

ABSTRAK

DAYA SAING PALA, LAWANG, DAN KAPULAGA INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Oleh

Nyimas Aliya Suhartini

175009053

Dosen Pembimbing :

Riantin Hikmah Widi

Dedi Darusman

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing pala, lawang, dan kapulaga Indonesia di pasar internasional dilihat dari posisi atau kecenderungan Indonesia sebagai importir atau eksportir, keunggulan komparatif Indonesia, dan spesialisasi ekspor Indonesia untuk komoditas pala, lawang, dan kapulaga (rempah HS 0908). Metode yang digunakan adalah studi kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder runtun waktu (*time series*) periode tahun 2004-2018. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari 2021 sampai dengan Agustus 2021. Analisis menggunakan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk menganalisis posisi atau kecenderungan negara Indonesia sebagai eksportir atau importir pada komoditas pala, lawang, dan kapulaga, *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif pala, lawang, dan kapulaga Indonesia, dan *Comparative Export Performance* (CEP) untuk menganalisis spesialisasi ekspor rempah HS 0908 Indonesia ke pasar internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rempah HS 0908 Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional. Hal tersebut dilihat dari kecenderungan Indonesia sebagai eksportir rempah HS 0908 dengan rata-rata nilai ISP 0,983. Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan rata-rata nilai RCA 21,597. Ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia pun sudah terspesialisasi dengan rata-rata nilai CEP 3,028. Indonesia menjadi negara dengan daya saing tertinggi kedua setelah Guatemala yang memiliki rata-rata nilai ISP 0,997, rata-rata nilai RCA 885,830, dan rata-rata nilai CEP 6,731. Posisi ketiga diduduki oleh India yang memiliki rata-rata nilai ISP 0,229, rata-rata nilai RCA 8,404, dan rata-rata nilai CEP 2,099. Sedangkan posisi keempat diduduki oleh Netherland yang memiliki rata-rata nilai ISP -0,026, rata-rata nilai RCA 1,872, dan rata-rata nilai CEP 0,583.

Kata Kunci : Rempah HS 0908, Daya Saing, Pasar Internasional

ABSTRACT

COMPETITIVENESS OF INDONESIAN NUTMEG, MACE, AND CARDAMOM IN INTERNATIONAL MARKETS

By

Nyimas Aliya Suhartini

175009053

Supervisor :

Riantin Hikmah Widi

Dedi Darusman

This research is intended to analyze the competitiveness of Indonesian nutmeg, mace, and cardamom in the international market judging by Indonesia's position as an importer or exporter, Indonesia's comparative advantages, and Indonesia's export specialization for nutmeg, mace, and cardamom commodities (Spice HS 0908). The method used is a case study. The data used is secondary data from the time series in the period 2004-2018. This research was conducted from January 2021 to August 2021. The analysis uses the Trade Specialization Index (ISP) to analyze the position or tendency of the Indonesian state as an exporter or importer of spice HS 0908, Revealed Comparative Advantage (RCA) to analyze the comparative advantages of Indonesian spice HS 0908, and Comparative Export Performance (CEP) to analyze the specialization of Indonesian spice HS 0908 exports to international markets. The results showed that Indonesian spice HS 0908 have competitiveness in the international market. This is seen from Indonesia's tendency as an exporter of spice HS 0908 with an average ISP value of 0.983. Indonesia has a comparative advantage with an average RCA value of 21,597. Indonesia's spice HS 0908 exports have also been specialized with an average CEP value of 3,028. Indonesia became the country with the second highest competitiveness after Guatemala which has an average ISP value of 0.997, an average RCA value of 885,830, and an average CEP value of 6,731. The third position is occupied by India which has an average ISP value of 0.229, an average RCA value of 8,404, and an average CEP value of 2,099. While the fourth position is occupied by Netherland which has an average ISP value of -0.026, an average RCA value of 1,872, and an average CEP value of 0.583.

Kata Kunci : Spice HS 0908, Competitiveness, International Markets