

Analisis Posisi Daya Saing Ekspor Kelapa Dalam Tempurung (Coconuts in Shell) di Pasar Internasional

Agusnawan Linu Ibrahim¹⁾, Nurulia Dimitha²⁾

^{1,2)} Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Aceh,
Jalan Muhammadiyah No 91, Batoh, Banda Aceh, Aceh, Indonesia.

Email: agusnawan.linu@unmuha.ac.id

Abstrak

Indonesia, sebagai produsen kelapa terbesar di dunia, menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing ekspor kelapa dalam tempurung (*coconuts in shell*) di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor kelapa dalam tempurung (*coconuts in shell*) Indonesia menggunakan data sekunder dengan kode HS 080112 dari tahun 2014 – 2023. Data diperoleh dari Trade Map dan FAOSTAT. Metode yang digunakan mencakup analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD). Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat dibandingkan pesaing seperti Thailand, Vietnam, dan India, terdapat penurunan nilai RCA yang signifikan dari tahun 2014 – 2023, menunjukkan melemahnya daya saing. Analisis EPD mengidentifikasi bahwa Indonesia cenderung berada pada posisi '*lost opportunity*', yang menandakan stagnasi dalam pertumbuhan ekspor, meskipun terdapat potensi pasar yang signifikan. Faktor internal seperti kapasitas produksi dan keterbatasan teknologi, serta faktor eksternal seperti fluktuasi nilai tukar dan permintaan global, dapat mempengaruhi kinerja ekspor. Sementara itu, pesaing utama Thailand dan India juga menghadapi tantangan serupa, dengan Thailand menunjukkan potensi daya saing yang meningkat. Penelitian ini menyarankan perlunya strategi untuk mengatasi tantangan internal dan eksternal guna meningkatkan daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar global.

Kata kunci: *Daya saing, Ekspor, Kelapa dalam tempurung*

Analysis of the Competitive Position of Exports of Coconuts in Shell in the International Market

Abstract

Indonesia as the largest coconut producer in the world, faces significant challenges in increasing the productivity and competitiveness of coconut in shell's exports (*coconuts in shell*) in the international market. This research aims to analyze the competitiveness of Indonesian coconut in shell's exports (*coconuts in shell*) using secondary data with HS code 080112 from 2014 – 2023. Data was obtained from Trade Map and FAOSTAT. The methods used include *Revealed Comparative Advantage* (RCA) analysis and *Export Product Dynamics* (EPD). The results of the RCA analysis show that although Indonesia has a strong comparative advantage compared to competitors such as Thailand, Vietnam and India, there is a significant decline in the RCA value from 2014 – 2023, indicating weakening competitiveness. EPD analysis identifies that Indonesia tends to be in a '*lost opportunity*' position, which indicates stagnation in export growth, even though there is significant market potential. Internal factors such as production capacity and technological limitations, as well as external factors such as exchange rate fluctuations and global demand, can influence export performance. Meanwhile, major competitors Thailand and India also face similar challenges, with Thailand showing potential for increased competitiveness. This research suggests the need for strategies to overcome internal and external challenges to increase the competitiveness of Indonesian coconut exports in the global market.

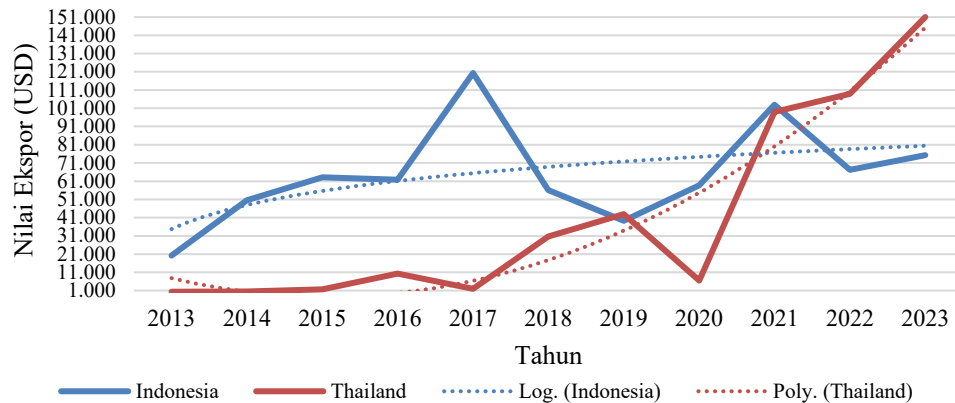
Keywords: *Coconuts in shell, Competitiveness, Exports*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di dunia, dengan produksi mencapai sekitar 18 juta ton per tahun. Di posisi kedua, Filipina menghasilkan sekitar 14 juta ton kelapa per tahun. India berada di urutan ketiga dengan produksi mencapai 12 juta ton per tahun. Brazil menyusul dengan produksi sekitar 2,7 juta ton per tahun. Sri Lanka melengkapi lima besar dengan produksi sekitar 2,2 juta ton per tahun. Negara-negara ini mendominasi industri kelapa global dengan kontribusi produksi yang signifikan (Alouw & Wulandari, 2020; FAO, 2022c). Selain sebagai produsen kelapa terbesar, Indonesia juga aktif mengeksport berbagai produk olahan yang dihasilkan dari pohon kelapa, seperti kopra, furnitur, sikat, dan aksesoris yang terbuat dari tempurung kelapa. Minyak kelapa, baik dalam bentuk mentah maupun olahan, merupakan salah satu produk ekspor utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (Heriyanto, 2019). Produk lain yang juga banyak diekspor adalah kelapa dalam tempurung, yang menjadi komoditas ekspor kedua terbesar setelah minyak kelapa (FAO, 2022a). Pada tahun 2022, Indonesia mencatatkan ekspor minyak kelapa sebanyak 707.752,04 ton, diikuti oleh kelapa dalam tempurung sebanyak 664.646,29 ton, kelapa kering sebanyak 110.455,25 ton, dan kopra sebesar 37.536,36 ton. Selain itu, kue dari kopra (cake of copra) juga menjadi produk turunan yang diekspor dalam jumlah signifikan, yaitu mencapai 317.824 ton. Hal ini menunjukkan besarnya potensi produk turunan kelapa Indonesia di pasar internasional.

Meskipun Indonesia menjadi produsen kelapa terbesar di dunia, produktivitasnya masih menghadapi berbagai tantangan. Kelapa sebagian besar masih dibudidayakan secara tradisional, dengan rata-rata produktivitas hanya 1,15 ton per hektar, jauh di bawah standar global yang mencapai 4,94 ton per hektar (Alouw & Wulandari, 2020; Heriyanto, 2019). Beberapa faktor utama yang memengaruhi rendahnya produktivitas ini termasuk dominasi tanaman kelapa yang sudah tua (lebih dari 30-40 tahun), belum optimalnya program peremajaan, dan minimnya intensifikasi budidaya. Selain itu, ketersediaan benih unggul dan pupuk yang terbatas, tingginya biaya panen, serta penurunan luas lahan sekitar 0,96% per tahun juga menjadi hambatan yang signifikan (Purba et al., 2021). Masalah lain termasuk kurangnya integrasi yang efektif antara pemerintah, petani, dan industri, serta belum adanya kebijakan nasional yang mendukung pengembangan kelapa, seperti Program Gerakan Nasional (Gernas) Kelapa dan pengaturan terkait bea keluar untuk kelapa butiran (Sehusman, 2023).

Dalam sepuluh tahun terakhir, nilai ekspor kelapa secara keseluruhan tidak mencapai target yang diharapkan, dengan penurunan rata-rata sebesar 0,20% per tahun dari tahun 2009-2019 ([Barantan] Badan Karantina Kementerian Pertanian, 2020). Meskipun terjadi fluktuasi pada periode 2020-2023, volume ekspor kelapa menunjukkan pertumbuhan positif rata-rata sebesar 3,53% per tahun (Purba et al., 2021). Hal ini menunjukkan adanya potensi pertumbuhan meskipun nilai ekspor belum stabil.



Gambar 1. Nilai ekspor kelapa dalam tempurung Indonesia vs Thailand
Sumber: (FAO, 2022b)

Seperti yang terlihat pada Gambar 1, dimana ekspor kelapa Indonesia menunjukkan fluktuasi signifikan dari tahun ke tahun. Mulai dari nilai ekspor sebesar 20.211 juta USD pada tahun 2013, nilai ini mengalami kenaikan yang signifikan hingga mencapai 75.287 juta USD pada tahun 2023. Meskipun ada kenaikan keseluruhan, terdapat beberapa tahun dengan penurunan nilai ekspor yang cukup tajam, seperti pada tahun 2016 dan 2018. Sedangkan ekspor kelapa negara pesaingnya (mengambil contoh kasus Thailand), Thailand menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil dan konsisten dibandingkan dengan Indonesia. Dimulai dari 379 juta USD pada tahun 2013, nilai ekspor Thailand terus meningkat secara signifikan, mencapai 151.023 juta USD pada tahun 2023. Nilai ekspor Thailand menunjukkan pertumbuhan yang lebih konsisten dan dapat diandalkan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan nilai ekspor meliputi fluktuasi nilai tukar dan kelebihan pasokan global. Selain itu, produk yang diekspor masih dalam bentuk bahan mentah, sehingga nilai tambahnya terbatas (Heriyanto, 2019). Indonesia menghadapi tantangan dalam memenuhi standar kualitas dan keberlanjutan yang diharapkan oleh pasar internasional (Sehusman, 2023), sedangkan Thailand tampaknya dapat mengelola tantangan ini dengan lebih baik, sebagaimana tercermin dari data ekspornya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penting untuk mengevaluasi dan memahami daya saing produk ekspor kelapa guna meningkatkan kinerjanya di pasar global. Oleh karena itu, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing ekspor kelapa dalam tempurung (*coconut in shell*) Indonesia di pasar internasional. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi dan daya saing ekspor kelapa dalam tempurung Indonesia di pasar internasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang mencakup nilai ekspor produk kelapa serta total nilai ekspor, dengan data berbentuk time series yang diambil dari tahun 2014 hingga 2023. Sumber data yang digunakan berasal dari database Trade Map dan FAOSTAT. Penelitian ini menganalisis pesaing ekspor produk kelapa Indonesia, yaitu Thailand, Vietnam, dan India. Ketiga negara ini dipilih karena dominasi pangsa ekspor mereka dan pola ekspor yang konsisten.

Produk kelapa yang dianalisis dalam penelitian ini adalah kelapa dalam tempurung (*coconut in shell*) dengan kode HS 080112.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur tingkat daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar internasional. Analisis ini mencakup beberapa indikator, yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Import Dependency Ratio* (IDR), dan *Export Product Dynamic* (EPD). Data akan diolah menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel 2013.

Pertama, daya saing ekspor dianalisis menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), yang awalnya diperkenalkan oleh (Liesner, 1958) dan kemudian disempurnakan serta dipopulerkan oleh (Balassa, 1965). Metode ini, yang dikenal sebagai Indeks Balassa, telah menjadi pendekatan umum dalam menganalisis keunggulan komparatif suatu negara (Podoba et al., 2021). RCA dapat menggambarkan kinerja perdagangan dan pola produk suatu negara (Balassa, 1965). Adapun rumus RCA sebagai berikut.

$$RCA = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_j}\right)}{\left(\frac{X_{iw}}{X_w}\right)}$$

Dimana :

- X_{ij} : merupakan nilai ekspor produk kelapa (i) dari negara pengekspor (j) (US\$),
- X_j : menunjukkan total nilai ekspor negara pengekspor (j) (US\$),
- X_{iw} : menunjukkan nilai ekspor produk kelapa (i) di dunia(w) (US\$), dan
- X_w : menunjukkan total nilai ekspor di dunia (w) (US\$), negara-negara pengekspornya adalah Indonesia, Thailand, Viet Nam dan India.

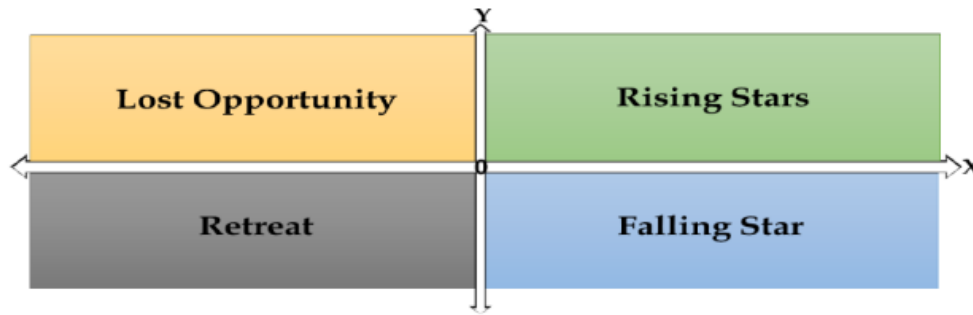
Nilai RCA berkisar dari 0 hingga tak terhingga (∞), di mana nilai yang lebih besar dari 1 menunjukkan daya saing produk. Komoditas kelapa dianggap memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat di negara tujuan ekspor jika nilai indeks $RCA_j > 1$. Sebaliknya, jika indeks $RCA_j < 1$, komoditas tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dan daya saing (Purba et al., 2021). Analisis kemudian dilanjutkan dengan metode EPD untuk menentukan posisi pasar dan mengukur daya saing produk secara dinamis. Pertumbuhan pangsa pasar ekspor menggambarkan kekuatan bisnis dari produk yang dianalisis (sumbu X), sedangkan pertumbuhan total ekspor mencerminkan daya tarik pasar (sumbu Y) (Santoso et al., 2022). Persamaan matematis EPD dijelaskan dalam Persamaan 2 dan 3, yang menunjukkan periode analisis (2014 – 2023) selama 10 tahun.

$$X \text{ axis} = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)_t \times 100 \right) - \left(\left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)_{t-1} \times 100 \right)}{T}$$

$$Y \text{ axis} = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\left(\frac{X_j}{X_w} \right)_t \times 100 \right) - \left(\left(\frac{X_j}{X_w} \right)_{t-1} \times 100 \right)}{T}$$

Keterangan:

- X_{ij} = nilai ekspor produk kelapa dari Indonesia ke pasar ekspor i (US\$)
- X_{iw} = nilai ekspor produk kelapa dunia ke pasar ekspor i (US\$)
- X_j = nilai ekspor semua komoditas dari Indonesia ke pasar ekspor i (US\$)
- X_w = nilai ekspor semua komoditas dari dunia ke pasar ekspor i (US\$)
- T = total tahun
- t = tahun ke-t



Gambar 2. Posisi daya saing produk menggunakan EPD

Hasil analisis mengenai pertumbuhan pangsa ekspor dan minat pasar suatu komoditas dapat ditempatkan ke dalam salah satu kuadran pada Gambar 2. Dengan demikian, posisi komoditas ekspor dapat diidentifikasi secara grafis menjadi empat karakteristik: *rising star* (bintang naik), *falling star* (bintang jatuh), *lost opportunity* (kesempatan yang hilang), dan *retreat* (mundur). Posisi *rising star* adalah yang paling diinginkan, dengan peringkat tertinggi dalam perdagangan ekspor, menunjukkan pertumbuhan persentase yang pesat. Sebaliknya, *lost opportunity* adalah posisi yang tidak diharapkan, di mana terjadi penurunan pangsa pasar domestik meskipun pangsa pasar ekspor masih meningkat. *Falling star* adalah versi yang lebih buruk dari *lost opportunity*, di mana ada peningkatan pangsa komoditas di negara tujuan tertentu, tetapi pangsa produk di perdagangan dunia dan pasar di negara tujuan ekspor tidak lagi berkembang. Terakhir, posisi *retreat* menunjukkan bahwa komoditas tersebut stagnan dan tidak lagi kompetitif di negara tujuan (Purba et al., 2021). Model X-Produk Potensi Ekspor menyediakan analisis yang lebih mendalam mengenai daya saing ekspor dengan menggabungkan analisis daya saing (RCA) dan posisi pasar (EPD) (Yulisti et al., 2021). Matriks tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks produk ekspor potensial X-model

RCA	EPD	X-Model
>1	Rising Star	Optimistic market
	Falling Star	Potential market
	Lost Opportunity	Potential market
	Retreat	Less potential market
<1	Rising Star	Potential market
	Falling Star	Less potential market
	Lost Opportunity	Less potential market
	Retreat	Not potential market

Source: (Ministry of Trade, 2013)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekspor Kelapa Dalam Tempurung Global

Pada tahun 2021, FAO melaporkan bahwa lebih dari 87 negara membudidayakan kelapa di area seluas lebih dari 11,6 juta hektar, dengan total produksi mencapai lebih dari 62 miliar butir kelapa setiap tahunnya. Meskipun luas lahan perkebunan kelapa mengalami penurunan dari 11,8 juta hektar pada tahun 2011 menjadi 11,6 juta hektar pada tahun 2020, produksi kelapa justru meningkat dari 58,6 juta ton pada 2011 menjadi 61,9 juta ton pada 2020 (Zakaria et al., 2022). Tiga negara produsen terbesar adalah Indonesia, India, dan Filipina, dengan

produksi masing-masing sebesar 17,8 juta ton, 14,3 juta ton, dan 13 juta ton pada tahun 2022 (FAO, 2022c).

Asia, sebagai wilayah penghasil utama, menyumbang lebih dari 80% pasokan kelapa dunia dan memainkan peran penting dalam perekonomian banyak negara di kawasan tersebut. Industri kelapa diproyeksikan akan terus tumbuh seiring meningkatnya permintaan global yang pesat dalam satu dekade terakhir, dengan lonjakan permintaan hingga 500%. Kelapa sering disebut sebagai "makanan super" di pasar global karena berbagai manfaat kesehatannya, di mana produk seperti minyak dan air kelapa banyak digunakan dalam pembuatan produk alami seperti sabun dan pasta gigi (Zakaria et al., 2022).

Pada tahun 2018, ukuran pasar produk kelapa global diperkirakan mencapai US\$30,38 miliar. Peningkatan kesadaran akan manfaat kesehatan dari produk kelapa, khususnya di negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika Utara, diperkirakan akan terus mendorong permintaan produk-produk kelapa ini (Zakaria et al., 2022). Data dari ITC (Trade Map, 2023) menunjukkan bahwa ekspor kelapa dalam tempurung mengalami tren peningkatan yang positif dari 2015 hingga 2020, dengan nilai ekspor global meningkat dari US\$81,998 juta menjadi US\$347,687 juta selama periode tersebut, dan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 17,41%. Indonesia, Thailand, dan Vietnam menjadi tiga negara pengekspor terbesar dengan total ekspor masing-masing mencapai 664 ton, 566 ton, dan 112 ton pada tahun 2022 (FAO, 2022b).

Daya Saing dan Posisi Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar Internasional

Kinerja perdagangan suatu negara bergantung pada keunggulan komparatif produknya, yang dapat diukur melalui analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA mengukur persentase ekspor komoditas suatu negara dibandingkan dengan ekspor global di sektor yang sama. Ketika nilai RCA melebihi satu, ini menunjukkan keunggulan kompetitif, sedangkan nilai di bawah satu mengindikasikan kurangnya daya saing (Purwawangsa et al., 2024).

Hasil analisis mengungkapkan bahwa produk kelapa Indonesia dengan kode HS 080112 memiliki daya saing di pasar utama, ditunjukkan oleh nilai RCA yang lebih dari satu. Berdasarkan pada Tabel 2 Indeks RCA negara pengekspor kelapa (coconut in shell) dari tahun 2014 – 2023, Indonesia secara konsisten memiliki nilai RCA yang jauh lebih tinggi dibandingkan negara-negara pesaing seperti Thailand, Vietnam, dan India. Nilai RCA Indonesia mencapai puncaknya pada tahun 2015 dengan angka 79,7%, sementara nilai rata-rata selama periode tersebut adalah 45,2%. Ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat dalam ekspor kelapa dalam tempurung dibandingkan negara-negara lain.

Thailand, Vietnam, dan India memiliki nilai RCA yang jauh lebih rendah, dengan rata-rata masing-masing sebesar 14,5%, 11,2%, dan 2,1%. Hal ini menandakan bahwa daya saing negara-negara ini dalam ekspor kelapa jauh di bawah Indonesia. Meskipun demikian, tren nilai RCA Indonesia menunjukkan penurunan yang cukup signifikan sejak tahun 2014 – 2023. Nilai RCA menurun dari 65,9% pada tahun 2014 menjadi 19,5% pada tahun 2023, dengan penurunan rata-rata tahunan sekitar 12,5%. Penurunan nilai RCA ini mengindikasikan bahwa daya saing ekspor kelapa dalam tempurung Indonesia di pasar internasional semakin melemah dari tahun ke tahun.

Tabel 2. Indeks RCA Negara Pengekspor Kelapa (*Coconut In Shell*) Tahun 2014 – 2023

Tahun	Indeks RCA			
	Indonesia	Thailand	Viet Nam	India
2014	65,9	0,6	17,7	1,5
2015	79,7	1,6	2,1	1,2
2016	64,7	7,3	1,0	2,0
2017	71,6	0,8	4,1	1,4
2018	39,3	15,5	20,8	2,1
2019	27,2	20,3	20,7	1,5
2020	31,7	2,5	9,9	3,3
2021	32,3	26,9	10,6	2,3
2022	19,8	33,1	14,1	2,5
2023	19,5	36,1	11,3	2,8
Rata-Rata RCA	45,2	14,5	11,2	2,1

Sumber: *Data diolah penulis, 2024*

Penurunan nilai RCA ini perlu mendapat perhatian serius dari Indonesia. Meskipun masih unggul dibandingkan pesaing lainnya, tren menurun tersebut dapat mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan posisi dominan di pasar internasional. Sementara itu, Thailand menunjukkan tren peningkatan nilai RCA sejak 2019, mencapai 36,1% pada tahun 2023, yang menandakan potensi peningkatan daya saing di pasar global. Meskipun mengalami penurunan RCA, Indonesia tetap menjadi salah satu negara pengekspor utama kelapa di dunia. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization (FAO)*, Indonesia konsisten berada di posisi teratas sebagai produsen kelapa global, dengan produksi mencapai 17,85 juta ton pada tahun 2023 (FAO, 2022c).

Kekuatan kompetitif produk di pasar ekspor tidak hanya dapat diukur dengan analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*), tetapi juga melalui metode analisis *Export Product Dynamics (EPD)*. Metode ini menawarkan perspektif yang lebih komprehensif tentang perdagangan dengan menunjukkan dinamika pertumbuhan ekspor selama periode tertentu, yang selanjutnya dikategorikan dalam empat kelompok: bintang naik (*rising star*), bintang jatuh (*falling star*), peluang hilang (*lost opportunity*), dan kemunduran (*retreat*) (Ministry of Trade, 2013; Purwawangsa et al., 2024; Yulisti et al., 2021).

Tabel 3. Dinamika Posisi Indonesia Sebagai Negara Pengekspor Kelapa Dari Tahun 2014 – 2023

Tahun	X-axis	Y-axis	Posisi	X-Model (RCA>1)
2014	1,398	-3,492	Falling Star	Potential market
2015	1,143	-1,819	Falling Star	Potential market
2016	-1,429	-0,796	Retreat	Less potential market
2017	1,008	5,375	Rising Star	Optimistic market
2018	-3,218	-2,879	Retreat	Less potential market
2019	-1,225	-3,861	Retreat	Less potential market
2020	0,518	3,864	Rising Star	Optimistic market
2021	0,420	11,297	Rising Star	Optimistic market
2022	-1,030	13,580	Lost Opportunity	Potential market
2023	-0,178	-7,001	Retreat	Less potential market
Rata - Rata	-0,259	1,427	Lost Opportunity	Potential market

Sumber: *Data diolah penulis, 2024*

Tabel 3 menampilkan hasil analisis EPD ekspor kelapa Indonesia dengan kode HS 080112 dari tahun 2014 sampai 2023. Hasil analisis *Export Product Dynamics* (EPD) untuk produk kelapa Indonesia menunjukkan bahwa secara rata-rata, Indonesia cenderung berada pada posisi *'lost opportunity'*. Ini mengindikasikan bahwa ekspor kelapa Indonesia mengalami penurunan atau stagnasi dalam pertumbuhan. Sementara itu, analisis X-model menunjukkan adanya potensi pasar yang signifikan untuk berkembang atau meningkat di masa depan. Namun, potensi pasar tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan kata lain, meskipun terdapat peluang untuk meningkatkan ekspor kelapa, Indonesia belum berhasil memanfaatkannya secara efektif atau menghadapi kendala yang menghambat pertumbuhan ekspor.

Berdasarkan data dari FAO (2022c) Indonesia memproduksi kelapa sebanyak 17,85 juta ton pada tahun 2022. Meskipun memiliki produksi yang besar, Indonesia hanya mengekspor 2,03 juta ton dari total produk kelapa, termasuk produk kelapa primer dan manufaktur (Sehusman, 2023). Penelitian oleh (Subekti et al., 2018) menunjukkan bahwa nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Indonesia masih berfluktuasi dan tidak selalu mencapai 1,00. Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan domestik terhadap produk kelapa di Indonesia masih sangat tinggi, sehingga ekspor tidak selalu maksimal.

Tabel 4. Dinamika Posisi Negara – Negara Pengekspor Kelapa Dalam Persaingan Internasional Tahun 2023

Negara	X-axis	Y-axis	Keterangan	X-Model (RCA>1)
Indonesia	-0,178	-7,001	Retreat	Less potential market
Thailand	0,542	-7,001	Lost Opportunity	Potential market
Viet Nam	-0,126	-7,001	Retreat	Less potential market
India	0,071	-7,001	Lost Opportunity	Potential market

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Tabel 4 menunjukkan hasil analisis EPD untuk Indonesia dan tiga negara pesaing utama dalam pasar ekspor kelapa pada tahun 2023. Semua negara pengekspor kelapa dalam tabel tersebut memiliki posisi Y-axis yang sama (-7,001), menandakan bahwa mereka menghadapi tantangan signifikan dalam memperoleh keuntungan dari pasar internasional. Analisis ini mengungkapkan bahwa Indonesia dan Viet Nam mengalami penurunan daya saing ekspor kelapa, dikategorikan sebagai "Retreat". Nilai X-axis yang negatif mencerminkan penurunan kinerja ekspor relatif, sedangkan label "Less potential market" menunjukkan bahwa potensi pasar Indonesia dan Viet Nam lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut (Sehusman, 2023) kinerja ekspor kelapa di Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2023. Faktor internal yang mempengaruhi antara lain kapasitas produksi, keterbatasan teknologi dan informasi pertanian, serta kurangnya diversifikasi produk turunan kelapa (Ibrahim & Furqansyah, 2022; Sehusman, 2023; Yudha & Griselda, 2023). Sementara itu, faktor eksternal yang dapat mempengaruhi adalah pelemahan permintaan global dan fluktuasi nilai tukar mata uang (Safrida et al., 2022). Di sisi lain, Thailand dan India berada pada kategori "Lost Opportunity", menunjukkan bahwa kedua negara ini telah kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan potensi pasar yang ada. Meskipun nilai X-axis yang positif mengindikasikan adanya potensi daya saing, posisi Y-axis yang sama (-7,001) menunjukkan bahwa mereka juga menghadapi kesulitan dalam memperoleh keuntungan dari pasar yang tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada tahun 2023, Indonesia tetap menjadi salah satu produsen utama kelapa global dengan produksi mencapai 17,85 juta ton. Namun, daya saing ekspor kelapa Indonesia mengalami penurunan signifikan, tercermin dari penurunan nilai RCA dari 65,9% pada 2014 menjadi 19,5% pada 2023. Meskipun Indonesia masih unggul dibandingkan negara pesaing seperti Thailand, Vietnam, dan India, tren penurunan ini mengindikasikan tantangan dalam mempertahankan posisi dominan di pasar internasional. Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi *retreat*, sehingga perlu mendapatkan perhatian serius dalam jangka pendek. Selain itu, secara rata-rata, EPD Indonesia dari tahun 2014 hingga 2023 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi "lost opportunity", dengan potensi pasar yang belum dimanfaatkan secara optimal. Faktor-faktor seperti kebutuhan domestik yang tinggi, kapasitas produksi yang terbatas, dan fluktuasi nilai tukar mata uang turut mempengaruhi kinerja ekspor. Sementara Thailand dan India juga menghadapi tantangan, Thailand menunjukkan peningkatan dalam daya saing, sementara India mengalami stagnasi. Oleh karena itu, penurunan daya saing Indonesia perlu menjadi perhatian utama dalam merumuskan strategi perbaikan yang efektif untuk meningkatkan potensi ekspor kelapa di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Alouw, J. C., & Wulandari, S. (2020). Present status and outlook of coconut development in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 418(1), 012035. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/418/1/012035>
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and "Revealed" Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99–123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- [Barantan] Badan Karantina Kementerian Pertanian. (2020). *Hambatan ekspor kelapa Indonesia*. Pertanian Press. [Barantan] Badan Karantina Kementerian Pertanian 2020.
- FAO. (2022a). *Top 10 Commodities Production in Indonesia 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://www.fao.org/faostat/en/#rankings/commodities_by_country
- FAO. (2022b). *Top 10 Country, Export Quantity of Coconuts, in shell 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries_by_commodity_exports
- FAO. (2022c). *Top 10 Country Production of Coconuts, in shell 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries_by_commodity
- Heriyanto, H. (2019). INDONESIAN COCONUT COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL MARKETS. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 1(3), 46–50. <https://doi.org/10.31580/apss.v1i3.390>
- Ibrahim, A. L., & Furqansyah, M. D. (2022). ANALISIS PENGARUH KURS DOLLAR AMERIKA DAN PRODUKSI KELAPA TERHADAP EKSPOR KELAPA PROVINSI ACEH. *Jurnal Bisnis Digital*, 2(2), 362–371.

- Liesner, H. H. (1958). The European Common Market and British Industry. *The Economic Journal*, 68(270), 302. <https://doi.org/10.2307/2227597>
- Ministry of Trade. (2013). *Kajian Potensi Pengembangan Ekspor ke Pasar Non-Tradisional*. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri BP2KP.
- Podoba, Z. S., Gorshkov, V. A., & Ozerova, A. A. (2021). Japan's export specialization in 2000–2020. *Asia and the Global Economy*, 1(2), 100014. <https://doi.org/10.1016/j.aglobe.2021.100014>
- Purba, H. J., Erwidodo, Hestina, J., Yusuf, E. S., Azahari, D. H., Dabukke, F. B., & Darwis, V. (2021). Export performance and competitiveness of Indonesian coconut oil and desiccated coconut. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 892(1), 012072. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/892/1/012072>
- Purwawangsa, H., Irfany, M. iqbal, & Haq, D. A. (2024). Indonesian Coffee Exports' Competitiveness and Determinants. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.17358/jma.21.1.59>
- Safrida, Indra, Darnita, S., & Ginting, L. n. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar Malaysia. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 6(1). <https://doi.org/10.30596/jasc.v6i1.10585>
- Santoso, S. I., Pos Pos, L. S., & Nurfadillah, S. (2022). COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN CINNAMON EXPORTS IN THE WORLD MARKET. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(2), 402–421. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v6i2.15797>
- Sehusman. (2023). *Analisis Kinerja Perdagangan Komoditas Kelapa: Vol. Volume 13 Nomor 1D* (Mas'ud & S. Wahyuningsih, Eds.). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Subekti, Y., Hadi, S., & Tety, E. (2018). DAYA SAING EKSPOR PRODUK KELAPA INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL. *Pekbis Jurnal*, 10(1), 39–52.
- Trade Map. (2023). *080112 Fresh coconuts in the inner shell "endocarp."* ITC Trade Map. https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c080112%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Yudha, E. P., & Griselda, E. (2023). *ANALISIS DAYA SAING DAN KINERJA PERDAGANGAN KELAPA KERING INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL*. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjajaran.
- Yulisti, M., Sri Luhur, E., Yulia Arthatiani, F., & Mulyawan, I. (2021). Competitiveness analysis of Indonesian seaweeds in global market. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 860(1), 012061. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/860/1/012061>
- Zakaria, M. H., Dardak, R. A., & Ahmad, M. F. (2022). Business Potential of Coconut-based Products in the Global Markets. *FFTC Agricultural Policy* . <https://ap.ffc.org.tw/article/3046>