

Analisis Daya Saing Ekspor Lada dan Vanili Indonesia di Pasar Jerman Melalui Analisis Benchmarking

Khalishah Nashirah Mardhotilla¹⁾

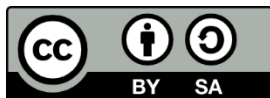
¹⁾ Universitas Padjadjaran

corresponding authors: kalisanasirah@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata Kunci: *Daya Saing Ekspor, Lada, Vanili, Pasar Jerman, Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), Benchmarking.*

Keywords: *Export Competitiveness, Pepper, Vanilla, German Market, Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), Benchmarking.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing komoditas lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman periode tahun 2020 - 2024 . Negara pesaing lada adalah Vietnam dan Brasil, sedangkan vanili meliputi Madagaskar dan Prancis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan indikator RCA, RSCA, dan EPD. Hasil menunjukkan daya saing komparatif vanili Indonesia lebih rendah dibandingkan pesaing, sementara berdasarkan EPD, lada dan vanili berada pada posisi Lost Opportunity, yaitu pertumbuhan ekspor lebih lambat dibandingkan permintaan pasar. Temuan ini menegaskan perlunya peningkatan kualitas, efisiensi, dan akses pasar untuk memperkuat daya saing ekspor Indonesia di pasar Jerman melalui metode analisis kualitatif *Benchmarking* dengan negara pesaing.

ABSTRACT

This study aims to analyse the competitiveness of Indonesian pepper and vanilla in the German market for the period 2020–2024. The main competitors for pepper are Vietnam and Brazil, whilst for vanilla they include Madagascar and France. This study employs a quantitative approach using RCA, RSCA and EPD indicators. The results indicate that the comparative competitiveness of Indonesian vanilla is lower than that of its competitors, whilst according to the EPD, both pepper and vanilla are in the ‘Lost Opportunity’ category, meaning that export growth is slower than market demand. These findings underscore the need to improve quality, efficiency, and market access to strengthen the competitiveness of Indonesian exports in the German market through qualitative benchmarking analysis with competing countries.

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional, khususnya aktivitas ekspor, merupakan salah satu faktor strategis yang berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi pada suatu negara, seperti Indonesia (Suhartini et al., 2021). Komoditas rempah-rempah Indonesia yang bagian dari sub sektor perkebunan menjadi komoditas unggulan yang mempunyai peluang besar di pasar internasional, mengingat Indonesia termasuk sebagai salah satu negara produsen rempah-rempah, Indonesia mempunyai kesempatan yang cukup besar sebagai eksportir rempah dunia (Anggrasari et al., 2021). Indonesia merupakan salah satu produsen utama rempah dunia dan termasuk dalam lima besar produsen untuk beberapa komoditas, seperti lada dan vanili (Anggrasari et al., 2021).

Tabel 1. Pertumbuhan Nilai Impor Lada Kode HS 0904 Tahun 2020 - 2024 di Dunia (Ribuan USD)

Importir	2020	2021	2022	2023	2024
USA	647,832	846,231	979,179	888,458	1,153,048
China	452,791	567,786	390,953	436,115	554,102
India	90,162	180,329	210,304	178,640	282,017
Jerman	182,732	231,788	236,858	201,521	274,874
Thailand	211,746	228,943	250,350	260,938	262,761

Sumber : *trademap.org* (2025)

Tabel 2. Pertumbuhan Nilai Impor Vanili Kode HS 0905 Tahun 2020 - 2024 di Dunia (Ribuan USD)

Importir	2020	2021	2022	2023	2024
USA	375,264	323,927	350,745	194,352	134,783
Prancis	136,418	196,223	231,255	132,244	119,361
Jerman	102,446	98,963	81,150	50,215	38,346
Kanada	36,429	70,338	72,904	24,396	23,998
Belanda	43,105	56,239	40,926	39,776	20,470

Sumber : *trademap.org* (2025)

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2, Jerman merupakan negara yang termasuk dalam lima besar importir komoditas lada dan vanili dunia. Selama periode 2020–2024, rata-rata permintaan impor komoditas lada Jerman mencapai 213.225 ribu USD dan vanili sebesar 74.224 ribu USD. Data dari *trademap.org* (2025) Jerman menempati peringkat ketujuh sebagai negara tujuan ekspor lada Indonesia dan peringkat ketiga sebagai tujuan ekspor vanili Indonesia. Nilai ekspor lada dan vanili Indonesia ke Jerman masih relatif lebih rendah dibandingkan negara tujuan utama lainnya, sehingga menunjukkan adanya peluang dan potensi yang besar bagi Indonesia untuk meningkatkan ekspor komoditas lada dan vanili ke pasar Jerman.

Tabel 3 Potensi Ekspor Lada Kode HS 0904 dan Vanili kode HS 0905 ke Jerman (Jutaan USD / Ribuan USD)

Kode HS	Komoditas	Export Potential	Actual Export	Unrealized Export
090411	Lada dihancurkan	499k	197k	302k
090412	Lada tidak dihancurkan	13m	7.5m	5.9m
0905	Vanili	4.3m	3.1m	1.2m

Sumber : *exportpotential.org* (2025)

Berdasarkan Tabel 3, Indonesia masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan ekspor komoditas lada dan vanili ke pasar Jerman. Peluang ekspor terbesar

terdapat pada komoditas lada tidak dihancurkan dengan nilai mencapai 5,9 juta USD, diikuti oleh komoditas vanili sebesar 1,2 juta USD dan lada dihancurkan sebesar 302 ribu USD. Selain itu, Jerman menerapkan fasilitas *Generalized System of Preferences* (GSP) yang memberikan keringanan tarif bea masuk bagi negara berkembang, termasuk Indonesia, sehingga semakin memperkuat potensi ekspor komoditas lada dan vanili Indonesia ke pasar Jerman (Laksani et al., 2017).

Tabel 4 Tarif *Most Favourable Nations* (MFN) dan Tarif Preferensi Komoditas Lada dan Vanili ke Negara Jerman

Kode HS	Komoditas	Tarif MFN	Tarif Preferensial (negara GSP)
090411	Lada dihancurkan	0%	-
090412	Lada tidak dihancurkan	4%	0%
090510	Vanili dihancurkan	6%	2.10%
090520	Vanili tidak dihancurkan	6%	2.10%

Sumber : *macmap.org* (2025)

Berdasarkan Tabel 4, Indonesia memperoleh tarif preferensi ekspor ke Jerman melalui fasilitas *Generalized System of Preferences* dari Uni Eropa, yang lebih rendah dibandingkan tarif *Most Favored Nation*. Selain itu Jerman merupakan anggota Uni Eropa yang bergabung dalam perjanjian *Indonesia-European Union Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IEU-CEPA), dimana melalui perjanjian ini diharapkan mampu menciptakan peluang besar dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia, seiring dengan rencana penghapusan lebih dari 98% tarif, sehingga komoditas unggulan nasional menjadi semakin kompetitif di pasar Eropa (Limanseto, 2025).

Jerman merupakan salah satu importir produk pertanian pangan terbesar di Uni Eropa dengan standar kualitas tinggi, namun pemanfaatan potensi ekspor Indonesia ke pasar ini masih terbatas, dikarenakan besar impor pertanian Jerman berasal dari Brasil, Turki, China, Amerika Serikat, dan Thailand (Rinaldi B, 2023). Oleh sebab itu, upaya peningkatan daya saing komoditas ekspor menjadi hal yang penting dalam mendorong peningkatan kinerja ekspor (Balqis & Yanuar, 2021). Oleh karena itu, analisis keunggulan komparatif dan kompetitif diperlukan untuk mengidentifikasi potensi dan peluang pengembangan ekspor Indonesia di pasar Jerman.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat keunggulan daya saing komparatif dan kompetitif komoditas lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman serta bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing komoditas tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis keunggulan daya saing komparatif dan kompetitif komoditas lada dan vanili Indonesia di negara Jerman, serta merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing komoditas lada dan vanili Indonesia agar mampu bersaing dan memperluas pangsa pasar di pasar Jerman.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, pendekatan kuantitatif diarahkan pada pengumpulan serta analisis data numerik untuk mengukur tingkat daya saing dan

posisi pasar komoditas yang menjadi objek penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat daya saing lada dan vanili Indonesia, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis serta mengidentifikasi faktor dan tantangan yang memengaruhi daya saing.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari portal *trademap.org* (Agustus, 2025) dengan periode data tahun 2020 – 2024 untuk mengukur daya saing ekspor Indonesia, serta menggunakan metode *literature study*, yang bersumber dari laporan, jurnal, buku serta artikel yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dan tantangan komoditas vanili dan Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* dan *Revealed Comparative Symmetric Advantage* untuk mengukur keunggulan komparatif komoditas lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman, serta *Export Product Dynamics* untuk menganalisis daya saing kompetitif berdasarkan dinamika pertumbuhan ekspor dan pangsa pasar. Berikut merupakan rumus dari perhitungan RCA, RSCA, dan EPD :

1. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

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

Keterangan :

X_{ij} : Nilai ekspor komoditas lada dan vanili Indonesia ke negara Jerman

X_{it} : Nilai total ekspor Indonesia ke negara Jerman

W_j : Nilai ekspor komoditas lada dan vanili dunia negara Jerman

W_t : Nilai total ekspor dunia ke negara Jerman

2. *Revealed Comparative Symmetric Advantage* (RCSA)

$$RSCA_{ij} = \frac{RSCA_{ij} - 1}{RSCA_{ij} + 1}$$

Keterangan :

1. Setiap nilai RCA yang diperoleh dikurangi dengan angka satu (RCA – 1).

2. Setiap nilai RCA yang diperoleh ditambah dengan angka satu (RCA + 1).

3. *Export Product Dynamics* (EPD)

Sumbu x : pertumbuhan kekuatan bisnis

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Sumbu y : pertumbuhan daya tarik pasar

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

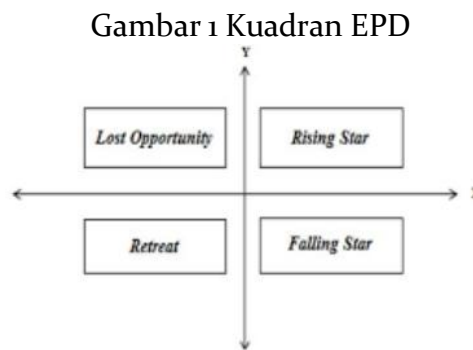
Keterangan :

X_{ij} : Nilai dari ekspor lada dan vanili Indonesia ke negara Jerman

W_{ij} : Nilai ekspor lada dan vanila dunia ke negara Jerman

Xt : Nilai total ekspor Indonesia ke negara Jerman
 Wt : Nilai total ekspor dunia ke negara Jerman
 T : Jumlah tahun analisis

Hasil dari perhitungan ini dipetakan dalam empat kuadran EPD:



Selanjutnya, analisis *benchmarking* digunakan untuk membandingkan kinerja dan daya saing Indonesia dengan negara pesaing serta merumuskan strategi peningkatan daya saing ekspor lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Negara pembanding daya saing komoditas lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman adalah Vietnam dan Brasil untuk komoditas lada, serta Prancis dan Madagaskar untuk komoditas vanili. Pemilihan negara pesaing tersebut didasarkan pada data trademap.org (2025) yang menunjukkan bahwa pangsa pasar ekspor lada Vietnam dan Brasil ke Jerman lebih besar dibandingkan Indonesia, demikian pula pangsa pasar vanili Madagaskar dan Prancis yang lebih dominan di pasar Jerman. Berdasarkan data trademap (2025), rata-rata pangsa pasar ekspor lada ke Jerman selama periode 2020–2024 didominasi oleh Vietnam sebesar 25,26% dan Brasil sebesar 17,61%, sementara Indonesia hanya sebesar 4,36%. Pada komoditas vanili, pangsa pasar ekspor ke Jerman dikuasai oleh Madagaskar sebesar 74,26% dan Prancis sebesar 5,82%, sedangkan Indonesia memiliki pangsa pasar sebesar 3,87%.

Tabel 5 Kesimpulan Analisis Perbandingan Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Lada dan Vanili Indonesia dengan Pesaingnya Periode tahun 2020 – 2024

Komoditas	RCA Indonesia	RCA Pesaing 1	RCA Pesaing 2	RSCA Indonesia	RSCA Pesaing 1	RSCA Pesaing 2	Posisi Pasar Indonesia	Posisi Pasar Pesaing 1	Posisi Pasar Pesaing 2	Kesimpulan
Lada Dihancurkan	3,81	37,55	32,66	0,536	0,946	0,927	Lost Opportunity	Rising Star	Rising Star	Rekomendasi
Lada Tidak Dihancurkan	24,77	43,78	44,83	0,921	0,955	0,949	Lost Opportunity	Rising Star	Lost Opportunity	Sangat direkomendasi
Vanili Dihancurkan	2,84	3539,86	5,56	-0,184	0,9994	0,6667	Lost Opportunity	Retreat	Falling Star	Kurang direkomendasikan
Vanili Tidak Dihancurkan	13,88	5869,20	0,05	0,831	0,9996	-0,9118	Lost Opportunity	Retreat	Falling Star	Rekomendasi

Sumber: trademap.org, diolah (2025)

Keterangan :

- Lada : Pesaing 1 Vietnam, Pesaing 2 Brazil
- Vanili : Pesaing 1 Madagaskar, Pesaing 2 Prancis

Berdasarkan data pada tabel 5 dapat disimpulkan, bahwa pada komoditas lada dihancurkan menunjukkan nilai RCA lebih dari satu RSCA yang positif sehingga daya saing komparatif Indonesia cukup baik. Namun, jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Vietnam dan Brazil daya saing komparatif Indonesia masih jauh di bawah pesaing. Selain itu posisi pasar Indonesia berada pada kategori *Lost Opportunity*, yang menunjukkan bahwa Indonesia masih mempunyai peluang pasar atau permintaan impor di Jerman namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Sehingga lada dihancurkan Indonesia di rekomendasikan untuk di ekspor ke Jerman namun diperlukan strategi peningkatan daya saing untuk mampu bersaing dengan negara pesaing.

Komoditas lada tidak dihancurkan Indonesia memiliki nilai RCA dan RSCA yang tinggi, yang menunjukkan keunggulan komparatif yang kuat dan dapat bersaing dengan negara pesaing Vietnam dan Madagaskar. Meskipun begitu, posisi pasar Indonesia berada pada kategori *Lost Opportunity*, kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara kapasitas penawaran ekspor Indonesia dengan pertumbuhan permintaan pasar, oleh karena itu, lada dihancurkan masih memiliki potensi untuk dikembangkan, namun memerlukan peningkatan daya saing agar mampu bersaing dengan negara pesaing.

Pada komoditas vanili dihancurkan nilai RSCA yang dimiliki Indonesia menunjukkan nilai negatif, sehingga hal ini menunjukkan tidak adanya keunggulan komparatif. Selain itu, posisi pasar Indonesia berada pada kategori *Lost Opportunity*, yang menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki peluang pasar atau permintaan impor di Jerman namun belum dimanfaatkan secara maksimal, posisi ini masih lebih baik dibandingkan Madagaskar yang berada di posisi *Retreat* dan Prancis berada di posisi *Falling Star*. Berdasarkan hasil komparatif dan kompetitif tersebut menunjukkan bahwa meskipun permintaan pasar masih tersedia, keterbatasan daya saing komparatif menyebabkan Indonesia belum mampu merespons peluang pasar tersebut secara efektif. Oleh karena itu, komoditas ini kurang direkomendasikan untuk ekspor dalam kondisi saat ini karena keterbatasan daya saing yang dimiliki.

Sementara itu pada komoditas vanili tidak dihancurkan memiliki nilai RCA dan RSCA yang positif, yang menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang baik. Selain itu, posisi pasar Indonesia berada pada kategori *Lost Opportunity*, yang menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki peluang pasar atau permintaan impor di Jerman namun belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh sebab itu, komoditas vanili tidak dihancurkan di rekomendasikan untuk di ekspor ke Jerman namun diperlukan strategi peningkatan daya saing agar mampu bersaing dengan negara pesaing lainnya.

Berdasarkan tabel 5 Vietnam sebagai pesaing pertama lada dihancurkan dan lada tidak dihancurkan memiliki keunggulan daya saing komparatif dan kompetitif yang paling kuat di pasar Jerman dibandingkan Indonesia dan Brazil. Sedangkan Madagaskar sebagai pesaing pertama vanili dihancurkan dan vanili tidak dihancurkan memiliki keunggulan daya saing komparatif yang paling kuat di pasar Jerman dibandingkan Indonesia dan Prancis. Namun, keunggulan kompetitif vanili dihancurkan dan vanili tidak dihancurkan Indonesia memiliki posisi yang paling kuat di pasar Jerman yaitu di *Lost Opportunity* jika dibandingkan dengan Madagaskar dan Prancis. Namun sebenarnya, posisi tersebut juga tidak cukup bagus karena Indonesia berpotensi kehilangan pasar Vanili di Jerman apabila tidak diikuti dengan peningkatan daya saing yang signifikan..

Oleh karena itu dalam penelitian ini, untuk meningkatkan daya saing komparatif lada akan dibandingkan dengan Vietnam dan vanili akan dibandingkan dengan Madagaskar. Sedangkan untuk meningkatkan daya saing kompetitif lada dan vanili Indonesia akan dibandingkan dengan Vietnam.

Tantangan Yang Dihadapi Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor

Pada komoditas lada luasan tanah yang dimiliki Indonesia secara umum pada tahun 2024 adalah seluas 163.629 hektare dengan hasil produksi panen lada sebesar 62.625 ton (Antara, 2025). Produktivitas yang relatif rendah dibandingkan negara pesaing Vietnam didukung dengan daya saing komparatif (RCA) Indonesia yang lebih rendah, Vietnam memiliki luas lahan lada sekitar 107.392 hektar, lebih kecil dibandingkan Indonesia, namun mampu mencapai produktivitas tinggi sebesar 2.446 kg per hektar, sehingga total produksinya sekitar tiga kali lebih besar daripada produksi lada Indonesia (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2024). Penurunan produktivitas lada Indonesia disebabkan oleh serangan hama dan penyakit serta kurangnya pemeliharaan tanaman akibat peralihan perhatian petani ke komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2024).

Tingginya produksi lada Vietnam didukung oleh etos kerja petani yang kuat serta sistem irigasi yang lebih maju, sehingga pemanfaatan lahan dapat dilakukan secara lebih optimal (Deny, 2017). Di Indonesia, keterbatasan dan mahalnya infrastruktur irigasi menyebabkan kesulitan pasokan air, terutama pada musim kemarau, sehingga meningkatkan biaya produksi dan menekan produktivitas (Biopsagrotekno, 2022). Kondisi tersebut juga sejalan dengan hasil Export Product Dynamics (EPD) yang menempatkan Indonesia pada posisi *lost opportunity*, yang menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor belum mampu mengikuti dinamika permintaan pasar. Faktor logistik dan kelembagaan menjadi salah satu penyebabnya, di mana Vietnam memiliki kinerja logistik yang lebih baik dengan nilai Logistic Performance Index sebesar 3,3 dibandingkan Indonesia sebesar 3,0 (Sari, 2025). Rendahnya kinerja logistik Indonesia berkaitan dengan keterbatasan kualitas layanan, ketepatan waktu, serta sistem pelacakan (Ramli & Ika, 2023).

Kondisi geografis Indonesia yang luas dan berbentuk kepulauan menyebabkan biaya logistik relatif lebih tinggi dibandingkan Vietnam yang memiliki wilayah lebih kompak (Dovana Hasiana, 2023). Kompleksitas geografis tersebut menjadi tantangan dalam pembangunan konektivitas antardaerah, sehingga peningkatan daya saing logistik Indonesia lebih sulit dibandingkan negara dengan kondisi geografis yang lebih sederhana (Dovana Hasiana, 2023). Selain itu, kuatnya daya saing kompetitif lada Vietnam didukung oleh pemenuhan standar kualitas dan kepatuhan melalui sertifikasi internasional seperti ISO 22000, Hazard Analysis and Critical Control Points, serta sertifikasi organik yang meningkatkan kepercayaan pasar Jerman dan internasional (Rupprecht et al., 2020). Di Indonesia, penerapan sertifikasi seperti ISO masih menghadapi kendala berupa kompleksitas pedoman, keterbatasan waktu dan keahlian sumber daya manusia, serta keterbatasan dana. Biaya sertifikasi ISO 22000 yang relatif tinggi, berkisar antara Rp24–26 juta, turut menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam memenuhi standar kualitas internasional (Legalyn, 2024)

Berdasarkan laporan dari Food and Agriculture Organization (FAO) pada tahun 2021 produksi vanili Indonesia secara keseluruhan sebesar 1.456,09 ton sedangkan pada negara pesaingnya yaitu Madagaskar menjadi negara dengan produksi tertinggi, yaitu sebesar 3.070,63 ton (Triana, 2023). Perbedaan tingkat produksi dan produktivitas ini mencerminkan bahwa nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) vanili Indonesia masih belum optimal dibandingkan negara pesaing, sehingga keunggulan komparatif yang dimiliki relatif lebih rendah. Rendahnya produktivitas vanili Indonesia dipengaruhi oleh kondisi lahan, teknik budidaya, varietas tanaman, serta serangan hama dan penyakit yang dapat menurunkan produksi hingga 30–80 persen (Badan Riset dan Inovasi Nasional, n.d.). Selain itu, ketidakstabilan pasokan akibat perubahan iklim dan gangguan hama turut menghambat produktivitas vanili di Indonesia (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2024).

Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan, keterbatasan penguasaan teknik budidaya vanili, mulai dari persiapan tanam, pengolahan lahan, hingga pemilihan benih, 90 | ANDALAN: Journal of Economics and Business, Vol.01, No.01 2025: 84-93

menyebabkan jumlah pekebun vanili di Indonesia masih relatif sedikit (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2024). Kondisi ini berdampak pada kinerja ekspor vanili Indonesia yang belum mampu mengikuti pertumbuhan permintaan pasar, sebagaimana tercermin dalam posisi Export Product Dynamics (EPD) yang berada pada kategori *lost opportunity*. Madagaskar meningkatkan kualitas vanili melalui penerapan teknik fermentasi yang berperan penting dalam menentukan aroma dan mutu akhir produk (Indonesiana, 2025). Penerapan teknik serupa di Indonesia masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pengetahuan dan pelatihan, kemampuan finansial, serta kebutuhan perubahan dalam praktik budidaya dan perawatan tanaman (Indonesiana, 2025)

Rekomendasi Strategi Meningkatkan Lada dan Vanili di Pasar Jerman

Berdasarkan hasil analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Export Product Dynamics (EPD) yang menunjukkan bahwa daya saing komparatif Indonesia masih relatif lebih rendah dibandingkan negara pesaing serta posisi pasar berada pada kategori *lost opportunity*, maka diperlukan strategi yang berfokus pada peningkatan kualitas dan efisiensi ekspor melalui perbandingan dengan negara pesaing, yaitu:

1. Peningkatan kualitas dan produktivitas dikarenakan nilai RCA yang belum optimal mencerminkan bahwa keunggulan komparatif Indonesia masih perlu ditingkatkan. Upaya ini dapat dilakukan melalui perbaikan teknik budidaya, penggunaan benih unggul, serta peningkatan kualitas pasca panen (BPIKA, 2024).
2. Posisi *lost opportunity* pada analisis EPD mengindikasikan bahwa pertumbuhan ekspor Indonesia belum mampu mengikuti dinamika permintaan pasar. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya petani dan pelaku usaha, melalui peningkatan pengetahuan terkait budidaya, standar kualitas internasional, serta pemahaman terhadap preferensi pasar ekspor (Sari, 2025).
3. Perbaiki sistem logistik dan infrastruktur distribusi untuk menekan biaya ekspor dan meningkatkan efisiensi rantai pasok, mengingat aspek ini menjadi salah satu faktor pembeda daya saing dengan negara pesaing.

SIMPULAN

Komoditas lada dan vanili Indonesia memiliki potensi di pasar Jerman, namun tingkat daya saingnya masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara pesaing. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar komoditas memiliki keunggulan komparatif, namun posisi pasar berdasarkan berada pada kategori *lost opportunity*, yang menandakan bahwa pertumbuhan ekspor Indonesia belum mampu mengikuti perkembangan permintaan pasar. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh keterbatasan produktivitas dan kualitas, kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan logistik dan kebijakan yang belum optimal. Oleh karena itu, upaya peningkatan daya saing perlu difokuskan pada peningkatan kualitas produksi, penguatan kapasitas petani, serta pemenuhan standar internasional. Penelitian ini menghasilkan analisis mengenai keunggulan komparatif dan kompetitif untuk mengidentifikasi posisi daya saing serta memberikan arahan strategi dalam meningkatkan ekspor lada dan vanili Indonesia di pasar Jerman.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrasari, H., Perdana, P., & Mulyo, J. H. (2021). KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN KOMPETITIF REMPAH-REMPAH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL. *JURNAL AGRICA*, 14(1), 9–19.
- Antara. (2025). Kembalikan Kejayaan Lada, Kementan RI Fokus Perluas Perkebunan Rakyat. *Times Indonesia*.

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2024). Peneliti BRIN Kembangkan Varietas Unggul Vanili dengan Pengelolaan Benih Bersertifikat.
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2024). Periset BRIN Lakukan Upaya Guna Peningkatan Produksi Lada di Indonesia. *Badan Riset Dan Inovasi Nasional*.
- Balqis, P., & Yanuar, R. (2021). Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa. *Forum Agribisnis*, 11(2), 182–194.
- Biopsagrotekno. (2022). 4 Masalah Irigasi di Komoditas Buah dan Sayuran *Biopsagrotekno.Co.Id*.
- Deny, S. (2017). Produksi Lada RI Kalah Jauh dari Vietnam, Ini Sebabnya. *Liputan6.Com*.
- Dovana Hasiana. (2023). Biaya Logistik Indonesia Mahal Dibandingkan Negara ASEAN, Sri Mulyani: Geografis Kita Rumit. *SindoNews*.
- Export Potential Map. (2025). ITC. [Exportpotential.intracen.org](https://exportpotential.intracen.org/).
- International Trade Centre (ITC). (2025). Trade Map - Trade Statistics for International Business Development. [Trademap.org](https://www.trademap.org/Index.aspx).
- Indonesiana. (2025). Petani Vanili Papua Belajar Teknik Fermentasi dari Madagaskar. *Indonesia.or.Id*. <https://indonesiana.or.id/petani-vanili-papua-belajar-teknik-fermentasi-dari-madagaskar/>
- International Trade Centre (ITC). (2025). Trade Map - Trade Statistics for International Business Development. [Trademap.org](https://www.trademap.org/Index.aspx).
- Kholid, A. (2022). Vietnam Tumbuh Lewat Kredit, Indonesia Bisa Apa? *KabarBursa*. <https://www.kabarbursa.com/makro/vietnam-tumbuh-lewat-kredit-indonesia-bisa-apa>
- Laksani, D. D., Jati, K., Pengkajian, B., Perdagangan, P., & Perdagangan, K. (2017). ANALISIS HAMBATAN TARIF DAN NON TARIF SERTA PENGEMBANGAN PASAR EROPA PADA PRODUK PERIKANAN INDONESIA ANALYSIS OF TARIFF AND NON-TARIFF BARRIERS AND DEVELOPMENT OF EUROPEAN MARKET IN INDONESIAN FISHERY PRODUCTS. In *Jurnal Analis Kebijakan* | (Vol. 1, Number 2).
- Legalyn. (2024). 5 Kendala yang Sering Dihadapi untuk Meraih Sertifikat ISO. *Legalyn.Id*.
- Limanseto, H. (2025). Jalani Hampir Satu Dekade Perundingan, Indonesia-Uni Eropa Segera Tandatangani Kesepakatan IEU-CEPA. *Ekon.Go.Id*.
- Market Access Map. (2025). *Market Access Map: Improving transparency in international trade and market access*. <https://www.macmap.org/>
- Martin. (2025). *Pepper Steak with German Fried Potatoes*. <https://foodfromgermany.wordpress.com/2025/01/11/pepper-steak-with-german-fried-potatoes/#:~:text=Steak Lada dengan Kentang Goreng Jerman>
- Patone, C. D., Kumaat, R. J., Mandei, D., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). *ANALISIS DAYA SAING EKSPOR SAWIT INDONESIA KE NEGARA TUJUAN EKSPOR TIONGKOK DAN INDIA*.
- Ramli, R. R., & Ika, A. (2023). Sri Mulyani: Logistik Indonesia Kalah Kompetitif dengan Negara Tetangga dan Negara Berkembang. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2023/06/10/133240026/sri-mulyani-logistik-indonesia-kalah-kompetitif-dengan-negara-tetangga-dan>
- Rinaldi B. (2023, November 11). *Mau Ekspor Produk Pertanian ke Jerman? Simak Dulu Peluang Pasar dan Teknik Pemilihan Produk yang Tepat*. *Ukmindonesia.Id*.
- Rupprecht, Fujiiyoshi, McGreevy, & Tayasu. (2020). *The Main Certificates of The Food Industry*. Blog Destacado.
- Sari, F. L. (2025). Vietnam Raih Pertumbuhan Ekonomi 7,90%, Kenapa Indonesia

Tertinggal?

Katadata.Co.Id.

<https://katadata.co.id/finansial/makro/678611072dd4d/vietnam-raih-pertumbuhan-ekonomi-7-09-kenapa-indonesia-tertinggal>

Suhartini, N. A., Widi, R. H., Darusman, D., Agribisnis, J., Pertanian, F., & Siliwangi, U. (2021). *DAYA SAING PALA, LAWANG, DAN KAPULAGA INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL COMPETITIVENESS OF INDONESIAN NUTMEG, MACE, AND CARDAMOM IN THE INTERNATIONAL MARKET* (Vol. 3, Number 2).

Triana, M. (2023). *Serba-Serbi Si Emas Hijau: Vanili Indonesia yang Menggoda Pasar Internasional*. [https://pengelolahasil.brmp.pertanian.go.id/berita/serba-serbi-si-emas-hijau-vanili-indonesia-yang-menggoda-pasar-internasional#:~:text=Food and Agriculture Organization \(FAO,produksi sebanyak 609%2C57 ton](https://pengelolahasil.brmp.pertanian.go.id/berita/serba-serbi-si-emas-hijau-vanili-indonesia-yang-menggoda-pasar-internasional#:~:text=Food and Agriculture Organization (FAO,produksi sebanyak 609%2C57 ton).