah konsumsi atau selain untuk dibudidayakan. Indonesiaamenjadi salah satu negara produsen bawanggmerah 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 Indonesiaamemiliki 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).

Secara teori, hargaabawang merahhdi pasar internasional dan harga bawang merah di pasar domestik dapat mempengaruhi volumeeekspor bawang merah. Peningkatan hargaabawang merahddi pasar internasional akan menyebabkan penurunan permintaan impor bawang merah, hal ini akan berbanding terbalik dengan ekspor bawang merah karena produsen cenderung akan menjual bawang merah ke luar negeri jika terjadi kenaikan pasokan dengan harga yang lebih tinggi. Teori ini sejalan dengan hukum permintaan pada asumsi cateris paribus yaitu jika harga suatu barang semakin meningkat maka permintaan akan semakin menurun dan sebaliknya (Maygirtasari et al., 2015). Ekspor dan harga internasional memiliki hubungan yang positif dimana jika terjadi peningkatan harga di pasar internasional maka volume ekspor akan mengalami peningkatan (Simanjuntak et al., 2017). Sebagai komoditi ekspor, bawang merah menghasilkan devisa bagi negara sehingga akan bergantung pada perubahan-perubahan yang terjadi di pasar internasional baik di pasar importir maupun eksportir. Oleh karena itu, kajian mengenai integrasi pasar dan daya saing bawang merah Indonesia dianggap penting untuk dilakukan.

Berdasarkannuraian di atas maka tujuan dari penelitianaadalah sebagaibberikut:

1. Menganalisis daya saing ekspor bawang merah Indonesia dengan negara eksportir utama lain (China, India, dan Pakistan) di negara ASEAN (Thailand, Singapura, Malaysia, dan Vietnam).
2. Menganalisiss faktor-faktor yang mempengaruhivvolume ekspor bawang merahhIndonesia ke negara ASEAN.

###### Metode

**Jenis dan Sumber Data**

Data yanggdigunakan dalam penelitian iniaadalah jenis data sekunder. Data yang digunakan merupakanndata *time series* harga bulanan selama 60 bulan yaitu dari bulan Januarittahun 2017 hingga bulannDesember tahun 2021. Analisis dayaasaing bawang merahhdan faktor-faktor yang mempengaruhi aliran ekspor bawang merah Indonesia menggunakanndata *time series* tahunanndari tahun 2007-2021 atau 15 tahun. Data yang dianalisis berupa data volume dan nilai bawang merah eksportir utama (Indonesia, China, India, dan Pakistan), volume dan nilai ekspor bawang merah Indonesiaake negara importir utama (Thailand, Singapura, Malaysia, dan Vietnam), volume dan nilai ekspor bawang merah dunia, harga bawang merah (di negara eksportir, importir, dan dunia), nilaittukar rupiah, GDP rill, serta data lainnya yang terkait dengannpenelitian ini

**Metode Analisis Data**

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

Analisis daya saing bawanggmerah ekspor menggunakan metode RCA yang dikembangan oleh Balassa (1965). RCA pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA= \frac{Xia\_{t}/Xib\_{t}}{Xwa\_{t}/Xwb\_{t}}$$

Xia :Nilaiiekspor pakaian jadi dariinegara i padaitahun t (US$)

Xib :Nilaiiekspor totaliseluruh komoditas negara i padaitahun t (US$)

Xwa :Nilaiiekspor pakaianijadi dunia pada tahun t (US$)

Xwb :Nilaiiekspor totaliseluruh komoditas dunia pada tahun t (US$)

t :merupakan Periode analisis tahun 2007-2021

Jika nilaiMRCA > 1, maka produk bawang merah negara eksportir memiliki keunggulanmkomparatif di negaramtujuan utama. Jika nilai RCA < 1, makaabawang merah negara eksportir tidak memiliki keunggulanmkomparatif di negara tujuan utama.

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

Metode *ExportiProductiDynamic* (EPD) adalah metode yang digunakan untuk menganalisismkeunggulan kompetitif dan mengetahui posisi pasar bawang merahuuntuk negara eksportir utama di negara tujuan utama dari hasil nilai sumbu X dan sumbu Y.

|  |  |
| --- | --- |
| **(+) *Lost Opportunity* (-)** | **(+) *Rising Star* (+)** |
| **(-) *Retreat* (-)** | **(+) *Falling Star* (-)** |

Sumber: Ginting et al. 2021

Gambar 1. Matriks Daya Tarik Pasar dan Kekuatan Bisnis EPD

$$Sumbu X= \frac{\sum\_{t=1}^{T}(\frac{Xi}{Xt})\_{t}×100\%}{T}- \frac{\sum\_{t=1}^{T}(\frac{Xi}{Xt})\_{t}×100\%}{T}$$

$$Sumbu Y= \frac{\sum\_{t=1}^{T}(\frac{Wi}{Wt})\_{t}×100\%}{T}- \frac{\sum\_{t=1}^{T}(\frac{Wi}{Wt})\_{t}×100\%}{T}$$

Keterangan:

SumbuiX : Tingkat pertumbuhan pangsa pasar ekspor pakaian jadi negara eksportir di negara tujuan utama (%)

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

Xi =inilai ekspor bawang merah Indonesiaake negara tujuan utama (US$)

Xt =inilai ekspor bawang merah dunia ke negara tujuan utama (US$)

Wi =inilai ekspor total Indonesiaake negaraatujuan utama (US$)

Wt =inilai ekspor total dunia kei negara tujuannutama (US$)

t =itahun analisiss(2007-2021)

***X-Model Potential Export***

Penggunaan metode X-Model Potential Export yaitu untuk melakukan klasterisasi atau pengelompokan potensi bawang merah Indonesiaapada negara-negara tujuan ekspor. Metode ini dapat menggabungkanmhasil analisissRCA dan hasil analisis EPD untuk melihat dayaasaing bawanggmerah Indonesia dari dua sisi, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih komprehensif.

Tabel 1 Matriks X-Model Potential Export

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RCA | EPD | X-Model |
| >1 | *Risingsstar* | Pasar optimiss |
|  | *Lost Opportunity* | Pasar potensiall |
|  | *Fallinggstar* | Pasar potensiall |
|  | *Retreatt* | Pasar kuranggpotensial |
| <1 | *Risingsstar* | Pasar potensiall |
|  | *Lost Opportunity* | Pasar kuranggpotensial |
|  | *Fallinggstar* | Pasar kuranggpotensial |
|  | *Retreat* | Pasar tidakkpotensial |

Sumber: Aurelia 2022

***Gravity model***

*Gravityy*model dengan pendekatan data panel diasumsikan dipengaruhi oleh beberapa variabel yang telah ditetapkan. Secara sistematis, model faktor-faktor yang berpengaruhhterhadap ekspor bawang merah Indonesiaake negara tujuan utama adalah sebagai berikut:

$LnEQ\_{t}= α\_{0}$ $+$ $β\_{1}LnGDP\_{t}$ $+$ $β\_{2}LnERR\_{t}$ $+$ $β\_{3}LnPOP\_{t}$ $+$ $β\_{4}LnED\_{t}+$ $ β\_{5}LnPE\_{t}$ $+$ $β\_{6}LnPROD\_{t}$ $+$ $ε\_{t}$

Keterangan:

|  |  |
| --- | --- |
| $$LnEQ\_{t}$$ | = *Export quantity* bawang merah Indonesia. |
| $$LnGDP\_{t}$$ | = *GrossmDomestic Product riil* (produk domestik bruto riil) negara tujuan utama. |
| $$LnERR\_{t}$$ | = *Exchangemrate riil* (nilai tukar riil)terhadap negara tujuan utama. |
| $$LnPOP\_{t}$$LnEDt | = *Population* (populasi) negara tujuan utama.= *Economicddistance* (Jarak ekonomi) Indonesia terhadap negara tujuan utama. |
| $$LnPE\_{t}$$LnPRODt | = *The pricemof the export* (harga ekspor)bawang merah Indonesia= *Production quantity* bawang merah Indonesia. |
| $$α\_{0}$$ | = *Intercept* (konstanta) |
| $$β\_{1, 2,3,4,5}$$t$$ε$$ | = Parameter yang diduga (*GDPmriil*, *exchange rate riil*, *population*,e*economic distance*, dan *the price of the export*)= Indeks waktu (2007-2021)= *errorr* |

###### hasil dan pembahasan

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

Kebutuhan suatu negara terhadap suatu komoditas terkadang tidak mampu dipenuhi daripproduksi dalam negeri yang disebabkan oleh berbagai hal. Kurang efisiennya pemenuhan kebutuhan jika diproduksi di dalamnnegeri mendorong suatu negara lebih memilihhuntuk melakukan impor kebutuhan atas komoditas yang kurang efisien tersebut dibandingkannmemproduksi sendiri. 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 antarnnegara 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 2.

Tabel 2 Hasilaanalisis 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: dataadiolah (2023)

Berdasarkannhasil analisissRCA pada tabel 10 menunjukkan bahwaarata-rata nilai RCA empat negara eksportir utama tahun 2007-2021 yaitu Indonesia, Cina, India, dan Pakistannmemiliki 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 Pakistannmemiliki keunggulan komparatif pada komoditas bawanggmerah di Thailand.

Dari hasil analisis RCA yang telah dilakukanddapat di simpulkan bahwa secara umum komoditas bawang merah Indonesia menempati posisi kedua terbesar setelah Indiaadi negara importir utama Thailand dan posisi ketiga di Vietnam. Hal ini menunjukkannbahwa Indonesiaahanya memiliki dayaasaing yangmkuat di pasar importir utama Thailand dan Vietnam dengan nilai rata-rata RCA 6,901 dan 1,453 namunntidak memiliki daya saing di pasar importir utama Singapura dan Malaysia. Menurut (Milla et al., 2023) menjelaskan bahwa perdagangan bawang merah Indonesia belum dapattberdaya saing secara dinamis di pasar negara-negara ASEAN hanya dinamis di Thailand dan Vietnam karena tentunya masih ada persaingan antar negara ASEAN tersebut dan masih menemui kendala dalam bersaing untuk menjual produk pertaniannya.

**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 3 Rata-rata hasil EPD dalam tiga periode komoditas bawang merah Indonesiaadi empat negaraaimportir utamaatahun 2007-2021

|  |  |
| --- | --- |
| Negara | Periode Tahun |
| 2007-2015 | 2016-2018 | 2019-2021 |
| Thailand | *Risingsstar* | *Fallingsstar* | *Retreat* |
| Singapura | *Losttopportunity* | *Fallingsstar* | *Retreatt* |
| Malaysia | *Risingsstar* | *Risingsstar* | *Risingsstar* |
| Vietnam | *Fallingsstar* | *Lostoopportunity* | *Risingsstar* |

Sumber: data diolah (2023)

Secara keseluruhan perdagangan komoditas bawang merah Indonesia memiliki keunggulannkompetitif dengan menempati posisi rising star pada setiap periode yaitu hanya di negara importir utama Malaysia. Negara Malaysia menjadi salah satu importir bawanggmerah terbesar di dunia pada tahun 2015-2019 dengan menempati posisi ke tiga dengan rata-rata nilai imporrsebesar US$ 224,86 juta yang salah satu eksportirnya adalah Indonesia (Pusdatin, 2020). Sejak Indonesiaamulai melakukan ekspor bawang merah, Malaysia sudahhmenjadi pasar tujuan utama ekspor bawang merah Indonesia mengingat Indonesia dan Malaysia merupakan bangsa serumpun. Perdagangan lintas batas antardua negara, terutamaaantara Indonesia dan Malaysiamselama ini mengacu pada aturan Bilateral Agreement yang diatur padaaBorder Crossing Agreement (BCA) dan Border Trade Agreement (BTA) (Sulaiman et al., 2018). Penetrasi pasar bawang merah Indonesiaadi Malaysia pada tahun 2015-2019 sekitar 4 persen dan terus meningkat hingga 7,9 persen pada tahun 2021 (Pusdatin, 2022).

Tabel 4 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 | *Risingsstar* | *Risingsstar* | *Risingsstar* |
| Singapura | *Lostoopportunity* | *Lostoopportunity* | *Risingsstar* |
| Malaysia | *Lostoopportunity* | *Lost opportunity* | *Risingsstar* |
| Vietnam | *Risingsstar* | *Rising star* | *Falling star* |

Sumber: data diolah (2023)

Jika dilihat dari perhitungan rata-rata EPD tigaanegara eksportir bawanggmerah yang merupakan negara pesaing Indonesia di empat negara importir utama tahun 2007-2021 didapatkan hasil bahwa Cina berada pada posisi pasarryang 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 bawanggmerah 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 bawangamerah 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 hargaabawang merah dari negara lain. Sedangkan pada negara Vietnam juga membuka diri terhadap perdagangan internasional meskipun Vietnam merupakan negara komunis, karena kebijakan dari liberalisasi perdagangan yang memungkinkan untuk melakukan pengeboman pasar termasuk impor ilegal sehingga tujuan Vietnam untuk meningkatkan pertumbuhan ekonominya berada pada tingkat yang lebih tinggi dibandingkannThailand dalam 13 tahun ke depan (Boossabong & Taylor, 2009).

Komoditas bawanggmerah Pakistan menempati posisi yang ideal atau posisi *rising star* di tiga negara importir utama yaituudi Thailand, Singapura, dan Malaysia namunntidak di Vietnam. Pakistannmenjadi salah satu produsen bawanggmerah 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 salahhsatu negara yang paling kompleks di dunia mengalahkan Pakistannyang tetap menjadi salah satu negara yang paling tidak rumit (Khizar & Sattar, 2023)

**X-Model Potential Export**

Menggunakan metode X-Model ini, hasilmanalisis dayaasaing yang diteliti menjadi lebih komprehensif karenaamelihat daya saing komoditass bawanggmerah Indonesia dariddua sisi sekaligus yaitu dari sisi RCA dan EPD.

Tabel 5 Hasilaanalisis X-Model bawang merah Indonesia di negara importir utama tahun 2007-2021

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Negara Importir | RCA | EPD | X-Model |
| Thailand | 6,901 | *Risingsstar* | Pasar optimiss |
| Singapura | 0,748 | *Retreatt* | Pasar kurang potensial  |
| Malaysia | 0,096 | *Lost Opportunity* | Pasar kurang potensial |
| Vietnam | 1,453 | *Retreat* | Pasar kurang potensial |

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis X-Model, ekspor komoditas bawanggmerah Indonesia memiliki potensimpengembangan pasar optimisddi pasar Thailand saja karena di pasarrThailand komoditas bawanggmerah berdayaasaing kuat dan berada pada posisi *rising star*. Di negara Singapura dan Malaysiaeekspor komoditas bawang merah memiliki potensi pengembangan pasarryang kurang potensial karena komoditas bawanggmerah tidak memiliki dayaasaing komparatif dan berada pada posisi retreat dan *Lost opportunity*, begitu juga dengan potensi pengembangan bawang 8 merah di Vietnam. Komoditas bawang merahhdi negara Vietnam memiliki potensi pengembangan pasarryang kurang potensial sebab meskipun komoditas bawang merah berdaya saing secara komparatif, namunkkomoditas ini berada pada posisi *retreat*.

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

Penggunaan *gravity* model dengan pendekatan 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 bawanggmerah Indonesia adalah GDP riil negara tujuan, nilai tukar, populasi, jarak ekonomi, harga ekspor dan jumlah produksi bawanggmerah Indonesia.

Tabel 6 Hasilrregresi data panel faktor-faktorryang mempengaruhivvolume ekspor bawang merah Indonesiaa

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Coefficient | t-statisticc | 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-Squaredd | 0,702 |  |  |
| AdjusteddR-Squaredd | 0,661 |  |  |
| Probb(F-Statistic)0 | 0,000 |  |  |

Sumber: data diolah (2023)

Keterangan: \*Signifikannpada tarafnnyata 1%, \*\*\*signifikan pada tarafnnyata 10%

Hasil analisismregresi data panel menunjukkannbahwa 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 Indonesiaapada taraf nyata 1% dan 10%. Variabel jarak ekonomi (ED) menjadi satu-satunyaavariabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor bawanggmerah Indonesia. Nilai R-Squared (R2) dari hasil persamaan regresi sebesar 0,702 artinya, variabel-variabel independen dalam model persamaan mampu menjelaskan variabel volume ekspor bawanggmerah Indonesia ke negara importir utama sebesar 70,2% dan sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

GDP riil negara importir utama bawang merah Indonesia (GDP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia pada taraf nyata 1%. Nilai koefisien variabel GDP riil negara importir utama adalah 7,98 yang artinya Ketika GDP riil negara importir utama naik sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan volume ekspor bawang merah sebesar 7,98% dengan asumsi *cateris 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

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 *cateris paribus*. (Pinem *et al.* 2022) yang menyatakan bahwa nilai tukar atau kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor kubis di Sumatera Utara Indonesia.

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 *cateris 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 Indonesia (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 sebesar 1% justru akan menurunkan volume ekspor bawang merah Indonesia ke negara importir utama sebesar 2,51%. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa jumlah produksi bawang merah Indonesia berpengaruh positif terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia. Jumlah produksi bawang merah Indonesia yang berpengaruh negatif terhadap volume ekspor bawang merah Indonesia disebabkan oleh kebijakan negara-negara importir utama maupun kerjasama yang dilakukan antar negara tersebut.

###### 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 yang berbeda-beda pada setiap periode. Indonesia menempati posisi pasar yang ideal di Thailand dan Malaysia pada periode tahun 2007-2015, pada periode tahun 2016-2018 Indonesia menempati posisi pasar yang ideal hanya di Malaysia, dan pada periode tahun 2019-2021 di Malaysia dan Vietnam. Secara keseluruhan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi di pasar importir utama Malaysia pada setiap periode ekonomi. Pengembangan pasar bawang merah Indonesia hanya optimis di pasar negara Thailand.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor bawang Indonesia ke negara ASEAN secara signifikan yaitu GDP riil, nilai tukar, populasi, harga ekspor dan jumlah produksi bawang merah Indonesia

###### 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

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

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>

Hanafi, R. U., & Tinaprilla, N. (2017). daya saing komoditas kakao Indonesia di perdagangan internasional. *Forum Agribisnis*, *7*(1), 1–20. https://doi.org/10.29244/fagb.7.1.1-20

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 RL, 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/10.17358/JMA.12.3.226.

Maygirtasari, T., Edy, Y., & Mawardi, M. K. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor crude palm oil (CPO) Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *25*(2), 1–8. Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Milla, A., Andayani, S., Sandoro, N., Yunus, M., & Mitra, Y. (2023). Keunggulan komparatif dan kompetitif usahatani bawang merah berbasis wilayah dan musim. *Agromix*, *14*(1), 20–27. https://doi.org/org/10.35891/agx.v13i2.3320

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>

Pinem ER, Supriana T, Ayu SF. 2022. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kubis dari Provinsi Sumatera Utara, Indonesia ke Malaysia. *Agricultural Journal*. 5(3):552–558. htpps://doi.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>

Rambe KR, Malau LRE. 2023. Tingkat daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi aliran perdagangan kayu manis Indonesia. *Agromix*. 14(1):28–38. <https://doi.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/10.18196/agr.4267.

Simanjuntak, P. T. H., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2017). *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia*. Universitas Brawijaya.

Sulaiman, A., Subagyono, K., Hermanto, Suwandi, Sayaka, B., Kustiari, R., Dermoredjo, S., Sinuraya, J., Santoso, P., & Bahar, F. (2018). *Perdagangan Internasional Komoditas Pangan Strategis* (Sudaryanto Tahlim & Yulianto, Eds.; 1st ed.). IAARD PRESS Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. ppid.pertanian.go.id

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