

**ANALISIS DAYA SAING EKSPOR UBI JALAR
INDONESIA DI PASAR ASEAN DALAM MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)**

Oleh
MUHAMMAD RIZKI RAFIQO



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2016**

**ANALISIS DAYA SAING EKSPOR UBI JALAR
INDONESIA DI PASAR ASEAN DALAM MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)**

Oleh

MUHAMMAD RIZKI RAFIQO

125040100111113

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG**

2016

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Daya Saing Ekspor Ubi Jalar Indonesia
di Pasar ASEAN dalam Menghadapi Masyarakat
Ekonomi ASEAN (MEA)
Nama Mahasiswa : Muhammad Rizki Rafiqo
Nim : 125040100111113
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui,
Dosen Pembimbing,

Dr. Ir. Suhartini, MP.

NIP. 19680401 200801 2 015

Mengetahui,
a.n Dekan

Ketua Jurusan Sosial ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.

NIP 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Wisynu Ari Gutama, SP. M.MA

NIP. 19760914 200501 1 002

Penguji II

Ir. Agustina Shinta H.W., MP

NIP. 19710821 200212 2 001

Penguji III

Dr. Ir. Suhartini, MP

NIP. 19680401 200801 2 015

Tanggal Lulus :

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



*Skripsi ini ku persembahkan untuk
Kedua orang tua dan keluarga tercinta,
Serta sahabat-sahabatku tersayang*

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dosen pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juni 2016

Muhammad Rizki Rafiqo



RINGKASAN

MUHAMMAD RIZKI RAFIQU. 125040100111113. Analisis Daya Saing Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Di bawah bimbingan Dr. Ir. Suhartini, MP. sebagai Pembimbing Utama.

Perdagangan internasional selama tiga dekade terakhir mengalami berbagai perubahan, salah satunya adalah sistem perdagangan yang lebih terbuka mendorong peningkatan pendapatan tiap negara di dunia (Anindita dan Reed, 2008). Perdagangan internasional merupakan suatu hubungan yang terjadi antara negara satu dengan negara lain dalam bentuk pertukaran barang maupun jasa yang pada akhirnya saling menguntungkan. Perdagangan internasional akan memberikan manfaat penting bagi perekonomian suatu negara. Suatu negara sangat membutuhkan spesialisasi dan perlu meningkatkan daya saing untuk menghadapi berbagai persoalan atau semakin majunya perkembangan globalisasi perdagangan internasional khususnya di kawasan ASEAN.

Ubi jalar merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang diekspor di pasar Internasional khususnya dalam lingkup Asia tenggara atau ASEAN. Namun dengan tercetusnya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) membuat persaingan semakin ketat dan semakin terbukanya perdagangan bebas antar negara di wilayah ASEAN. Hal ini membuat tantangan yang dihadapi terkait pengembangan ubi jalar Indonesia menjadi lebih ketat. Jika suatu negara tidak mampu meningkatkan daya saing yang dimiliki, maka akan tertinggal dengan negara lain. Oleh sebab itu, spesialisasi perdagangan dan daya saing sangat dibutuhkan untuk dapat mengetahui posisi Indonesia dalam hal perdagangan ubi jalar di pasar internasional khususnya ASEAN.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis spesialisasi perdagangan ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, (2) Menganalisis daya saing komparatif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, dan (3) Menganalisis daya saing kompetitif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Metode penelitian yang digunakan adalah penentuan lokasi secara *purposive* dan pengumpulan data berdasarkan *time series* selama tahun 1994-2013. Metode analisis data yang digunakan diantaranya adalah analisis deskriptif, spesialisasi perdagangan, daya saing komparatif, dan daya saing kompetitif. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis spesialisasi perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN adalah Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Daya saing komparatif dianalisis menggunakan *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) sedangkan untuk menganalisis daya saing kompetitif menggunakan *Export Competitiveness Index* (XCi). Negara yang dijadikan pembanding adalah negara yang termasuk dalam pengeksport ubi jalar di pasar ASEAN yaitu Malaysia dan Singapura.

Hasil penelitian terkait daya saing ekspor ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN antara lain:

1. Dari hasil analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), Selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar sebesar 0,951. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang

mempunyai daya saing pada komoditas ubi jalar di pasar ASEAN. Indonesia memiliki nilai ISP yang positif yaitu 0,951 dan termasuk pada tahap kematangan (0,81-1,00). Berbeda halnya dengan hasil yang didapat negara pesaing yaitu negara Malaysia (-0,372) dan Singapura (-0,795). Kedua negara pesaing tersebut mempunyai daya saing ubi jalar yang cenderung sebagai importir ubi jalar dan berada pada tahap substitusi impor.

2. Komoditas ubi jalar Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari analisis *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) yang lebih dari satu. Indonesia memiliki nilai rata-rata RCTA ubi jalar sebesar 12,665. Daya saing komparatif ubi jalar yang dimiliki Indonesia mempunyai nilai lebih tinggi jika dibandingkan dengan negara pesaing yaitu Malaysia (-0,940) dan Singapura (-2,214).
3. Hasil analisis *Export Competitiveness Index* (XCI), dalam kurun waktu tahun 1994-2013 rata-rata nilai XCI ubi jalar Indonesia adalah sebesar 1,026. Nilai tersebut merupakan nilai yang positif bagi daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN karena lebih dari satu. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata kemampuan daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN mengalami trend daya saing kompetitif yang baik. Namun kondisi ubi jalar Indonesia dalam segi daya saing kompetitif harus bersaing dengan Negara lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai XCI ubi jalar Indonesia (1,026) yang masih di bawah oleh Singapura (2,479) walaupun masih diatas Malaysia (1,021).

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, untuk meningkatkan spesialisasi perdagangan diharapkan lebih memperhatikan harga jual ubi jalar dan kualitas agar nilai ekspor naik. Dalam hal keunggulan kompetitif perlu adanya peningkatan dari sisi kualitas dan kuantitas dari penjualan ubi jalar dengan mengembangkan atau meningkatkan ekspor ubi jalar dalam bentuk olahan (diversifikasi) dan memaksimalkan kegiatan pemasaran sehingga dapat meningkatkan volume dan nilai ekspor ubi jalar di pasar ASEAN dan pangsa pasar yang dituju lebih luas cakupannya. Sedangkan untuk meningkatkan daya saing komparatif dapat dilakukan beberapa terobosan-terobosan baru misalnya pemanfaatan lahan kering dan lahan sawah yang lebih dimaksimalkan. Diharapkan peran dari pemerintah guna meningkatkan produktivitas ubi jalar lokal seperti misalnya varietas cilembu, dan memberlakukan teknologi yang mutakhir dalam hal budidaya ubi jalar.

SUMMARY

MUHAMMAD RIZKI RAFIQO. 125040100111113. Competitiveness Analysis of Indonesia Sweet Potato Export in ASEAN Market to Face ASEAN Economic Community (AEC). Supervised Dr. Ir. Suhartini, MP as the Main Supervisor.

International trade over the last three decades underwent several changes, one of which is a more open trading system to encourage increased revenue every country in the world (Anindita and Reed, 2008). International trade is a relationship between one country and another in the form of exchange of goods and services that ultimately mutually beneficial. International trade will provide important benefits to the economy of a country. A country in dire need of a specialization and need to improve competitiveness to face various problems or more advanced the globalization of international trade, especially in the ASEAN region.

Sweet potato is one of Indonesia's main commodities exported on the international market, especially in the sphere of southeast Asia or ASEAN. But with the outbreak of the ASEAN Economic Community (AEC) to make the competition tighter and more open free trade between countries in the region. This makes the challenges related to the development of sweet potato Indonesia become more stringent. If a country is not able to increase competitiveness, he said, it will be left behind by other countries. Therefore, trade specialization and competitiveness required to be able to determine the position of Indonesia in terms of trade of sweet potato in international markets particularly ASEAN.

The purpose of this study is (1) to analyze the trade specialization sweet potato export Indonesia in the ASEAN Economic Community, (2) Analyze the competitiveness of the comparative sweet potato Indonesia in the ASEAN Economic Community, and (3) Analyze the competitiveness on the sweet potato Indonesia in facing the Economic Community ASEAN. The method used is purposively location determination and data collection based on time series during the years 1994-2013. Data analysis methods used include descriptive analysis, trade specialization, comparative competitiveness, and competitiveness on. Analysis of the data used to analyze the trade specialization of sweet potato in the ASEAN market is the Trade Specialization Index (ISP). Analyzed using a comparative competitiveness Trade Revealed Comparative Advantage (RCTA) while to analyze competitiveness on using the Export Competitiveness Index (XCI). Countries that used a comparison of countries belonging to the sweet potato exporter in the ASEAN markets, namely Malaysia and Singapore.

The results of research related to the export competitiveness of sweet potato Indonesia in the ASEAN market, among others:

1. From the analysis of Trade Specialization Index (ISP) During the period from 1994 to 2013, Indonesia has an average value of 0.951 ISP sweet potato. This proves that Indonesia can be considered as a country that has strong competitiveness in commodity sweet potato in the ASEAN market. Indonesia has a positive value, namely 0.951 ISP and including at the stage of maturity (0,81-, 1.00). Unlike the results obtained competitor countries namely Malaysia (-0.372) and Singapore (-0.795). Both of the competing countries

have competitive low sweet potato or sweet potato tended as an importer and are at the stage of import substitution.

2. Commodities sweet potatoes Indonesia has a comparative advantage in the trade of sweet potato in the ASEAN market. This is indicated by the results of the analysis Trade Revealed Comparative Advantage (RCTA) which is more than one. Indonesia has an average value of 12.665 RCTA sweet potato. Comparative competitiveness of sweet potato that Indonesia is quite strong enough when compared with competitor countries, namely, Malaysia (-0.940) and Singapore (-2.214).
3. The results of the analysis of the Export Competitiveness Index (XCI), in the period 1994 to 2013 the average value of XCI yams Indonesia amounted to 1,026. The value is the value for the competitiveness positif sweet potato Indonesia in the ASEAN market because more than one. This may imply that the average competitiveness sweet potato Indonesia in the ASEAN markets experiencing a trend that strengthen competitiveness. But the condition of the sweet potato Indonesia in terms of competitiveness on the competing countries is still relatively low. This is evidenced by the value of sweet potato XCI Indonesia (1,026), which is still below by Singapore (2,479), although still above Malaysia (1,021).

Based on the results, in order to increase trade specialization expected more attention to the price and quality of the sweet potato so that the value of exports is high. In terms of competitive advantage, an improvement in terms of quality and quantity of sales of sweet potato to develop or enhance export sweet potatoes in processed form (diversification) and maximize marketing activities so as to increase the volume and value of exports of sweet potatoes in the ASEAN market and market share target more inclusive. Meanwhile, to improve the competitiveness of comparability to do some new breakthroughs for example, the dry land and wetlands are to be maximized. Expected role of government to improve the productivity of the local sweet potato such as Varieta cilembu, and imposed a cutting edge technology in terms of sweet potato cultivation.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Daya Saing Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)”. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Secara khusus rasa terimakasih tersebut kami sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Suhartini, MP sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Wisynu Ari Gutama, SP., M.MA dan Ibu Ir. Agustina Shinta H.W., MP sebagai penguji dalam ujian skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dorongan moriil dan materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Rekan-rekan dan sahabat yang telah memberikan masukan dan saran untuk penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Semua pihak yang langsung maupun tidak langsung telah membantu terselesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dari penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi mahasiswa yang mengambil tugas akhir seperti penulis.

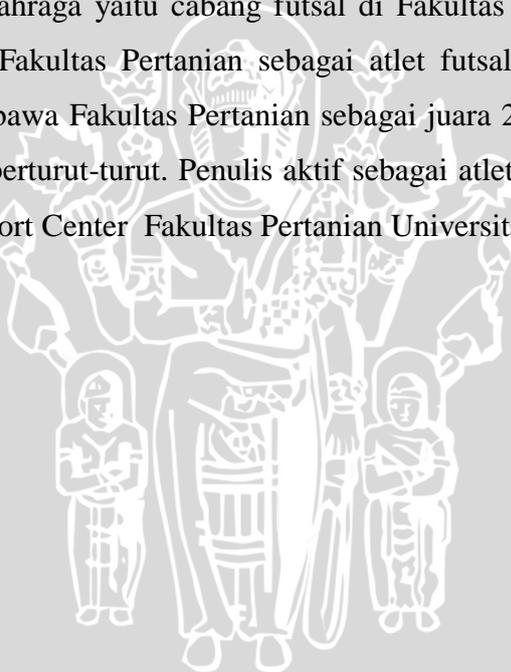
Malang, Juni 2016

Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Kabupaten Gresik pada tanggal 09 Mei 1994 sebagai anak ke empat dari empat bersaudara oleh pasangan Bapak Sudarmo dan Ibu Siti Khusnul Ismiyah. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Muhammadiyah 1 Gresik pada tahun 2000 hingga tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 2 Gresik dan lulus pada tahun 2009 dan dilanjutkan ke SMAN 1 Manyar dan lulus pada tahun 2012. Pada tahun yang sama, yakni tahun 2012 penulis melanjutkan kuliah, sehingga menjadi salah satu mahasiswi Strata 1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang melalui jalur SNMPTN tulis.

Selama menjadi mahasiswa pernah mengikuti beberapa kepanitiaan seperti Kejuaraan di bidang olahraga yaitu cabang futsal di Fakultas Pertanian. Penulis juga pernah mewakili Fakultas Pertanian sebagai atlet futsal dalam Brawijaya Futsal Leuge dan membawa Fakultas Pertanian sebagai juara 2 dan 1 pada tahun 2014 dan 2015 secara berturut-turut. Penulis aktif sebagai atlet cabang futsal dan pengurus pada LKM Sport Center Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.



DAFTAR ISI

Halaman	
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Perdagangan Internasional	13
2.3 Teori Perdagangan Internasional	15
2.3.1 Teori Klasik	16
2.3.2 Teori Keunggulan Komparatif	19
2.3.3 Teori Modern: Teori H-O	21
2.4 Tinjauan Spesialisasi Perdagangan	22
2.5 Tinjauan Daya Saing	24
2.5.1 Daya Saing Komparatif (RCTA)	24
2.5.2 Kunggulan Kompetitif (XCI)	25
2.6 Tinjauan Ubi Jalar	26
2.7 Masyarakat Ekonomi ASEAN	29
2.7.1 Konsep Masyarakat Ekonomi ASEAN	29
2.7.2 Percepatan Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN	32
III. KERANGKA TEORITIS	34
3.1 Kerangka Pemikiran	34
3.2 Hipotesis Penelitian	37

3.3 Batasan Masalah.....	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
IV. METODOLOGI.....	42
4.1 Metode Penentuan Lokasi	42
4.2 Metode Pengumpulan Data	42
4.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	43
4.3.1 Analisis Deskriptif	43
4.3.2 Analisis Daya Saing Komparatif.....	43
4.3.3 Analisis Daya Saing Kompetitif	44
4.3.4 Analisis Spesialisasi Perdagangan	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Gambaran Umum Ubi Jalar Indonesia	46
5.1.1 Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi jalar Indonesia.....	46
5.1.2 Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia.....	52
5.2 Gambaran Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura.....	59
5.3.1 Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN	68
5.3.2 Perbandingan Analisis ISP Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura.....	70
5.4 Daya Saing Kompetitif Ubi Jalar di Pasar ASEAN	73
5.4.1 Analisis <i>Export Competitiveness Index</i> (XCI) Ubi Jalar Indonesia.....	73
5.4.2. Perbandingan Analisis XCI Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura di Pasar ASEAN.....	76
5.5 Daya Saing Komparatif Ubi Jalar	81
5.5.1 Analisis revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) Ubi Jalar Indonesia.....	81
5.5.2. Perbandingan Analisis RCTA Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura di Pasar ASEAN.....	83
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
6.1 Kesimpulan.....	87
6.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi Jalar Nasional tahun 2010-2015	3
2.	Volume Ekspor 3 Negara Eksportir Ubi Jalar Terbesar di ASEAN Tahun 2012-2013	4
3.	Nilai Ekspor 3 Negara Eksportir Ubi Jalar Terbesar di ASEAN Tahun 2009-2013	5
4.	Ilustrasi Keunggulan Mutlak dari Adam Smith	17
5.	Data Hipotesis Teori <i>Absolute Advantage</i> dari Adam Smith	18
6.	Hipotesis untuk <i>Gain Form Trade</i> Berdasarkan Teori Keunggulan Mutlak dari Adam Smith	19
7.	Hipotesis Teori <i>Comperative Advantage</i>	20
8.	Perhitungan <i>Cost Comperative Advantage (Labor Efficiency)</i>	20
9.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
10.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	42
11.	Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	54
12.	Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	55
13.	Volume Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	58
14.	Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	59
15.	Volume Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	60
16.	Nilai Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	63
17.	Volume Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	65
18.	Nilai Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	67
19.	Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	71
20.	Nilai XCi Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar Tahun 1994-2013	77
21.	Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kurva Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sesuai teori siklus produk.	24
2.	Peta Menuju Kawasan ASEAN yang Berdaya Saing	31
3.	Kerangka Pemikiran Daya Saing Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN ..	36
4.	Luas Lahan Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013	47
5.	Produksi Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013	49
6.	Produktivitas Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013.....	51
7.	Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013.....	53
8.	Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013.....	55
9.	Volume Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013 .	57
10.	Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	58
11.	Perkembangan Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013.....	60
12.	Perkembangan Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	62
13.	Perkembangan Volume Impor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013.....	64
14.	Perkembangan Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	66
15.	Perkembangan Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	69
16.	Perkembangan Nilai XCi Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	74
17.	Perkembangan Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	82

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013	93
2.	Luas Panen Ubi Jalar Indonesia di Tiap Provinsi pada Tahun 1993-2013	94
3.	Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013	96
4.	Volume Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	97
5.	Volume Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013.....	98
6.	Nilai Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013.....	99
7.	Nilai Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013.....	100
8.	Nilai Ekspor Seluruh Barang Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	101
9.	Nilai Impor Seluruh Barang Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013	102
10.	Perhitungan Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013.....	103
11.	Perhitungan Nilai XCi Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013	104
12.	Nilai RXA Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar Tahun 1994-2013.....	105
13.	Nilai RMP Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar Tahun 1994-2013.....	106
14.	Perhitungan Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013	107

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju seiring dengan globalisasi yang terjadi, membuat antar negara di dunia menjadi saling terkait dan membutuhkan satu sama lain khususnya dalam hal perdagangan internasional. Hal ini disebabkan beragamnya kebutuhan dari suatu masyarakat yang tidak dapat dipenuhi dalam negeri. Anindita dan Reed (2008) menjelaskan bahwa perdagangan internasional selama tiga dekade terakhir mengalami berbagai perubahan, salah satunya adalah sistem perdagangan yang lebih terbuka mendorong peningkatan pendapatan tiap negara di dunia. Perdagangan internasional merupakan suatu hubungan yang terjadi antara negara satu dengan negara lain dalam bentuk pertukaran barang maupun jasa yang pada akhirnya saling menguntungkan. Tambunan (2004) menjelaskan bahwa globalisasi memang memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan internasional. Perdagangan internasional akan memberikan manfaat penting bagi perekonomian suatu negara. Salah satu manfaat dari perdagangan internasional ialah semakin meningkatnya devisa dari suatu negara dan hubungan antar negara. Meningkatnya segi perdagangan dalam suatu negara juga berbanding lurus dengan peningkatan dalam hal perkembangan ekspor dan impor.

Peningkatan dalam segi arus perdagangan antar negara ditandai dengan adanya pencetusan ASEAN *Free Trade* (AFTA) pada tahun 1992 yang semakin mendorong globalisasi dan modern politik pada lingkup negara-negara ASEAN. Namun AFTA ini dirubah dengan menambahkan negara lain yaitu China pada tahun 2012 menjadikan ASEAN-China *Trade Area* (ACFTA). Akhirnya pada tahun 2015 mulai terbentuk perjanjian baru yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang bertujuan untuk mendorong dalam hal integrasi dan memperluas hubungan kerjasama antar negara khususnya pada lingkup ASEAN. Negara-negara yang merupakan anggota MEA diantaranya adalah Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Abdurrofiq (2014) menyatakan bahwa pelaksanaan MEA berdampak pada penurunan biaya tarif ekspor-impor menjadi 0-5 % serta penghapusan batasan kuantitatif dan hambatan non tarif lainnya. Dibukanya

ruang-ruang perdagangan bebas khususnya dikawasan ASEAN diperkirakan akan mampu mendorong hal positif bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Manfaat yang menguntungkan diantaranya adalah meningkatkan pendapatan atau devisa negara dalam kegiatan ekspor-impor, membuka potensi atau peluang bagi industri baru di dalam negeri, dan memperluas kesempatan kerja yang profesional di dalam maupun diluar negeri khususnya di ASEAN. Terbentuknya MEA ini juga membuat kawasan ASEAN memiliki pasar tunggal yang berbentuk basis produksi yang meliputi lima liberalisasi arus barang, arus modal, arus jasa, arus investasi, dan tenaga kerja. Arus barang tersebut akan mempengaruhi ekspor dan impor barang dari tiap-tiap negara ASEAN.

Indonesia merupakan salah satu negara yang aktif dalam kegiatan ekspor dalam perdagangan internasional khususnya di wilayah Asia Tenggara. Indonesia sendiri merupakan negara agraris yang terkenal memiliki kekayaan alam yang melimpah. Kegiatan ekspor yang dihasilkan oleh Indonesia salah satunya adalah dalam sektor pertanian yang terbagi dalam empat subsektor yaitu subsektor hortikultura, perkebunan, peternakan, dan tanaman pangan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2016), sampai pada tahun 2013 sektor pertanian merupakan penyumbang dari Produk Domestik Bruto (PDB) atas harga berlaku yang tertinggi setelah dibandingkan dengan sektor industri pengolahan dengan nilai sebesar 1.310.427,3 miliar rupiah. Sektor pertanian terbagi dalam beberapa sub sektor diantaranya perkebunan, hortikultura, peternakan, perikanan, kehutanan, dan tanaman pangan. Sub sektor tanaman pangan merupakan salah satu sub sektor yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan pendapatan atau devisa negara dan sumbangan Produk Domestik Bruto (PDB). BPS (2016) menyatakan bahwa pada tahun 2012-2013 sub sektor tanaman pangan mengalami peningkatan dalam perannya menyumbang PDB yaitu sebesar 574.916,3 menjadi 621.832,7 miliar rupiah. Pada umumnya komoditas dari tanaman pangan merupakan komoditas yang sering melakukan kegiatan ekspor. Salah satunya yaitu komoditas ubi jalar.

Ubi jalar memiliki potensi besar sebagai salah satu tanaman pangan alternatif selain beras dan sebagai suatu usaha bisnis yang layak dikembangkan. Ubi jalar merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang diekspor di pasar

Internasional khususnya dalam lingkup Asia tenggara atau ASEAN. Indonesia merupakan salah satu negara eksportir terbesar di kawasan Asia Tenggara. Pada kawasan ASEAN, Indonesia tergabung bersama negara-negara eksportir ubi jalar lainnya yaitu Malaysia dan Singapura. Hal ini dikarenakan dari kesepuluh anggota MEA, hanya tiga negara yaitu Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang mempunyai nilai ekspor tergolong sengit (*Food Agriculture Organization*, 2016). Terlihat dalam perkembangannya, Indonesia mempunyai tingkat produksi yang tinggi di level nasional (Tabel 1). Namun posisi yang dicapai Indonesia dalam kawasan ASEAN terkait ekspor ubi jalar, tidak serta merta membuat ubi jalar Indonesia menguasai pangsa pasar ASEAN. Porter (1990) mengungkapkan bahwa sumber daya yang melimpah tidak berarti bahwa negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif. Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk meningkatkan luas lahan komoditas ubi jalar dalam lingkup domestik. Indonesia memiliki sumber daya lahan yang melimpah dan cocok hampir di segala wilayah dalam hal syarat tumbuh dari ubi jalar. Hal ini pada akhirnya berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kuantitas ekspor ubi jalar. Namun faktanya, luas lahan ubi jalar di Indonesia pada tahun 2010-2015 cenderung menurun. Penurunan luas lahan panen ubi jalar ini seiring dengan alih fungsi lahan-lahan sawah menjadi lahan industri, pemukiman, atau komoditas lain yang lebih prospektif (Widodo dan Rahayuningsih, 2009). Berikut ini adalah perkembangan luas lahan, produksi, dan produktivitas dari ubi jalar Indonesia pada kurun tahun 2010-2015.

Tabel 1. Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi Jalar Nasional tahun 2010-2015

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ku/Ha)
2010	181.073	2.051.046	113.27
2011	178.121	2.196.033	123.29
2012	178.295	2.483.460	139.29
2013	161.850	2.386.729	147.47
2014	156.758	2.382.658	152.00
2015	139.237	2.218.992	159.37

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2016

Berdasarkan data pada Tabel 1, penurunan dari luas lahan ubi jalar berbanding lurus terhadap menurunnya segi produksi dengan jumlah sebesar 2.483.460 ton pada tahun 2012 menjadi 2.386.729 ton pada tahun 2013 dan terus

menurun sampai tahun 2015 menjadi 2.218.992 ton. Hasil tersebut menyebabkan produktivitas ubi jalar Indonesia pada tahun 2015 mempunyai nilai sebesar 159,37 ku/ha.

Perkembangan dari produksi ubi jalar Indonesia tergolong tinggi namun belum dapat dimanfaatkan dengan baik khususnya dalam pasar domestik atau lokal. Hal ini dibuktikan bahwa belum banyaknya penggunaan komoditas ubi jalar untuk dijadikan sebagai salah satu bahan makanan yang di konsumsi masyarakat. Pada Wilayah Indonesia bagian Timur seperti Maluku dan Papua mayoritas masyarakatnya memanfaatkan ubi jalar sebagai makanan pokok sehari-hari (Zuraida dan Supriati, 2001).

Terkait pangsa pasar ekspor di kawasan ASEAN, total kuantitas ekspor ubi jalar Indonesia pada kurun waktu lima tahun terakhir cenderung meningkat namun dilihat dari segi nilai ekspor masih cenderung berfluktuasi (Tabel 2). Menurut Kotler (2000), pangsa pasar merupakan hal yang tidak mudah karena disebabkan pemasar harus dapat mengevaluasi dan mempertimbangkan berbagai hal dalam menentukan pasar yang dituju. Sebagai salah satu negara pengeksport ubi jalar terbesar di pasar ASEAN, Indonesia dituntut untuk dapat menambah atau meningkatkan pangsa pasar yang telah dikuasai sebelumnya, dikarenakan ubi jalar merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang memiliki potensi besar dalam hal kontribusi atau perannya untuk menghadapi pasar bebas di kawasan Asia tenggara atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Tabel 2. Volume Ekspor 3 Negara Eksportir Ubi Jalar Terbesar di ASEAN Tahun 2012-2013

Tahun	Volume Ekspor (Ton)		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
2009	3.317.000	1.740.000	456.000
2010	4.680.000	1.936.000	418.000
2011	4.271.000	1.922.000	308.000
2012	5.581.000	1.890.000	266.000
2013	5.043.000	1.834.000	280.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, (2016)

Indonesia termasuk ke dalam tiga besar negara pengeksport ubi jalar di kawasan ASEAN. Hal ini dibuktikan bahwa pada tahun 2009-2013 Indonesia berada pada posisi pertama diikuti oleh Malaysia di posisi kedua dan Singapura di

posisi ketiga dalam segi jumlah kuantitas ekspor ubi jalar. Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu eksportir dan produsen ubi jalar terbesar di ASEAN.

Tabel 2 membuktikan bahwa Indonesia mempunyai potensi atau peluang yang besar untuk bersaing dalam perdagangan ubi jalar di ASEAN. Indonesia berada di posisi pertama mengungguli Malaysia yang menduduki posisi kedua dalam hal kuantitas ekspor ubi jalar. Kuantitas ekspor Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2012 sebesar 5.581.000 ton menjadi 5.043.000 ton pada tahun 2013. Hal ini membuktikan bahwa permasalahan menurunnya jumlah kuantitas ekspor ubi jalar di pasar ASEAN disebabkan oleh rendahnya produksi ubi jalar domestik yang dipengaruhi luas lahan yang semakin berkurang pada tahun tersebut (Badan Pusat Statistik, 2016).

Menurut FAO (2016), nilai ekspor ubi jalar Indonesia pada tahun 2009-2013 mengalami perkembangan yang fluktuatif (Tabel 3). Hal ini dapat dilihat pada tahun 2009 mempunyai nilai sebesar US\$1.753.000 naik menjadi US\$2.223.000 pada tahun 2010. Pada tahun 2011-2012 mengalami penurunan namun tahun 2012-2013 terjadi peningkatan yang pada akhirnya pada tahun 2013 mempunyai nilai ekspor sebesar US\$1.812.000. Hal ini masih tergolong sama dengan nilai ekspor yang diperoleh oleh Malaysia walaupun lebih tinggi Indonesia. Malaysia merupakan salah satu negara pesaing Indonesia dalam hal ekspor ubi jalar di kawasan ASEAN. Malaysia juga mempunyai nilai ekspor yang cenderung fluktuatif selama periode lima tahun yang pada akhirnya mencapai nilai ekspor sebesar \$558.000 pada tahun 2013.

Tabel 3. Nilai Ekspor 3 Negara Eksportir Ubi Jalar Terbesar di ASEAN Tahun 2009-2013

Tahun	Nilai Ekspor (\$)		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
2009	1.753.000	456.000	562.000
2010	2.223.000	550.000	559.000
2011	2.168.000	730.000	437.000
2012	2.968.000	622.000	407.000
2013	1.812.000	558.000	424.000

Sumber : Food and Agriculture Organization, (2016)

Ketidakmampuan Indonesia dalam hal peningkatan nilai ekspor ubi jalar secara stabil, disebabkan oleh pengaruh dari lingkungan dan pengolahan ubi jalar lokal yang belum mampu mempertahankan secara konsisten dalam segi mutu atau kualitas. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi permasalahan terkait produksi ubi jalar di Indonesia yang menyebabkan ketidakstabilan nilai ekspor dari ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN.

Berdasarkan beberapa fakta yang telah dijabarkan, membuat Indonesia akan menghadapi tantangan yang semakin ketat dari negara pesaingnya di ASEAN. Maka penting untuk dilakukan suatu langkah dalam meningkatkan spesialisasi dan daya saing komoditas ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN. Salah satunya adalah penelitian untuk menganalisis daya saing ekspor ubi jalar Indonesia di pasar internasional khususnya di pasar ASEAN sehingga peranannya dalam perekonomian dapat digunakan untuk melihat posisi Indonesia dalam perdagangan internasional komoditas ubi jalar. Hal lainnya adalah serta dapat melihat perkembangan kedepan akan potensi dan ekspor ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN guna menghadapi tantangan MEA.

1.2 Rumusan Masalah

Pentingnya suatu negara memperhatikan keunggulan dan spesialisasi atau daya saing akan berpengaruh terhadap keberlangsungan negara tersebut ditinjau dari segi ekonomi. Hal ini dikarenakan dalam suatu negara sangat membutuhkan suatu spesialisasi atau daya saing yang dimiliki untuk menghadapi berbagai persoalan atau semakin majunya perkembangan globalisasi perdagangan internasional khususnya di kawasan ASEAN. Suatu negara akan lebih baik melakukan spesialisasi pada keunggulan atau daya saing untuk memenuhi kebutuhannya yang dilakukan dengan cara melakukan perdagangan dengan negara lain. Apabila hal ini terjadi maka kemakmuran dunia akan meningkat (Salvatore, 2006).

Ubi Jalar adalah salah satu komoditas unggul Indonesia yang memiliki spesialisasi perdagangan dan dapat diandalkan dalam menghadapi tantangan semakin berkembangnya globalisasi. Hal ini karena ubi jalar adalah salah satu produk atau komoditas yang mempunyai karakter atau sifat kuat dibuktikan dengan bahwa ubi jalar mampu atau cocok ditanam hampir di seluruh wilayah

Indonesia. Maka dari itu ubi jalar Indonesia dapat dikatakan sebagai salah satu komoditas yang mempunyai prospek atau masa depan cerah khususnya dalam hal kegiatan ekspor. Perkembangan globalisasi yang semakin maju membuat persaingan antar negara dalam perdagangan barang atau komoditas menjadi lebih ketat. Menurut Tambunan (2001), Tingkat daya saing dari suatu negara dalam perdagangan internasional ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor keunggulan komparatif (*Comparative Advantage*) dan keunggulan kompetitif (*Natural Advantage*). Keunggulan komparatif merupakan salah satu keunggulan yang bersifat alamiah dan keunggulan kompetitif dianggap sebagai keunggulan yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan ataupun diciptakan.

Permasalahan ubi jalar Indonesia dalam segi komparatifnya adalah salah satunya dilihat dari segi kesuburannya yang tergolong rendah. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan ubi jalar di Indonesia sebagian besar dibudidayakan pada lahan kering daripada lahan sawah, bibit yang digunakan seringkali berkualitas kurang baik, dan pengelolaan tanaman dilakukan secara sederhana dengan input sekedarnya (Karama, 2003). Permasalahan lainnya adalah dari segi pelaku usaha tani dari komoditas ubi jalar di Indonesia sebagian besar dilakukan oleh petani-petani kecil dan penggunaan teknologi pengelolaan yang terbatas (Nasir dkk, 2012). Sementara dari segi kompetitifnya, permasalahan yang dialami ubi jalar Indonesia ialah hasil akhir dari ubi jalar di Indonesia masih dalam bentuk bahan mentah atau segar. Hal ini membuat nilai dari harga jual yang diperoleh tergolong rendah dan kurang kompetitif atau berdaya saing terhadap ubi jalar dari negara lain yang telah di olah dalam suatu produk olahan yang lebih memiliki harga jual lebih tinggi.

Pasar persaingan ubi jalar Indonesia saat ini menghadapi suatu sistem pasar perdagangan bebas dengan negara lain. Hal ini dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN, menjadikan derasnya keluar-masuk barang atau suatu komoditas yang dapat menyebabkan semakin minimnya pengendalian pada pasar dan pada akhirnya tidak adanya halangan atau hambatan bagi negara-negara di kawasan ASEAN untuk saling berkompetisi khususnya dalam kegiatan ekspor. Faktanya, perkembangan ekspor ubi jalar dari Malaysia yang merupakan salah satu pesaing Indonesia memiliki rata-rata yang semakin meningkat tiap tahunnya.

Saat ini Malaysia menempati posisi kedua di kawasan ASEAN untuk ekspor ubi jalar berada dibawah Indonesia yang menempati posisi pertama dan disusul Singapura pada tempat ketiga atau terakhir, (FAO, 2016).

Daya saing Indonesia sebagai salah satu produsen ubi jalar di kawasan Asia Tenggara tergolong cukup memiliki prospek pada masa depan. Hal ini di buktikan dengan cukup banyaknya permintaan dari ubi jalar Indonesia pada negara-negara ASEAN seperti misalnya permintaan dari Singapura. Negara Singapura merupakan salah satu negara maju di kawasan ASEAN. Hal ini dapat dikarenakan Singapura merupakan negara pusat perdagangan di ASEAN. Dalam hal teknologi dalam kaitannya pada komoditas ubi jalar dapat dikatakan sangat maju, seperti misalnya Singapura mampu membuat produk oalahan atau turunan dari ubi jalar menjadi lebih beragam (kosmetik, tekstil, dan farmasi). Pada era globalisasi seperti ini, perkembangan teknologi berkembang pesat sehingga menyebabkan pembuatan produk turunan dari komoditas ubi jalar menjadi lebih beragam. Oleh sebab itu, Indonesia sebagai salah satu produsen ubi jalar terbesar di kawasan ASEAN diyakini dapat bersaing dengan negara-negara lain.

Mengingat tantangan yang dihadapi oleh Indonesia di kawasan ASEAN dalam kegiatan ekspor ubi jalar semakin ketat. Maka hal ini sangat berpengaruh dan akan memberikan dampak terhadap daya saing Indonesia di pasar ASEAN khususnya dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Perekonomian Indonesia akan meningkat apabila Indonesia mampu berdaya saing dengan negara-negara pesaing dalam ekspor ubi jalar.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijabarkan, maka pertanyaan pokok penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana spesialisasi perdagangan ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)?
2. Bagaimana daya saing komparatif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)?
3. Bagaimana daya saing kompetitif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dari pertanyaan penelitian yang telah ditulis, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis spesialisasi perdagangan ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN
2. Menganalisis daya saing komparatif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN
3. Menganalisis daya saing kompetitif ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai sumber informasi atau masukan bagi pemerintah atau instansi serta lembaga terkait selaku pengambil kebijakan mengenai pengembangan daya saing ubi jalar di Indonesia khususnya dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN
2. Sebagai acuan atau masukan bagi penelitian selanjutnya mengenai daya saing ubi jalar Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN
3. Sebagai bahan pertimbangan, informasi, dan masukan bagi para pelaku usaha ubi jalar atau petani terkait daya saing ubi jalar di Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini digunakan beberapa acuan atau referensi dari penelitian terdahulu yang terkait dengan analisa daya saing antara lain : Kania dkk (2012) dengan judul analisis daya saing ekspor lada Indonesia di pasar Internasional. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan lada Indonesia di pasar Internasional. Tujuan lainnya adalah untuk melihat seperti apa pasar yang terbentuk pada komoditas lada Indonesia di pasar Internasional dan melihat seperti apa keunggulan dari ubi jalar Indonesia dilihat dari segi komparatif dan kompetitif. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis diantaranya *Concentration Ratio (CR)*, *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Herfindahl Index (HI)*, dan *Export Competitive Index (Xci)*. Negara pembanding yang dipakai dalam penelitian tersebut adalah Vietnam, Brazil, dan India dengan jangka waktu 2000-2010. Hasil yang diperoleh dari segi RCA maupun Xci menyatakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan nilai $RCA > 1$ dan kedudukan posisinya kedua dibawah Vietnam. Namun dilihat dari nilai Xci, menunjukkan hasil yang fluktuasi yang berarti bahwa trend daya saing dari Indonesia pada pangsa pasar tergolong lemah.

Anggit dkk (2012) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis trend volume ekspor *Crude Palm Oil (CPO)* Indonesia pada tahun 2013-2015 dan juga menganalisis daya saing dilihat dari segi komparatif maupun kompetitif di pasar Internasional. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dan peramalan asosiatif/regresi linier. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan daya saing CPO Indonesia di pasar Internasional mempunyai keunggulan komparatif yang rendah dengan nilai indeks RCA sebesar 0,85. Keunggulan kompetitif CPO Indonesia di pasar Internasional dapat dikatakan sebagai negara yang cenderung sebagai pengeksportor karena dilihat dari nilai ISP yang mendekati 1 yaitu sebesar 0,95. Hasil selanjutnya menunjukkan analisis trend dari CPO Indonesia pada 3 tahun kedepan mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2013 mempunyai nilai sebesar 10.360.656 kg, pada tahun 2014 mempunyai nilai sebesar 10.824.992 kg, dan pada tahun 2015 mempunyai nilai sebesar 11.289.328 kg.

Firmansyah (2008) melakukan penelitian mengenai posisi daya saing dan spesialisasi dari perdagangan teh Indonesia dalam menghadapi globalisasi. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis diantaranya adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia dalam hal posisi daya saing tergolong di bawah rata-rata dengan negara pesaing yaitu Sri Lanka, Kenya, China, dan India. Hal ini disebabkan karena nilai ekspor teh Indonesia tergolong rendah, sementara nilai total ekspor Indonesia cenderung tinggi. Hasil lain adalah nilai ISP Indonesia lebih tinggi dari negara-negara pesaingnya yaitu India, Kenya, China, dan India namun masih dibawah dari Sri Lanka.

Penelitian yang dilakukan oleh Riani (2015) dengan judul Analisis daya saing ubi jalar Indonesia di pasar internasional memiliki tujuan untuk menganalisis spesialisasi perdagangan ubi jalar Indonesia, menganalisis daya saing komparatif, dan menganalisis daya saing dari segi kompetitif. Metode yang digunakan adalah *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dan *Export Competitiveness Index* (Xci). Negara pembanding yang dipakai adalah China, Belanda, Mesir, dan Amerika Serikat karena merupakan negara pengekspor terbesar didunia. Hasil yang didapat penelitian tersebut adalah daya saing komparatif ubi jalar Indonesia dinyatakan tergolong kuat disebabkan nilai rata-rata RCTA pada periode tahun 1994-2013 lebih dari nol yaitu 5,456. Posisi daya saing ubi jalar Indonesia berada pada urutan ketiga setelah Mesir dan China, namun masih unggul terhadap Amerika Serikat dan Belanda. Hasil Xci menyatakan bahwa trend daya saing ubi jalar Indonesia meningkat dan mampu bersaing di pasar Internasional. Nilai Xci Indonesia sebesar 1,184 yang menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi ketiga setelah Mesir dan Belanda. Hasil ISP ubi jalar Indonesia memiliki rata-rata positif (0,962). Hal ini menunjukkan mempunyai daya saing yang kuat, tergolong sebagai negara eksportir, dan berada pada tahap kematangan.

Penelitian yang dilakukan Permatasari (2015) menganalisis spesialisasi perdagangan dan daya saing ubi kayu Indonesia di pasar Asian. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis spesialisasi perdagangan ubi kayu di Indonesia dan menganalisis daya saing ubi kayu Indonesia di pasar Asia. Metode

analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Negara pesaing yang digunakan ialah antara lain Thailand dan Vietnam dan dalam menentukan negara pembanding menggunakan data time series selama periode 12 tahun yaitu antara 2000-2012. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah perkembangan dari ubi kayu Indonesia mengalami perkembangan yang positif dalam kurun waktu 2000-2012. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan produksi dan nilai ekspor ubi kayu sebesar 0,25 dan 0,04 %. Rata-rata ISP Indonesia sebesar -0,14 yang menjadikan sebagai negara kecenderungan importir ubi kayu. Hasil rata-rata RCA sebesar 51,05 yang membuktikan bahwa Indonesia memiliki daya saing diatas rata-rata namun masih berada di bawah Thailand dan Vietnam.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan pada umumnya untuk mengetahui daya saing yang mengandalkan atau menggunakan data bersifat sekunder. Pengukuran yang diperhatikan yaitu menggunakan spesialisasi perdagangan, keunggulan kompetitif, dan keunggulan komparatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan metode yang berbeda. Penelitian ini menggunakan perpaduan data dari *Food Agriculture Organization* (FAO) dan sedikit dari *United Nations of Commodity Trade* (Un Comtrade). Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menganalisis spesialisasi perdagangan, keunggulan kompetitif, dan keunggulan komparatif ubi jalar Indonesia dibandingkan dengan negara pesaing seperti Malaysia dan Singapura. Kombinasi analisis yang dilakukan adalah dengan metode seperti Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA), dan *Export Competitiveness Index* (XCI).

Perbedaan yang nampak dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu oleh Riani (2015) yang juga menganalisis daya saing ubi jalar adalah pada negara pembanding, sumber data yang digunakan, dan tantangan yang dihadapi atau pangsa pasar yang digunakan. Spesialisasi perdagangan ubi jalar yang dianalisis peneliti guna mengetahui perkembangan ubi jalar Indonesia apakah dikatakan sebagai eksportir atau importir. Negara pembanding yang digunakan dalam penelitian ini adalah Malaysia dan Singapura dengan periode waktu selama 20 tahun yaitu dari tahun 1994-2003. Penentuan sumber data yang

digunakan, memilih menggunakan kombinasi dari data *Food Agriculture Organization* (FAO) dan *United Nations of Commodity Trade* (UN COMTRADE). Pangsa pasar yang dihadapi adalah pada lingkup ASEAN dikarenakan dalam kaitannya dengan menghadapi tantangan dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang membuat persaingan antar negara menjadi lebih ketat dalam hal perdagangan.

Keunggulan komparatif yang digunakan selain dari Teori Berlian Porter adalah dengan analisis *Export Competitiveness Index* (XCI). Penggunaan alat analisis Xci dalam penelitian ini dapat menunjukkan kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang tergolong sebagai negara pesaing. XCI ini juga dapat melihat rasio pertumbuhan suatu negara pada komoditas tertentu terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut pada pasar dunia (Amir, 2000 dalam Saboneine 2009). Sementara kelebihan yang diperoleh dari alat analisis *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) daripada menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah RCTA digunakan untuk melihat perkembangan tidak hanya dari kegiatan ekspor namun juga terdapat kegiatan impor pada suatu negara tertentu. Berbeda halnya dengan RCA yang hanya melihat perkembangan kegiatan ekspor dari suatu negara tertentu. Pemilihan alat analisis RCTA ini dipilih berdasarkan bahwa nilai ekspor suatu negara dapat dikatakan mempunyai nilai yang besar, namun nilai impor (produk sama) juga mempunyai nilai yang besar. Hal ini merupakan perdagangan antarnegara dalam suatu industri yang sama yang mana suatu negara tidak hanya melakukan kegiatan ekspor, namun juga melakukan kegiatan impor terhadap suatu produk yang sama (Tambunan, 2004).

2.2 Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional merupakan suatu keadaan dimana terjadinya proses pertukaran dari suatu barang atau komoditas yang dilakukan oleh negara-negara tertentu. Menurut Tambunan (2001), perdagangan internasional adalah perdagangan antar negara yang meliputi ekspor dan baik perdagangan barang (fisik) ataupun perdagangan jasa. Apabila suatu nilai dari ekspor lebih kecil daripada impor maka saldo neraca perdagangan yang dihasilkan adalah negatif, sebaliknya apabila suatu nilai ekspor lebih besar daripada nilai impor maka saldo

neraca perdagangan yang dihasilkan positif. Perdagangan internasional antar negara mencakup kegiatan-kegiatan yang menguntungkan bagi suatu negara seperti ekspor dan impor.

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Perdagangan internasional merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan GDP (*Gross Domestic Product*) (Apridar, 2009).

Perdagangan internasional menunjukkan adanya hubungan dan saling ketergantungan di antara dua atau lebih negara. Tiap-tiap negara memiliki karakter dan ciri khas masing-masing. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang di kawasan Asia Tenggara, kegiatan ekspor menjadi suatu keuntungan dan peluang dalam hal terbukanya kesempatan kerja. Keuntungan lain adalah untuk meningkatkan pendapatan negara yang dapat digunakan untuk membeli barang atau komoditas dari luar negeri yang mana tidak dapat di produksi di dalam negeri atau domestik dikarenakan minimnya teknologi yang dimiliki. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya perdagangan internasional, tiap-tiap negara yang akan saling terintegrasi satu dengan yang lain, saling berinteraksi dan menciptakan hubungan bilateral antar negara yang baik khususnya dalam hal perdagangan.

Boediono (2001) menyatakan bahwa perdagangan merupakan suatu tindakan pertukaran yang dilakukan secara suka rela tanpa adanya paksaan. Pertukaran yang dilakukan tanpa suka rela maka itu tidak dapat dikatakan perdagangan. Masing-masing pihak pada setiap perdagangan memiliki nilai sendiri dalam penentuan untung dan rugi dari pandangan pihak tersebut sebelum melanjutkan sebuah pertukaran.

Tujuan utama dengan adanya perdagangan internasional ialah terciptanya pengalokasian sumber daya dari dunia yang semakin meningkat dan efisien serta membuat kesejahteraan dan kemanakmuran umat manusia menjadi lebih baik.

Adapun tujuan dari perdagangan internasional bagi penduduk dalam suatu negara yaitu :

1. Memperluas pangsa produk domestik menuju ke luar negeri. Produk dalam negeri mempunyai kesempatan untuk menembus pasar luar negeri.
2. Mendapatkan barang atau produk yang tidak dapat diproduksi dalam negeri
3. Mendapatkan transfer teknologi yang modern. Karena dengan adanya perdagangan internasional, suatu negara memungkinkan untuk melakukan impor alat-alat yang lebih canggih untuk meningkatkan dari segi produktivitas.
4. Pada akhirnya akan meningkatkan devisa atau pendapatan negara yang mana telah melakukan kegiatan ekspor dan impor.

Menurut Halwani (2002), menyatakan bahwa perdagangan antar negara berlangsung atas dasar saling percaya dan saling menguntungkan, mulai dari barter atau pertukaran hingga transaksi jual beli antara para pedagang (traders) dari berbagai wilayah hingga diluar batas negara. Berikut beberapa penyebab umum yang mendorong terjadinya perdagangan internasional :

- a. Sumber daya alam (*natural resource*)
- b. Sumber daya modal (*capital resources*)
- c. Tenaga kerja (*human resources*)
- d. Teknologi

Berdasarkan definisi-definisi para ahli, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perdagangan internasional adalah suatu hubungan yang terjadi atau interaksi antar dua negara atau lebih dalam hal ekspor dan impor yang mana interaksi tersebut terjalin atas dasar perjanjian atau kesepakatan antara kedua belah pihak yang pada akhirnya tujuannya untuk meningkatkan pendapatan atau devisa negara sehingga perekonomian menjadi lebih baik.

2.3 Teori Perdagangan Internasional

Teori perdagangan internasional dapat digolongkan ke dalam dua kelompok yaitu teori klasik dan teori modern. Teori Klasik yang umum dikenal adalah Teori Keunggulan Absolut dari Adam Smith, Teori Keunggulan Relatif atau Keunggulan Komparatif dari J.S Mill dan Teori Biaya Relatif dari David Ricardo.

Sementara Teori Faktor Proporsi dari Hecksher dan Ohlin disebut sebagai Teori Modern.

2.3.1 Teori Klasik

Teori ini disebut Teori Keunggulan Absolut yang dikembangkan oleh Adam Smith pada abad ke-18. Teori keunggulan atau keuntungan absolut dari Adam Smith sering disebut sebagai teori murni perdagangan internasional. Dasar pemikiran dari teori ini adalah bahwa suatu negara akan melakukan spesialisasi terhadap dan ekspor suatu (atau beberapa) jenis barang tertentu, dimana negara tersebut memiliki keunggulan absolut dan tidak memproduksi atau impor suatu (atau beberapa) jenis barang tertentu dimana negara tersebut tidak mempunyai keunggulan absolut atas negara lain yang memproduksi jenis barang yang sama, atau suatu negara akan mengekspor atau mengimpor barang X jika negara itu dapat atau tidak dapat memproduksinya lebih efisien atau murah dibandingkan negara lain. Jadi teori ini menekankan bahwa efisiensi dalam penggunaan faktor produksi, misalnya tenaga kerja, di dalam proses produksi sangat menentukan keunggulan atau tingkat daya saing dari negara bersangkutan (Tambunan, 2004)

Adam Smith dalam perdagangan bebas mempunyai keinginan untuk bebas dari campur tangan pemerintah. Hal ini akan membuat semua kalangan bekerja dengan keras untuk menciptakan spesialisasi dalam kepentingan negaranya sendiri. Jadi suatu negara akan menghasilkan suatu produk yang memiliki keuntungan mutlak apabila terdapat spesialisasi yang tercipta. Keuntungan mutlak yang dikemukakan oleh Adam Smith bahwa suatu negara akan mendapat manfaat dilihat dari perdagangan internasional karena telah melakukan spesialisasi produk dan melakukan ekspor barang apabila negara ini memiliki keunggulan mutlak tersebut dan melakukan kegiatan impor apabila sudah tidak memiliki keunggulan mutlak.

Sebagai contoh misalkan dengan memakai ukuran jumlah unit output per 1 TK (produktivitas). RI dalam satu bulan seorang pekerja dapat memproduksi 0 unit A atau 5 unit B, sedangkan di AS dalam waktu yang sama tingkat produktivitas TK adalah 5 unit A dan 10 unit B (tabel 4). Jelas bahwa TK di RI lebih produktif dalam menghasilkan barang A dan TK di AS lebih produktif dalam memproduksi B. Jika tidak ada perdagangan internasional, dengan rasio

A/B di RI= 2, maka dalam sebulan RI hanya dapat menghasilkan 5 unit A dan 2,5 unit B, karena TK-nya digunakan untuk menghasilkan kedua barang tersebut, dengan asumsi ada permintaan di pasar dalam negeri terhadap A dan B. Demikian juga dengan rasio A/B di AS = ½, maka dalam sebulan AS hanya bisa membuat 2,5 unit A dan 5 unit B dengan alasan yang sama. Jadi, sebelum ada perdagangan antara kedua negara tersebut, jumlah produksi A dan B dari RI dan AS adalah: $5A + 2,5B + 5B + 2,5A = 7,5A + 7,5B$.

Tabel 4. Ilustrasi Keunggulan Mutlak dari Adam Smith

Negara	Kemungkinan produksi		DTDN	
	A	B	A/B	B/A
RI	10	5	2	0,5
AS	5	10	0,5	2

Sumber : Tambunan (2004)

Berdasarkan Tabel 4, jika ada perdagangan anatara kedua negara tersebut dan masing-masing berspesialisasi pada produk yang paling produktif baginya, maka RI akan ekspor A ke AS dan impor B dari AS, sedangkan AS akan ekspor B ke RI dan impor A dari RI. Maka jumlah barang A dan B yang dapat dihasilkan meningkat yakni menjadi 10A dan 10B. Di RI, DTDN A/B = 2, artinya nilai 2 unit A = 1 unit B. Rasio ini dapat dijelaskan sebagai berikut: misalnya upah 1 TK = Rp10.000 dan 1 TK bisa membuat 10A atau 5B, berarti harga satu unit A (tidak ada margin keuntungan atau harga = biaya produksi per unit output) = Rp1.000 dan harga satu unit B = Rp2.000 = 2 x harga satu unit A. Di AS, DTDN A/B = ½, artinya nilai 1 unit A = 2 unit A. Berdasarkan DTDN di masing-masing negara berbeda, maka bila 10 unit A dari RI ditukarkan dengan B dari AS, maka RI akan mendapatkan 20 unit B, sedangkan bila RI menghasilkan sendiri barang B yang mana RI tidak mempunyai keunggulan (produktivitasnya rendah), hanya dapat mencapai maksimum 5 unit. Jadi jelas dengan spesialisasi dalam produksi barang A dan di ekspor ke AS, RI memperoleh keuntungan sebesar: 20B (dari AS) – 5B (jika buat sendiri) = 15B, dalam setiap ekspor 10A. Demikian juga jika AS berspesialisasi di produksi B, maka keuntungan yang diperolehnya dari mengekspor ke RI adalah sebesar: 2A (dari RI) – 5B (jika buat sendiri) = 15 A dalam setiap ekspor 10B (Tambunan, 2001).

Tabel 5. Data Hipotesis Teori *Absolute Advantage* dari Adam Smith

Produk Per Satuan Tenaga Kerja/Hari	Teh	Sutra	DTDN
Indonesia	12 Kg	3 m	4 Kg = 1 1 Kg = $\frac{1}{4}$
China	4 Kg	8 m	$\frac{1}{2}$ Kg = 1 m 1 Kg = 2 m

Sumber: Apridar (2009)

Berdasarkan DTDN (Dasar Tukar Dalam Negeri) dapat dilihat, sebagai berikut:

- Harga 1 kg teh di Indonesia lebih murah (hanya $\frac{1}{4}$ sutra) dibandingkan dengan China yang lebih mahal (yaitu 2 m sutra)
- Sebaliknya, harga 1 m sutra di China lebih murah (hanya $\frac{1}{2}$ kg teh) dibandingkan dengan di Indonesia yang lebih mahal (yaitu 4 kg teh).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Indonesia memiliki keunggulan mutlak dalam produksi teh sehingga akan melakukan spesialisasi produksi dan ekspor teh ke China. Sebaliknya Indonesia akan mengimpor sutra ke China. China memiliki keunggulan mutlak dalam produksi sutra, sehingga akan melakukan spesialisasi produksi dan ekspor sutra ke Indonesia, sedangkan Indonesia akan mengekspor teh ke China.

Manfaat langsung yang dirasakan dari spesialisasi produksi (*gain form trade*) adalah:

- Dengan spesialisasi dan mengekspor 1 kg teh ke China, Indonesia bisa mendapatkan 2 m sutra, sedangkan di dalam negeri hanya dapat ditukar dengan $\frac{1}{4}$ m sutra. Dengan demikian dengan menggunakan spesialisasi perdagangan Internasional Indonesia mendapatkan keuntungan sebesar $2m - \frac{1}{4}m = \frac{7}{4}m$ sutra.
- Dengan spesialisasi dan mengekspor 1 m sutra ke Indonesia, China akan mendapatkan 4 kg teh, sedangkan di dalam negeri hanya dinilai atau dapat ditukar dengan $\frac{1}{2}$ kg teh. Dengan demikian melalui spesialisasi produksi dan perdagangan Internasional, China akan mendapat keuntungan $4\text{ kg} - \frac{1}{2}\text{ kg} = \frac{7}{2}\text{ kg}$ teh.

Tabel 6. Hipotesis untuk *Gaint Form Trade* Berdasarkan Teori Keunggulan Mutlak dari Adam Smith

Produk Persatuan Tenaga Kerja	Teh		Sutra	
	TS	DS	TS	DS
Indonesia	12 kg	24 kg	3 m	0 m
China	4 kg	0 kg	8 m	16 m
Penduduk Kedua Negara	16 kg	24 kg	11 m	16 m

Sumber: Apridar (2009)

Keterangan:

TS = Tanpa Spesialisasi

DS = Dengan Spesialisasi

Dari hasil analisis tersebut, maka dapat diketahui bahwa Dasar Tukar Internasional (DTI) akan memberikan manfaat perdagangan internasional bagi kedua negara. Artinya kedua negara akan saling diuntungkan tanpa ada yang merugikan negara lain.

Teh : $\frac{1}{4} \text{ m} < \text{DTI teh} < 2 \text{ m}$

Sutra : $\frac{1}{2} \text{ kg} < \text{DTI sutra} < 4 \text{ kg}$

2.3.2 Teori Keunggulan Komparatif

Teori dari Adam Smith masih memiliki kelemahan seperti misalnya tidak akan terjadi perdagangan antara negara satu dengan negara lain apabila hanya ada satu negara yang memperoleh manfaatnya. Hal ini membuat kemunculan pemikiran dari John S. Mill dan David Ricardo yang disebut sebagai teori keunggulan komparatif atau teori biaya komparatif. Teori ini dianggap sebagai kritik dan sekaligus sebagai usaha penyempurnaan/perbaikan terhadap teori keunggulan absolut. Dasar pemikiran dari Ricardo dan Mill mengenai penyebab terjadinya perdagangan antar negara pada prinsipnya tidak berbeda dengan dasar pemikiran dari Adam Smith. Perbedaannya hanya pada cara pengukuran keunggulan suatu negara, yakni dilihat komparatif biayanya bukan perbedaan absolutnya. J.S Mill berasumsi bahwa suatu negara akan mengkhususkan diri pada ekspor barang tertentu bila negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terbesar dan akan melakukan impor barang tertentu apabila negara tersebut memiliki kerugian komparatif atau keunggulan komparatif yang rendah. Pemikiran dari Ricardo adalah perdagangan antara dua negara akan terjadi apabila masing-masing negara memiliki biaya relatif yang terkecil untuk jenis barang yang berbeda. Penekanan Ricardo pada perbedaan efisiensi relatif antar negara

dalam memproduksi dua atau lebih jenis barang yang menjadi dasar terjadinya perdagangan internasional (Tambunan,2004).

Teori ini memiliki konsep perdagangan yang semakin disukai masyarakat internasional, pertama kali dikemukakan oleh David Ricardo (1772-1823) juga dikenal dengan teori *comperative cost* atau *comperative advantage*. Teori ini mengatakan bahwa setiap negara mengkhususkan produksinya dalam bidang-bidang yang diunggulinya secara komperatif dan semua negara melakukan perdagangan secara bebas tanpa hambatan, maka akan tercapainya efisiensi dalam penggunaan faktor-faktor yang produksi dan pada gilirannya produksi dunia secara keseluruhannya akan mencapai maksimum sehingga makin tinggi kemakmurannya.

Tabel 7. Hipotesis Teori *Comperative Advantage*

Negara	Produksi	
	1 kg gula	1 m kain
Indonesia	3 hari kerja	4 hari kerja
China	6 hari kerja	5 hari kerja

Sumber: Apridar (2009)

Hipotesis ini jika dikaitkan pada teori keunggulan mutlak Adam Smith maka Indonesia unggul mutlak dengan China, baik dalam produksi dalam produksi 1 kg gula maupun 1 m kain. Indonesia maupun China jika di tinjau pada teori Adam Smith tidak akan melakukan ekspor maupun Impor.

David Ricardo berbeda pendapat dengan Adam Smith, kedua negara tersebut masih dapat melakukan perdagangan. Indonesia memiliki keunggulan mutlak di banding dengan China, untuk kedua produk tersebut, maka akan tetap terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan kedua negara melalui spesialisasi jika negara tersebut memiliki *cost comperative advantage*.

Tabel 8. Perhitungan *Cost Comperative Advantage (Labor Efficiency)*

Perhitungan <i>Cost Comperative Advantage (Labor Efficiency)</i>		
Perbandingan Cost	1 kg Gula	1 m kain
Indonesia		
China	3/6	4/5
China		
Indonesia	6/3	5/4

Sumber : Apridar (2009)

Berdasarkan perbandingan *cost comparative advantage*, dapat dilihat bahwa tenaga kerja Indonesia lebih efisien jika dibandingkan dengan China dalam produksi 1 kg gula. Asumsi ini yang mendorong Indonesia untuk melakukan spesialisasi produksi dan ekspor gula. Sebaliknya, tenaga kerja China ternyata lebih efisien dalam produksi 1 m kain maka China melakukan spesialisasi produksi dan ekspor kain.

2.3.3 Teori Modern: Teori H-O

Teori Hecksher dan Ohlin (H-O) disebut juga teori proporsi faktor (*factor proportion*) atau teori ketersediaan faktor (*factor endowment*). Dasar pemikiran dari teori ini adalah bahwa perdagangan internasional misalnya antara Indonesia dan Amerika Serikat (AS) terjadi karena *opportunity cost* yang berbeda antara kedua negara tersebut. Perbedaan ongkos alternatif tersebut dikarenakan adanya perbedaan dalam jumlah faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, tanah, dan bahan baku yang dimiliki Indonesia dan AS. Indonesia memiliki tanah yang lebih luas dan bahan-bahan baku serta tenaga kerja khususnya dari golongan berpendidikan rendah dan jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan AS. Sementara AS memiliki tenaga kerja yang berpendidikan tinggi dalam jumlah yang lebih banyak daripada Indonesia.

Jadi karena faktor *endowment* yang berbeda, maka sesuai hukum pasar, harga dari faktor-faktor produksi tersebut juga berbeda antara Indonesia dan AS. Misalnya hanya ada dua faktor produksi yaitu tenaga kerja (L) dan modal (K) dengan harga masing-masing w (gaji) dan r (suku bunga). Maka w di Indonesia lebih murah daripada AS dan r di Indonesia lebih mahal dibandingkan di AS. Namun Indonesia dapat dikatakan unggul dalam memproduksi barang karena hal ini tergantung pada tingkat intensitas pemakaian L dan K dalam memproduksi barang tersebut. Intensitas pemakaian faktor produksi adalah rasio faktor produksi terhadap output. Sebagai contoh misalnya hanya ada dua jenis barang yaitu X dan Y. X padat tenaga kerja (atau intensitas pemakaian faktor modal dalam membuat X rendah) dan Y padat modal (intensitas pemakaian faktor tenaga kerja rendah). Atau dapat ditulis sebagai berikut: $(L/X) > (L/Y)$ dan $(K/X) < (K/Y)$. Hal ini berarti bahwa harga X di Indonesia lebih tinggi daripada di AS.

Berdasarkan rasio harga dari kedua barang tersebut, jelas Indonesia memiliki keunggulan atas AS dalam memproduksi X dan AS memiliki keunggulan atas Indonesia dalam memproduksi Y.

Jadi menurut teori H-O, suatu negara akan mengkhususkan dalam produksi dan ekspor barang-barang yang input atau faktor produksi utamanya relatif sangat banyak di negara tersebut, dan impor barang yang input utamanya tidak dimiliki oleh negara tersebut atau jumlahnya terbatas. Berdasarkan kasus pada Indonesia, artinya bahwa negara tersebut akan melakukan ekspor produk-produk yang padat karya atau padat bahan-bahan baku yang berlimpah di dalam negeri seperti minyak, batu bara dan komoditas-komoditas pertanian (Tambunan, 2001)

2.4 Tinjauan Spesialisasi Perdagangan

Menurut Tambunan (2004), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk melihat apakah suatu jenis produk disuatu negara cenderung menjadi negara eksportir atau importir. Secara implisit, indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran yang dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik atau sesuai dengan teori perdagangan internasional yaitu teori *vent for surplus*, dimana ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut dipasar domestik. Sebenarnya dengan mengobservasi indeks ini sepanjang waktu, menurut komoditi dan industri dapat dibahas kesenjangan permintaan dan penawaran di pasar domestik sekaligus mengukur derajat daya saing dari komoditi atau industri bersangkutan.

$$ISP = \frac{(X_{ia} - M_{ia})}{(X_{ia} + M_{ia})}$$

Keterangan

X_{ia} = Ekspor barang jenis i ke negara a

M_{ia} = Impor barang jenis i ke negara a

Kisaran dari nilai indeks adalah antara -1 sampai dengan +1. Apabila nilainya positif (diatas 0 sampai dengan 1) maka negara bersangkutan cenderung sebagai pengeksportir dari komoditi tersebut (penawaran domestik lebih besar dari permintaan domestik). Sebaliknya, dapat dikatakan cenderung sebagai pengimpor

(penawaran domestik lebih kecil dari pada permintaan domestik) apabila nilai negatif dibawah 0 sampai -1.

Kementerian Perdagangan (2008) juga menyatakan bahwa ISP dapat digunakan untuk mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu komoditi dalam perdagangan yang tinggi ke dalam lima tahap sebagai berikut:

1. Tahap pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) di suatu negara (sebut A) mengekspor produk-produk baru dan industri pendatang belakang (*latercomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Tahap ini berarti bahwa suplai domestik lebih besar dibanding dengan permintaan domestiknya, nilai ISP dari industri *latercomer* adalah -1,00 sampai -0,50

2. Tahap substitusi Impor

Nilai indeks ISP naik antara -0,50 sampai 0,00, pada tahap ini industri di negara B menunjukkan daya saing yang buruk sejak tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya (optimal). Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas tidak bagus hingga tingkat tertentu, dan produksi dalam negeri masih lebih kecil dari permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditi tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor daripada mengekspor.

3. Tahap Pertumbuhan

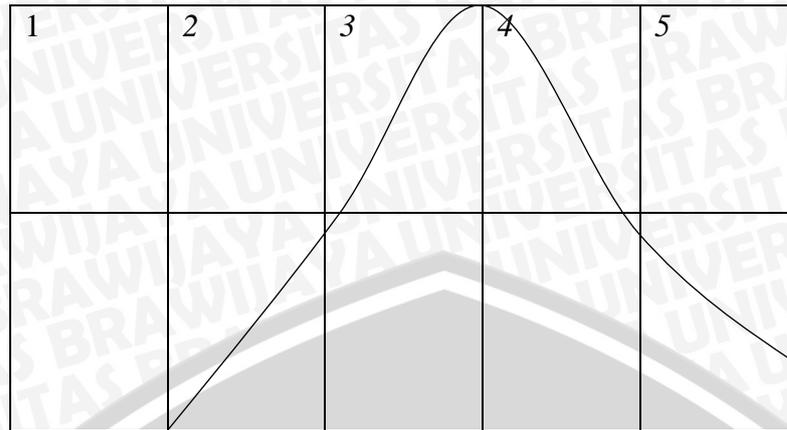
Nilai indeks ISP naik antara 0,01 sampai 0,80 dan industri di negara B melakukan produksi dalam skala-skala yang besar dan meningkatkan ekspor penawaran lebih besar daripada permintaan.

4. Tahap Kematangan

Nilai indeks ISP menurun hingga antara 0,81 sampai 1,00. Pada tahap ini produk bersangkutan sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*.

5. Tahap Mengimpor Kembali

Nilai indeks ISP menurun antara 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri di negara A dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri. Kelima tahap ini dapat digambarkan secara jelas dari gambar 1.



Gambar 1. Kurva Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sesuai teori siklus produk (Kementerian Perdagangan, 2008)

2.5 Tinjauan Daya Saing

Tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor keunggulan komparatif (*Comparative Advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/diciptakan (Tambunan, 2001).

2.5.1 Daya Saing Komparatif (RCTA)

Keunggulan komparatif merupakan keunggulan yang diwariskan atau sifatnya alamiah (*natural advantage*). Misalnya, keunggulan alami yang dimiliki Indonesia antara lain adalah anugerah jumlah angkatan kerja yang sangat banyak (dalam fisik, bukan dalam kualitas pendidikan) karena jumlah penduduk diatas 200 juta orang dan berbagai macam sumber daya alam yang melimpah. Hal ini membuat upah buruh per orang dan harga bahan-bahan baku yang ada di Indonesia relatif lebih murah dibandingkan dengan negara-negara yang penduduk sedikit dan sumber daya alam yang terbatas, seperti Singapura dan Korea Selatan (Tambunan, 2004)

Metode *Revealed Competitive Trade Advantage* (RCTA) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui daya saing suatu produk dari sisi keunggulan komparatif pada negara tertentu. Rumus RCTA dapat dihitung sebagai berikut:

$$RCTA = RXA_{i\alpha} - RMP_{i\alpha}$$

$$RXA_{i\alpha} = (X_{i\alpha}/X_i(w - \alpha))/[X(k-i)\alpha/X(k-i)(w - \alpha)]$$

$$RMP_{i\alpha} = (M_{i\alpha}/M_i(w - \alpha))/[M(k-i)\alpha/M(k-i)(w - \alpha)]$$

Keterangan:

RXA = Revealed Export Competitiveness

RMP = Revealed Import Penetration

i = Komoditas

a = Negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura)

k = Semua jenis barang termasuk i

w = Dunia

$X_i(w - \alpha)$ = Ekspor komoditas dari negara lain yang bukan (a) di dunia

$M_i(w - \alpha)$ = Impor komoditas dari negara lain yang bukan (a) di dunia

$X(k-i)\alpha$ = Ekspor barang-barang lain bukan komoditas dari negara a

$M(k-i)\alpha$ = Impor barang-barang lain bukan komoditas dari negara a

$X(k-i)(w - \alpha)$ = Ekspor barang-barang bukan komoditas dari negara a

$M(k-i)(w - \alpha)$ = Impor barang-barang bukan komoditas dari negara a

RCTA dapat bernilai positif maupun negatif. Negara memiliki daya saing jika hasil pada rumus RCTA lebih dari nol (positif) pada komoditas yang di tentukan. RCTA yang bernilai kurang dari nol (negatif) dapat dikatakan bahwa negara tersebut tidak memiliki daya saing pada komoditas yang dilakukan penelitian (Tambunan, 2004).

2.5.2 Keunggulan Kompetitif (XCI)

Keunggulan komparatif merupakan keunggulan yang bersifat dapat diciptakan atau dikembangkan (*acquired advantage*). Misalnya, di Singapura memiliki tenaga kerja yang terbatas, tetapi memiliki tingkat pendidikan atau keterampilan serta penguasaan terhadap teknologi yang jauh lebih tinggi dibandingkan Indonesia yang memiliki jumlah tenaga kerja lebih banyak, sehingga Singapura mampu membuat atau memproduksi secara lebih efisien dibandingkan Indonesia. Menurut Porter *dalam* Tambunan (2004), Hal-hal yang harus dimiliki atau dikuasai oleh setiap perusahaan atau negara untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya adalah dengan memperhatikan teknologi, tingkat kewirausahaan yang tinggi, tingkat efisiensi atau produktivitas yang tinggi, kualitas produk, promosi yang dilakukan, pelayanan purnajual yang baik, tenaga kerja dengan keterampilan/pendidikan, etos kerja, kreativitas dan

motivasi tinggi, diferensiasi produk, dan jaringan distribusi di dalam dan di luar negeri yang dikelola secara profesional. Faktor-faktor keunggulan kompetitif ini saat ini semakin penting terutama di pasar internasional dengan persaingan yang semakin tidak sempurna.

Menurut Amir (2000), penggunaan indeks daya saing ekspor yaitu untuk mengestimasi keberhasilan atau kegagalan dalam suatu industri dalam rangka peningkatan pertumbuhan dalam menghadapi peningkatan pertumbuhan pasar. Perhitungan share dari pasar suatu negara, maka indeks daya saing akan menjadi indikator yang lebih baik dalam melihat keunggulan suatu komoditas. *Export Competitiveness Index* (Xci) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$XCI = \frac{(Xia/Xiw) t}{(Xia/Xiw) t-1}$$

Keterangan:

- Xia = Nilai ekspor ubi jalar oleh negara a
- Xiw = Nilai ekspor dunia terhadap komoditas a
- a = Negara
- t = Periode berjalan
- t-1 = periode sebelumnya

Nilai XCI menunjukkan trend daya saing yang dihadapi oleh suatu negara terhadap negara lain untuk komoditas tertentu. Nilai ini menunjukkan apakah suatu produk yang dimaksud memiliki kemampuan untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya. Nilai XCI lebih besar dari satu artinya, komoditas tersebut menghadapi trend daya saing yang meningkat. Sebaliknya nilai XCI lebih kecil dari satu, maka komoditas tersebut menghadapi kemungkinan penurunan pangsa pasar atau daya saing yang melemah. Indeks ini dapat dilihat sebagai rasio pertumbuhan suatu negara untuk komoditas tertentu terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas pada pasar dunia. Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa suatu negara untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar internasional, maka suatu produk dari negara tertentu sebaiknya diupayakan untuk dapat memiliki nilai indeks yang kompetitif.

2.6 Tinjauan Ubi Jalar

Ubi jalar (*Ipomoea batatas*) atau ketela rambat atau “*sweet potato*” diduga berasal dari benua Amerika. Para ahli botani dan pertanian memperkirakan daerah asal tanaman ubi jalar adalah Selandia Baru, Polinesia, dan Amerika Bagian

Tengah. Ubi jalar menyebar ke seluruh dunia terutama negara-negara beriklim tropika, diperkirakan pada abad ke-16. Orang-orang Spanyol dianggap berjasa menyebarkan ubi jalar ke kawasan Asia terutama Filipina, Jepang dan Indonesia (Rukmana, 1997). Di Indonesia, ubi jalar umumnya ditanam di dataran rendah (kurang dari 500 m dari permukaan laut) dengan suhu rata-rata 27°C, dan sebagian kecil ditanam di daerah pegunungan dengan ketinggian sampai 1.700 m. Ubi jalar menghendaki tempat tumbuh yang terbuka dengan suhu yang tidak banyak berbeda antara siang dan malam, panjang hari yang relatif sama, dan penyinaran 11-12 jam/hari (Richana, 2013)

Ubi jalar merupakan tanaman ubi – ubian dan tergolong tanaman semusim (berumur pendek) dengan susunan utama terdiri dari batang, ubi, daun, buah dan biji. Tanaman ubi jalar tumbuh menjalar pada permukaan tanah dengan panjang tanaman dapat mencapai 3 m, tergantung pada kultivarnya. Batang tanaman berbentuk bulat, tidak berkayu, tidak berbuku-buku dan tipe pertumbuhannya tegak atau merambat. Daun berbentuk bulat sampai lonjong dengan tepi rata atau berlekuk dangkal sampai berlekuk dalam, sedangkan bagian ujungnya meruncing (Rukmana, 1997). Tanaman ubi jalar yang sudah berumur kurang lebih 3 minggu setelah tanam biasanya sudah membentuk ubi. Bentuk dan ukuran ubi merupakan salah satu kriteria untuk menentukan harga jual di pasaran. Bentuk ubi yang ideal 7 dan bermutu baik adalah bulat lonjong agak panjang dan tidak banyak lekukan dengan bobot antara 200 g – 250 g per ubi (Rukmana, 1997).

Menurut Andrianto dan Indarto (2004), berdasarkan tekstur, ukuran, warna kulit, dan warna umbi yang sangat bervariasi tergantung varietasnya. Warna ubi jalar terdiri dari ubi jalar kuning, ubi jalar oranye, ubi jalar putih, ubi jalar jingga dan ubi jalar ungu. Ubi jalar berwarna jingga atau oranye mengandung betakaroten tinggi dari pada ubi lainnya. Sementara varietas ubi jalar yang digunakan untuk pangan berdasarkan tekstur daging ubi jalar dapat dibedakan dalam dua golongan, yaitu umbi berdaging lunak karena banyak mengandung air tidak berserat (agak berair, berdaging manis) dan umbi berdaging keras karena banyak mengandung pati dan serat (banyak mengandung tepung) (Sarwono, 2005).

Jenis umbi ubi jalar yang memiliki harga jual yang tinggi umumnya umbi yang berwarna dibandingkan umbi putih. Ubi jalar yang tergolong bernilai ekonomis adalah ubi Cilembu, ubi Gunung Kawi, dan ubi Jepang. Ubi jalar yang pernah dihasilkan oleh pemerintah Indonesia antara lain: Daya (1977), Borobudur (1982), Prambanan (1982), Mendut (1989), Kalasan (1991), Muara Takus (1995) (Sarwono, 2005). Sedangkan varietas - varietas yang baru dihasilkan tahun 2001 antara lain: Cilembu yang berasal dari Sumedang Jawa Barat dengan warna umbinya krem kemerahan/kuning

Komposisi kimia ubi jalar segar ditinjau dari komposisi kimia, ubi jalar potensial sebagai sumber karbohidrat, mineral zat besi (Fe), fosfor (P), dan kalsium (Ca) dan vitamin A, vitamin C, vitamin B1, dan riboflavin. Menurut Juanda dan Cahyono (2000), warna daging ubi jalar jingga kemerah – merah memiliki hubungan dengan kandungan beta karoten lebih tinggi dari pada jenis ubi jalar lainnya. β -karoten berfungsi untuk mencegah dan menanggulangi penyakit mata. Tetapi tidak semua ubi jalar mengandung β -karoten yang tinggi. Ubi jalar yang umbinya berwarna kuning atau putih memiliki kandungan β -karoten lebih rendah. Dari kandungan gizinya yang cukup lengkap ubi jalar dapat melengkapi kebutuhan gizi bagi kesehatan tubuh. Zat yang terkandung di dalam ubi jalar dapat mencegah berbagai penyakit, menghasilkan energi, membangun sel – sel dalam tubuh, serta meningkatkan proses metabolisme tubuh. Di dunia, peringkat ubi jalar menduduki tingkat kesembilan di antara tanaman pangan penting lainnya. Ubi jalar merupakan pemanfaatan sumber kalori, dibandingkan padi, kentang, kedelai, nilai gizi ubi jalar dapat dilihat komposisi zat gizinya (Sarwono, 2005).

Kegiatan dalam pengembangan program diversifikasi pangan untuk mendukung pelestarian swasembada pangan, ubi jalar merupakan salah satu komoditas pangan yang mempunyai keunggulan sebagai penunjang program tersebut. Ubi jalar mempunyai potensi yang cukup besar untuk ditingkatkan produksinya dan umbinya dapat diproses menjadi aneka ragam produk yang mampu mendorong pengembangan agroindustri dalam diversifikasi pangan.

Penanganan pascapanen umumnya dilakukan pengusaha dengan pengaturan suhu ruang penyimpanan. Di Korea, ubi jalar disimpan dalam ruang

bawah tanah dengan suhu 10-17°C (Hong, 1982). Suhu optimal penyimpanan ubi jalar adalah 12-15°C dengan kelembaban 85-90%. Cara tersebut dapat menambah daya simpan sampai 10 bulan. Di Indonesia terutama pada skala petani, perlakuan suhu rendah sulit dilakukan. Kenyataan di lapangan menunjukkan ubi jalar setelah dipanen, bila disimpan pada suhu ruangan akan mengalami kerusakan dalam waktu 48 jam, karena bakteri *Erwina chrysanthemi*, bila tidak segera diproses (Moyer, 1982). Alternatif produk yang dapat dikembangkan dari ubi jalar ada tiga kelompok, yaitu :

1. Produk olahan dari ubi jalar segar, contohnya ubi rebus, ubi goreng, obi, timus, kolak, nogosari, getuk, cake, dan pie.
2. Produk ubi jalar siap santap, seperti biskuit, kue, roti, bentuk olahan dengan buah-buahan, seperti manisan dan asinan. Bentuk manisan ubi jalar komersial berkembang di Filipina disebut *Delicious sp.*
3. Produk ubi jalar primer. Bentuk produk ini bersifat kering, merupakan produk setengah jadi untuk bahan baku, awet dan tahan disimpan lama antara lain adalah irisan ubi kering (gaplek), tepung, pati. Dalam industri biasanya produk ini dijadikan campuran pembuatan saos tomat, saos cabe, selai (*jam*), dan untuk produk instan, seperti mi dan bihun (Richana, 2013).

2.7 Masyarakat Ekonomi ASEAN

2.7.1 Konsep Masyarakat Ekonomi ASEAN

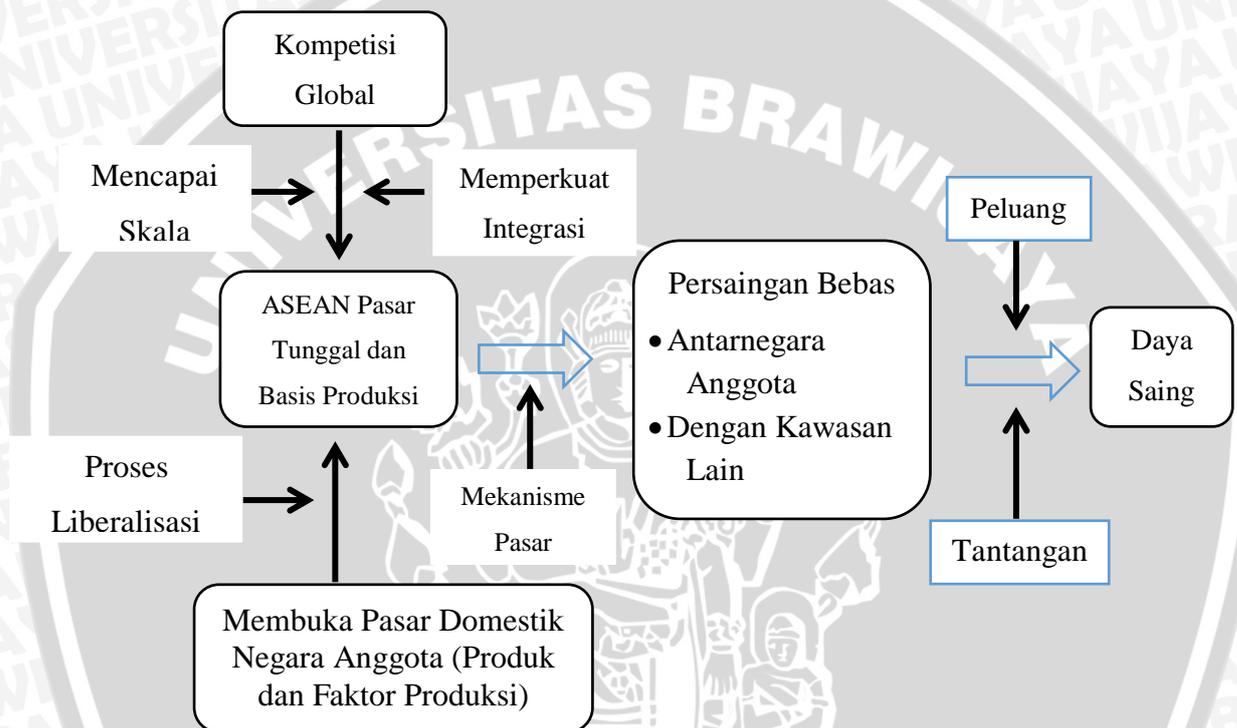
Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN *Economic Community* (AEC) adalah sebuah konsep yang mulai digunakan dalam *Declaration of ASEAN Concord II* (Bali *Concord II*), Bali, Oktober 2003. MEA merupakan salah satu pilar perwujudan ASEAN *Vision*, bersama-sama dengan ASEAN *Security Community* (ASC) dan ASEAN *Socio-Cultural Community* (ASCC). MEA adalah tujuan akhir dari integrasi ekonomi seperti yang dicanangkan dalam ASEAN Vision 2020 :

...to create a stable, prosperous and highly competitive ASEAN economic region in which there is a free flow of goods, services, investment, skilled labor and a freer flow of capital, equitable economic development and reduced poverty and socio-economic disparities in year 2020 (Winantyo dkk, 2008).

Pembentukan MEA dilakukan melalui empat kerangka strategis, yaitu pencapaian pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing, pertumbuhan ekonomi yang merata dan terintegrasi dengan perekonomian global (Gambar 2). Upaya pencapaian masing-masing kerangka tersebut dilakukan melalui berbagai elemen dan strategi yang tercakup di dalamnya. Pencapaian MEA melalui penciptaan pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, ditujukan sebagai upaya perluasan melalui integrasi regional untuk mencapai skala ekonomis yang optimal. Langkah-langkah integrasi tersebut (proses liberalisasi dan penguatan internal ASEAN) menjadi strategi mencapai daya saing yang tangguh dan di sisi lain akan berkontribusi positif bagi masyarakat ASEAN secara keseluruhan maupun individual negara anggota. Pembentukan MEA juga menjadikan posisi ASEAN semakin kuat dalam menghadapi negosiasi internasional, baik dalam merespons meningkatnya kecenderungan kerja sama regional, maupun dalam posisi tawar ASEAN dengan mitra dialog seperti China, Korea, Jepang, Australia-Selandia Baru, dan India (Winantyo dkk, 2008).

Melalui proses integrasi ekonomi maka ASEAN secara bertahap menjadi kawasan yang membebaskan perdagangan barang dan jasa serta aliran faktor produksi (modal dan tenaga kerja), sekaligus harmonisasi peraturan-peraturan terkait lainnya. Strategi pencapaian MEA mengacu pada *Vientiane Action Programme* (VAP) 2004-2010 yang merupakan strategi dan program kerja mewujudkan *ASEAN Vision*. Winantyo dkk (2008) menjelaskan bahwa berdasarkan VAP, *High Level Task Force* (HLTF) memberikan evaluasi dan rekomendasi untuk menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi. *High Level Task Force* (HLTF) merupakan unit kerja yang dibentuk guna merumuskan rekomendasi langkah-langkah yang diperlukan guna mencapai MEA, baik terkait dengan upaya liberalisasi maupun fasilitas yang diperlukan. Secara umum, HLTF merekomendasikan pendekatan integrasi ekonomi melalui prosedur dan kebijakan baru untuk memperkuat implementasi beberapa inisiatif ekonomi yang sudah ada, termasuk *ASEAN Free Trade Area* (AFTA), *ASEAN Framework Agreement on Services* (AFAS) dan *ASEAN Investment Area* (AIA); mempercepat integrasi regional di sektor prioritas; memfasilitasi pergerakan

tenaga kerja ahli dan bisnis; memperkuat institusi ASEAN, termasuk perbaikan lembaga ASEAN *Dispute Settlement Mechanism* dalam menjamin kecepatan dan kekuatan hukum apabila terjadi sengketa. Di luar itu, juga diupayakan agar integrasi ekonomi yang berlangsung memberikan manfaat bagi seluruh anggota ASEAN khususnya negara Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam (atau disebut CLMV). Strategi tersebut diharapkan negara ASEAN secara bersama-sama dapat mencapai MEA pada 2015.



Gambar 2. Peta Menuju Kawasan ASEAN yang Berdaya Saing (Winantyo dkk, 2008)

Pencapaian MEA memerlukan implementasi langkah-langkah liberalisasi dan kerja sama, termasuk peningkatan kerja sama dan integrasi di area-area baru antara lain : pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kapasitas (*capacity-building*); konsultasi yang lebih erat di kebijakan makroekonomi dan keuangan; kebijakan pembiayaan perdagangan; peningkatan infrastruktur dan hubungan komunikasi; pengembangan transaksi elektronik melalui e-ASEAN; integrasi industri untuk meningkatkan sumber daya regional; serta peningkatan keterlibatan sektor swasta.

2.7.2 Percepatan Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN

Cebu Declaration pada 13 Januari 2007 (*12th ASEAN Summit*) memutuskan untuk mempercepat pembentukan MEA menjadi 2015 guna memperkuat daya saing ASEAN dalam menghadapi kompetisi global, terutama dari China dan India. Beberapa pertimbangan yang mendasari hal tersebut adalah diantaranya :

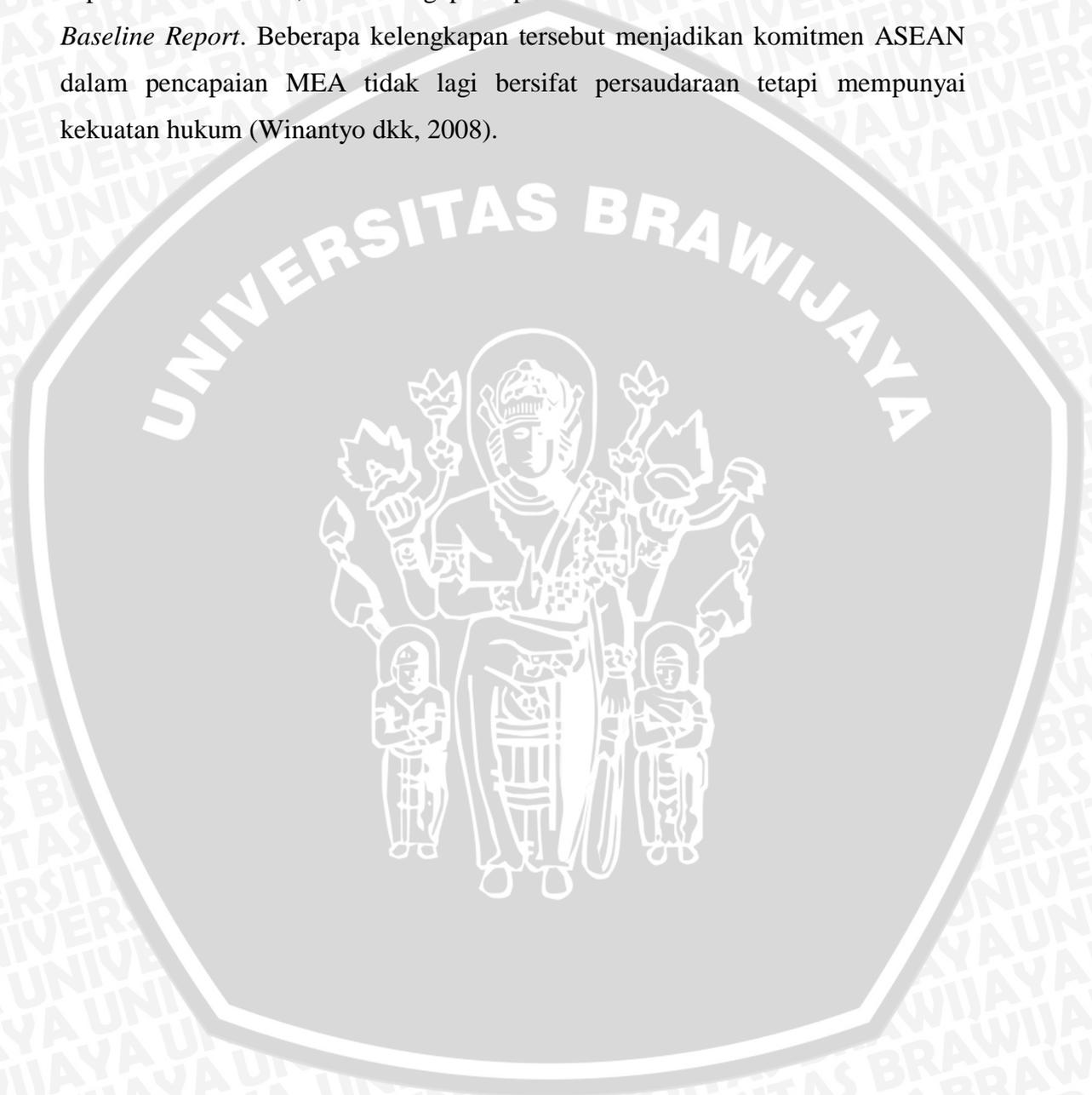
1. Potensi penurunan biaya produksi di ASEAN sebesar 10-20 persen untuk barang konsumsi sebagai dampak integrasi ekonomi.
2. Meningkatkan kemampuan kawasan dengan implementasi standar dan praktik internasional, *intellectual property rights*, dan adanya persaingan

Dengan integrasi ekonomi diharapkan infrastruktur kawasan dapat lebih berkembang bersamaan dengan integrasi transportasi, telekomunikasi dan energi. Integrasi ekonomi juga memberikan manfaat bagi sektor swasta yang terlibat selama proses berlangsung. Winantyo dkk (2008) menjelaskan bahwa dari evaluasi yang dilakukan terhadap 12 sektor prioritas integrasi, sembilan di antaranya menyumbang lebih dari 50 persen perdagangan barang di ASEAN. Dengan demikian langkah percepatan integrasi ASEAN menjadi penting untuk memanfaatkan semua potensi yang ada.

Pada saat ini juga dilakukan upaya perjanjian kerja sama perdagangan antara ASEAN dan negara mitra dagang yaitu China, India, Jepang, Korea, Australia, dan Selandia Baru. Semua perjanjian bilateral ASEAN tersebut pada saat realisasinya nanti diharapkan meningkatkan skala ekonomi ASEAN dan mendukung daya saing ASEAN di pasar global. Pada akhirnya integrasi ekonomi menjadi langkah penting bagi pencapaian masyarakat ASEAN yang kuat dan berperan di masyarakat dunia. Ekonomi kawasan pada 2006 yang bernilai lebih dari USD1,1 triliun dengan populasi lebih dari 550 juta penduduk akan menjadi tujuan yang semakin menarik bagi perdagangan dan investasi internasional.

Guna memperkuat langkah percepatan integrasi ekonomi tersebut, ASEAN melakukan transformasi cara kerja sama ekonomi dengan meletakkan sebuah kerangka hukum yang menjadi basis komitmen negara ASEAN melalui penandatanganan Piagam ASEAN (*ASEAN Charter*) pada KTT ASEAN ke-13, 20 November 2007. Bersamaan dengan penandatanganan Piagam ASEAN, cetak biru yang merupakan arah panduan MEA dan jadwal strategis tentang waktu dan

tahapan pencapaian dari masing-masing pilar juga disepakati. Komitmen tersebut menjadi arah pencapaian MEA ke depan lebih baik bagi ASEAN secara kawasan maupun oleh individu negara anggota. Masing-masing negara berkewajiban menjaga komitmen tersebut sehingga kredibilitas ASEAN semakin baik di masa depan. Secara teknis, monitoring pencapaian MEA dilakukan melalui ASEAN *Baseline Report*. Beberapa kelengkapan tersebut menjadikan komitmen ASEAN dalam pencapaian MEA tidak lagi bersifat persaudaraan tetapi mempunyai kekuatan hukum (Winantyo dkk, 2008).



III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Perdagangan internasional merupakan suatu sistem yang didalamnya menjadikan antar atau lintas negara saling terintegrasi satu sama lain dalam hal perdagangan seperti misalkan keluar-masuknya barang maupun jasa. Adanya perdagangan internasional, suatu negara akan lebih mudah mendapatkan barang atau komoditas yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri. Secara umum perdagangan internasional dapat digolongkan menjadi dua sisi yaitu ekspor dan impor. Kegiatan ekspor maupun impor dapat membuat suatu negara memiliki spesialisasi perdagangan.

Menurut Anindita dan Reed (2008), perdagangan produk pertanian telah berkembang selama tiga dekade terakhir ini, dan penjualan dari perusahaan multinasional di bidang pangan (perusahaan makanan yang berkembang di lebih dari satu negara) telah berkembang jauh lebih cepat. Era globalisasi ini khususnya dikawasan Asia Tenggara ditandai dengan telah dicanangkannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang menjadikan perdagangan bebas menjadi lebih mudah tiap negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang melakukan kegiatan ekspor dan impor yang terlibat dalam pasar bebas atau perdagangan internasional khususnya di kawasan Asia Tenggara atau ASEAN. Salah satu komoditas yang di perdagangan oleh Indonesia ialah ubi jalar.

Ubi Jalar merupakan salah satu komoditas pangan yang mempunyai prospek bagus di Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya daerah-daerah yang ada di Indonesia yang membudidayakan ubi jalar seperti misalnya Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jambi, Lampung, Bengkulu, Sumatera Utara, Sumatera Barat (Badan Pusat Statistik, 2016). Ubi jalar termasuk dalam salah satu komoditas unggulan Indonesia yang di ekspor dikarenakan Indonesia adalah salah satu produsen ubi jalar di kawasan ASEAN. Hal ini membuat ubi jalar Indonesia dirasa mempunyai daya saing dalam perdagangan internasional khususnya di kawasan Asia tenggara dan memiliki prospek dalam menguasai pangsa pasar.

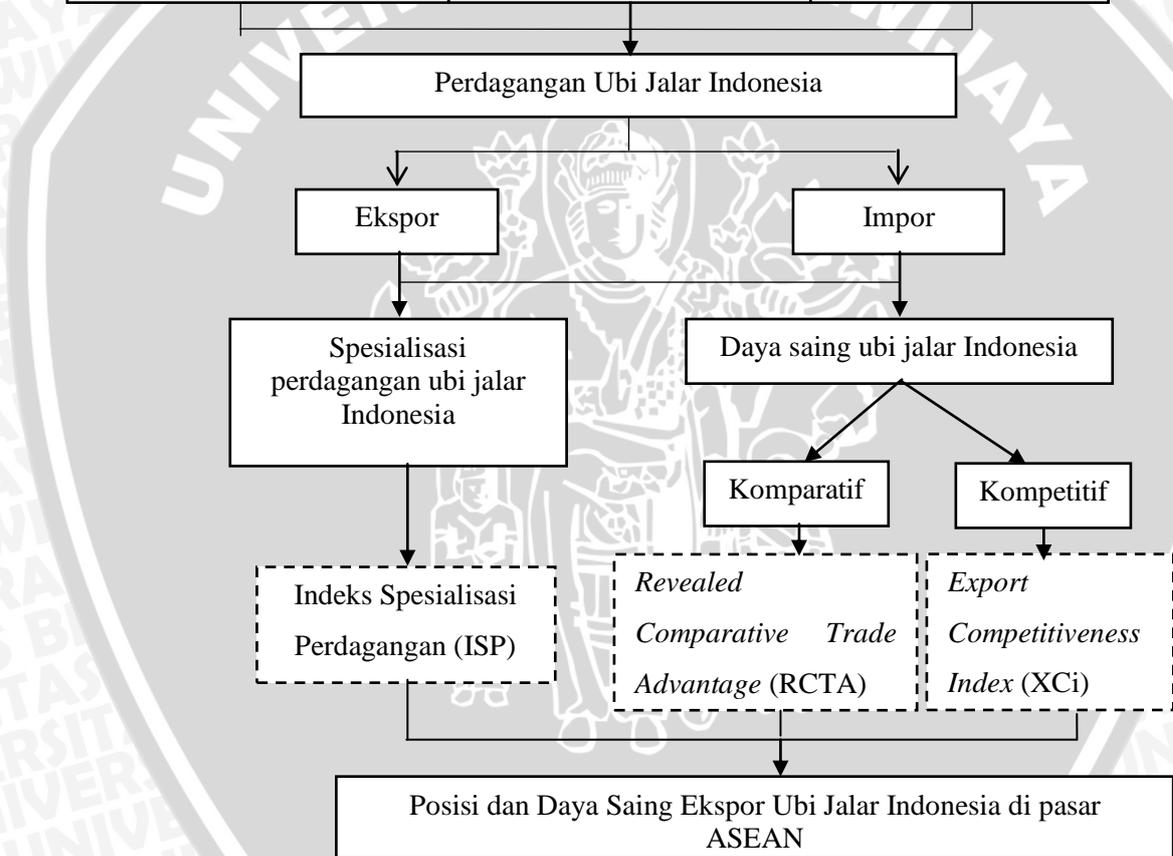
Dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean, Indonesia dihadapkan oleh persaingan yang ketat dalam urusan ekspor ubi jalar dengan negara-negara lain di ASEAN seperti misalnya Malaysia dan Singapura. Dari ketiga negara

tersebut Malaysia merupakan eksportir dan produsen terdekat. Hal ini dibuktikan dengan selama periode 2009-2013, Malaysia konsisten menduduki posisi kedua di kawasan ASEAN. Menurut data dari *Food and Agriculture Organization* atau FAO (2016), nilai ekspor Indonesia di kawasan ASEAN pada tahun 2013 sebesar US\$1.812.000 sedangkan nilai ekspor Malaysia yaitu sebesar US\$558.000.

Daya saing yang dimiliki oleh komoditas ubi jalar Indonesia meliputi daya saing komparatif dan kompetitif. Hal ini disebabkan karena komoditas ubi jalar di Indonesia merupakan tanaman yang mempunyai karakteristik yang kuat yaitu dilihat dari budidaya yang dapat dilakukan di hampir seluruh wilayah Indonesia. Dilihat dari segi produksi, Indonesia yang menempati posisi pertama dalam hal ekspor ubi jalar di wilayah ASEAN memiliki potensi untuk dilakukan kegiatan ekspor. Selain melakukan ekspor dikarenakan produksi yang tinggi, Indonesia juga melakukan ketahanan pangan yang mana sisa dari produksi ubi jalar tidak semata-mata ekspor melainkan dipergunakan untuk kebutuhan domestik. Sisa dari produksi ubi jalar di Indonesia juga di khususkan untuk dilakukan diversifikasi pangan selain pangan utama seperti beras ataupun jagung.

Penentuan suatu negara tersebut dikatakan sebagai negara pengekspor atau pengimpor dapat dilakukan dengan cara menggunakan Indeks Spesialisasi Perdagangan. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sangat bermanfaat bagi Indonesia untuk dilakukan dikarenakan untuk dapat melihat bagaimana perkembangan daya saing di kawasan ASEAN. Menurut data dari FAO (2016), spesialisasi perdagangan Indonesia dapat digolongkan menjadi negara eksportir ubi jalar. Hal ini dibuktikan rata-rata nilai ekspor ubi jalar Indonesia pada periode 2009-2013 di kawasan ASEAN lebih tinggi dibandingkan dengan nilai impornya. Nilai rata-rata ekspor ubi jalar Indonesia sebesar US\$ 2.184.000 sementara rata-rata nilai impornya sebesar US\$ 22.000.

<p>Menurut Tambunan (2001), suatu kegiatan ekspor ataupun impor menyebabkan suatu negara menjadi terspesialisasi sebagai negara eksportir atau importir pada suatu komoditas. Sementara, tingkat daya saing ditentukan dua faktor yaitu faktor keunggulan komparatif dan faktor keunggulan kompetitif</p>	<p>Potensi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Indonesia merupakan eksportir dan produsen ke-1 se ASEAN pada tahun 2013 2. Permintaan ubi jalar di pasar ASEAN tergolong tinggi 	<p>Kendala :</p> <p>Indonesia bersaing dengan negara pesaing lainnya dalam ekspor ubi jalar di kawasan ASEAN</p>
---	---	--



Keterangan : : Alur Pemikiran
 : Alat Analisis

Gambar 3. Kerangka Pemikiran Daya Saing Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN

Pengukuran yang dilakukan dalam daya saing komparatif yaitu dengan cara menggunakan *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) yang memiliki tujuan untuk melihat bagaimana perkembangan kinerja dari ekspor dibandingkan

dengan impornya. RCTA ini akan menunjukkan bagaimana daya saing suatu negara terhadap ubi jalar di pasar ASEAN dengan negara pembanding atau pesaing. Sedangkan dari segi kompetitifnya, metode yang digunakan adalah *Export Competitiveness Index (Xci)*. Metode Xci mempunyai manfaat untuk mempertimbangkan nilai ekspor ubi jalar dari negara tertentu pada periode berjalan, nilai ekspor di kawasan ASEAN terhadap ubi jalar dari negara tertentu dan periode berjalan, nilai ekspor ubi jalar di negara tertentu pada periode sebelumnya, dan nilai ekspor di kawasan ASEAN terhadap ubi jalar dari negara tertentu pada periode sebelumnya. Nilai yang dihasilkan dari Xci ini akan menunjukkan bagaimana trend daya saing yang terjadi suatu negara dengan negara lain pada komoditas tertentu. Maksudnya adalah indikator tersebut menunjukkan suatu komoditas tertentu apakah memiliki daya saing dengan negara yang lain yang merupakan pesaingnya. Kegunaan dari metode Xci ini juga untuk menunjukkan hasil rasio mengenai perkembangan atau pertumbuhan suatu negara tertentu pada komoditas tertentu yang dengan dilihat dari segi rata-rata pertumbuhan terhadap pasar di kawasan ASEAN.

Hasil dari penelitian ini dirasa penting, dikarenakan hasil yang diperoleh mengenai analisis daya saing ekspor ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN ini dapat dimanfaatkan terhadap peranannya dalam perekonomian dalam negeri. Manfaat lainnya juga dapat digunakan serta menjadi acuan atau referensi dalam menentukan terobosan-terobosan terkait pengembangan kedepan akan potensi dan ekspor ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN guna menghadapi MEA.

3.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan konsep kerangka pemikiran yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga Indonesia memiliki spesialisasi perdagangan pada ubi jalar yang menjadi negara eksportir ubi jalar di pasar ASEAN
2. Diduga Indonesia memiliki daya saing dari segi komparatif pada ubi jalar di pasar ASEAN
3. Diduga Indonesia memiliki daya saing dari segi kompetitif pada ubi jalar di pasar ASEAN

3.3 Batasan Masalah

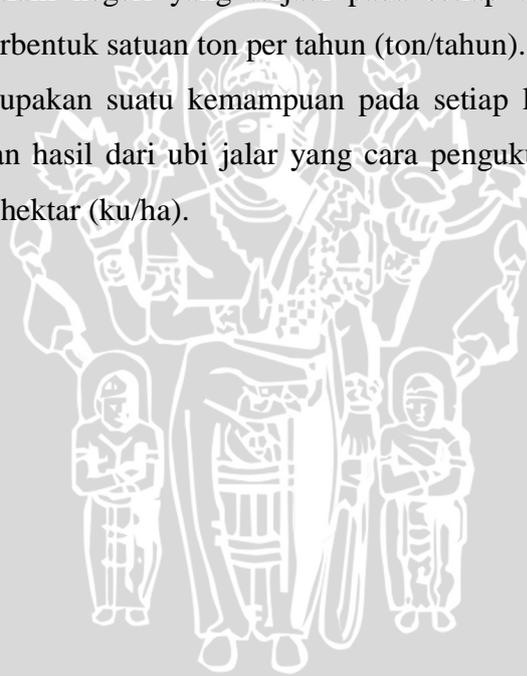
1. Pada penelitian ini, nilai ekspor maupun impor terkait ubi jalar mengacu kepada data yang tersedia di FAO dan UN COMTRADE
2. Pada penelitian ini untuk melakukan pengukuran dalam hal spesialisasi perdagangan maupun daya saing ubi jalar Indonesia menggunakan negara pembanding yaitu Malaysia dan Singapura. Pertimbangan dalam memilih negara pembanding tersebut didasarkan pada data di FAO yang menyatakan bahwa Malaysia dan Singapura termasuk dalam negara eksportir dan produsen ubi jalar di ASEAN dan merupakan negara pesaing bagi Indonesia.
3. Pada penelitian ini untuk melakukan pengukuran dalam hal spesialisasi perdagangan maupun daya saing ubi jalar Indonesia menggunakan periode waktu selama 20 tahun dimulai pada tahun 1994 hingga 2013. Pertimbangan dalam pemilihan waktu selama 20 tahun tersebut adalah menunjukkan perkembangan spesialisasi perdagangan dan daya saing ubi jalar Indonesia yang signifikan dengan negara pesaing di pasar ASEAN

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Beberapa definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini diantaranya:

1. Daya saing merupakan kemampuan yang dimiliki suatu negara dalam hal persaingan dengan negara lain dalam upayanya mengembangkan ekspor ubi jalar di pasar ASEAN.
2. Ekspor merupakan suatu kegiatan perdagangan yang terjadi pada ubi jalar dalam negeri menuju ke luar negeri khususnya di pasar ASEAN secara legal dan dalam bentuk satuan dollar Amerika (US\$).
3. Impor merupakan suatu kegiatan perdagangan perdagangan yang terjadi pada ubi jalar yang berasal dari negara lain atau luar negeri menuju ke dalam negeri khususnya di pasar ASEAN secara legal dan dalam bentuk satuan dollar Amerika (US\$).
4. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) adalah suatu alat atau metode analisis yang digunakan untuk melihat perkembangan dari suatu negara tersebut apakah dikatakan sebagai negara eksportir atau importir pada komoditas ubi jalar.

5. *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) adalah suatu alat atau metode analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing ubi jalar Indonesia dilihat dari segi komparatif (alamiah) dalam perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN
6. *Export Competitiveness Index* (XCI) adalah suatu alat atau metode analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing ubi jalar Indonesia dilihat dari segi kompetitif (bersaing) dalam perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN
7. Luas Panen merupakan keseluruhan luas lahan yang digunakan pada budidaya komoditas ubi jalar yang terjadi pada setiap tahunnya dan cara mengukurnya kedalam bentuk satuan Ha per tahun (ha/tahun).
8. Produksi merupakan nilai keseluruhan dari ubi jalar yang telah di panen atau di produksi di dalam negeri yang terjadi pada setiap tahunnya dan cara pengukurannya berbentuk satuan ton per tahun (ton/tahun).
9. Produktivitas merupakan suatu kemampuan pada setiap luas lahan tertentu untuk mendapatkan hasil dari ubi jalar yang cara pengukurannya berbentuk satuan kuintal per hektar (ku/ha).



Tabel 9. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
Spesialisasi Perdagangan $ISP = \frac{(X_{ai} - M_{ai})}{(X_{ai} + M_{ai})}$	Nilai ekspor ubi jalar oleh negara i (X_{ai})	Nilai ekspor ubi jalar oleh suatu negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura dalam jangka waktu 1994-2013)	Pengukuran nilai ekspor dan impor ubi jalar diukur dalam satuan dollar Amerika (US\$) Suatu negara dapat dikatakan sebagai negara eksportir apabila mempunyai nilai ISP antara 0 sampai dengan 1, sementara dikatakan sebagai negara importir ubi jalar apabila mempunyai nilai dibawah 0 sampai dengan -1.	
	Nilai impor ubi jalar oleh negara i (M_{ai})	Nilai impor ubi jalar oleh suatu negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura dalam jangka waktu 1994-2013)		
Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) $RCTA = \frac{RX_{Ai} - RMP_{iA}}{RX_{Ai} + RMP_{iA}}$	Nilai ekspor (impor) total dari barang i dari negara-negara lain (bukan a) di dunia	Nilai ekspor (impor) total dari barang i dari negara-negara lain (bukan a) di dunia pada jangka waktu 1994-2013	Nilai ekspor dan nilai impor total dari ubi jalar maupun seluruh barang yang mana diukur kedalam satuan dollar Amerika (US\$). Suatu negara dapat dikatakan mempunyai daya saing dari segi komparatif pada ubi jalar apabila nilai RCTA ≥ 0 , sementara apabila nilai RCTA < 0 maka negara tersebut tidak mempunyai daya saing komparatif	
	$RX_{Ai} = \frac{X_{ia}/X_i(w-a)}{X(k-i)a/X(k-i)(w-a)}$	Nilai ekspor (impor) total dari barang-barang lain bukan i dari negara a		Nilai ekspor (impor) total dari barang-barang lain bukan i dari negara a (Indonesia, Malaysia, dan Singapura) pada jangka waktu 1994-2013
	$RMP_{iA} = \frac{M_{ia}/M_i(w-a)}{M(k-i)a/M(k-i)(w-a)}$	Nilai ekspor (impor) total dari barang-barang lain bukan i dari negara-negara lain		Nilai ekspor (impor) total dari barang-barang lain bukan i dari negara-negara lain pada jangka waktu 1994-2013

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Export Competitiveness Index (XCI) $Xc_{ij} = \frac{(X_{ia}/X_{iw})_t}{(X_{ia}/X_{iw})_{t-1}}$	Nilai ekspor dari ubi jalar oleh negara j pada periode berjalan $(X_{ia}(t))$	Nilai ekspor oleh suatu negara periode berjalan (Indonesia, Malaysia, dan Singapura) pada jangka waktu 1994-2013	Nilai ekspor ubi jalar oleh suatu negara tertentu pada periode berjalan dan periode sebelumnya serta nilai dari ekspor ubi jalar dunia pada periode berjalan dan periode sebelumnya yang diukur dalam satuan dollar Amerika (US\$). Suatu negara dapat dikatakan mempunyai daya saing dari segi kompetitif pada ubi jalar apabila memiliki nilai $XCI \geq 1$, sedangkan nilai $XCI < 1$ dikatakan negara tersebut tidak mempunyai daya saing.

IV. METODOLOGI

4.1 Metode Penentuan Lokasi

Penentuan dalam lokasi penelitian dilakukan dengan cara *purposive* pada pasar tingkat nasional atau domestik maupun pasar internasional. Penelitian ini dilakukan di Indonesia karena Indonesia adalah salah satu penghasil dan pengekspor dari komoditas ubi jalar khususnya di kawasan Asia Tenggara atau ASEAN. Sedangkan objek dari penelitian adalah spesialisasi perdagangan dari ubi jalar Indonesia dan posisi daya saing ubi jalar Indonesia secara komparatif maupun kompetitif di pasar Asia Tenggara pada periode 1994 sampai tahun 2013. Negara pesaing yang dijadikan pembanding dalam penelitian ini adalah Malaysia dan Singapura dengan pertimbangan bahwa negara-negara tersebut merupakan pesaing Indonesia dalam hal ekspor ubi jalar di pasar ASEAN.

4.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder ini berdasarkan waktu (*time series*). Data diperoleh dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), *United Nations Commodity Trade Statistics* (UN Comtrade), Badan Pusat Statistika (BPS), dan Kementerian Perdagangan RI (Kemendagri) serta sumber-sumber lainnya diperoleh dari buku literatur, artikel, jurnal, maupun dari lembaga-lembaga yang terkait dan berbagai sumber pendukung lain.

Tabel 10. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data	Data yang digunakan	Sumber Data	Rentang Waktu
Sekunder	1. Nilai ekspor dan nilai impor ubi jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Nilai ekspor total dan nilai impor total seluruh ubi jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura.	1. <i>Food Agriculture and Organization</i> (FAO) 2. <i>United Nations Commodity Trade Statistics</i> (UN Comtrade)	1994-2013

Jenis data	Data yang digunakan	Sumber Data	Rentang Waktu
	2. Volume ekspor dan volume impor ubi jalar negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura		
	3. Luas lahan, produksi dan produktivitas ubi jalar	1. <i>Food Agriculture and Organization</i> (FAO)	1994-2013

4.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan software Microsoft Excel 2010. Penelitian ini menggunakan metode analisis antara lain analisis deskriptif, *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA), *Export Competitiveness Index* (Xci) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

4.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran secara umum yang terkait dengan data yang didapat. Analisis deskriptif dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam meringkas data mengenai perkembangan ubi jalar Indonesia. Analisis ini antara lain adalah mengenai volume ekspor, volume impor, nilai ekspor, nilai impor, luas panen, produksi, dan produktivitas ubi jalar Indonesia.

4.3.2 Analisis Daya Saing Komparatif

Dalam menentukan suatu daya saing atau keunggulan komparatif pada komoditi ubi jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura digunakan rumus *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA), RCTA mempunyai tujuan untuk menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing dari ubi jalar Indonesia dalam pasar ASEAN. Rumus RCTA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 RCTA &= RXA_{ia} - RMP_{ia} \\
 RXA_i &= (X_{ia}/X_{i(w-a)}) / X_{(k-i)_a} / X_{(k-i)(w-a)} \\
 RMP_i &= (M_{ia}/M_{i(w-a)}) / M_{(k-i)_a} / M_{(k-i)(w-a)}
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- RXA = *Revealed Export Competitiveness* mengukur daya saing ekspor
- RMP = *Revealed Import Penetration* mengukur besarnya penetrasi impor
- A = negara a
- K = semua jenis barang termasuk i
- W = dunia
- $X_{i(w-a)}$ = Ekspor total dari barang i dari negara-negara lain (bukan a) di dunia
- $M_{i(w-a)}$ = Impor total dari barang i dari negara-negara lain (bukan a) di dunia
- $X_{(k-i)a}$ = Ekspor total dari barang-barang lain (bukan i) dari negara a
- $M_{(k-i)a}$ = Impor total dari barang-barang lain (bukan i) dari negara a
- $X_{(k-i)(w-a)}$ = Ekspor total dari barang-barang lain bukan i dari negara-negara lain
- $M_{(k-i)(w-a)}$ = Impor total dari barang-barang lain bukan i dari negara-negara lain

Hasil dari nilai indeks RCTA ini bisa lebih besar 0 ataupun lebih kecil dari 0. Jika hasilnya positif dapat dikatakan negara tersebut mempunyai daya saing yang tergolong tinggi dan begitupun sebaliknya jika hasilnya negatif dapat dikatakan negara tersebut tidak memiliki daya saing.

4.3.3 Analisis Daya Saing Kompetitif

Metode *Export Competitiveness Index* (X_{ci}) adalah metode yang digunakan untuk dapat mengetahui daya saing dari suatu produk atau komoditas dari suatu negara berdasarkan tingkat keunggulan kompetitif. Amir (2000) dalam Saboneine (2009) menyatakan bahwa metode ini dapat menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk suatu komoditas tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia di pasar dunia untuk komoditi yang sama pada periode sebelumnya (t-1).

Rumus dari X_{ci} adalah sebagai berikut :

$$Xci = (Xia/Xiw)^t / (Xia/Xiw)^{t-1}$$

Keterangan :

- Xia = Nilai ekspor komoditas ubi jalar oleh negara a
 Xiw = Nilai ekspor di kawasan ASEAN terhadap ubi jalar
 a = Negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura)
 t = periode berjalan
 t-1 = Periode sebelumnya

Indonesia tergabung bersama Malaysia, dan Singapura bersaing dalam hal ekspor komoditas ubi jalar. Daya saing kompetitif ini di uji dengan menggunakan nilai Xci. Nilai ini dapat menunjukkan suatu negara apakah memiliki daya saing kompetitif yang kuat atau lemah. Suatu negara dikatakan memiliki daya saing kompetitif pada ubi jalar apabila nilai Xci nya lebih besar dari satu. Sebaliknya, apabila suatu negara nilai Xci nya kurang dari satu maka dapat dikatakan negara tersebut memiliki daya saing kompetitif terhadap ubi jalar rendah atau lemah.

4.3.4 Analisis Spesialisasi Perdagangan

Salah satu alat analisis yang dipakai dalam mengukur daya saing adalah indeks spesialisasi perdagangan (ISP). Tujuannya adalah untuk melihat Indonesia apakah dikatakan sebagai negara pengekspor atau pengimpor dari komoditi ubi jalar di kawasan Asia Tenggara. Secara matematis, rumus dari indeks spesialisasi perdagangan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ISP = (Xia - Mia) / (Xia + Mia)$$

Keterangan :

- ISP = Indeks spesialisasi perdagangan
 a = negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura)
 Xia = nilai ekspor ubi jalar negara a
 Mia = nilai impor ubi jalar a

Menurut Tambunan (2004) Nilai indeks ini adalah antara 1 dan +1. Jika nilainya positif (diatas 0 sampai dengan 1) maka komoditi yang bersangkutan dapat dikatakan memiliki daya saing yang kuat atau negara bersangkutan cenderung sebagai pengekspor. Sebaliknya apabila memiliki nilai negatif (di bawah 0 sampai dengan -1) maka dapat dikatakan negara tersebut memiliki daya saing yang lemah.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

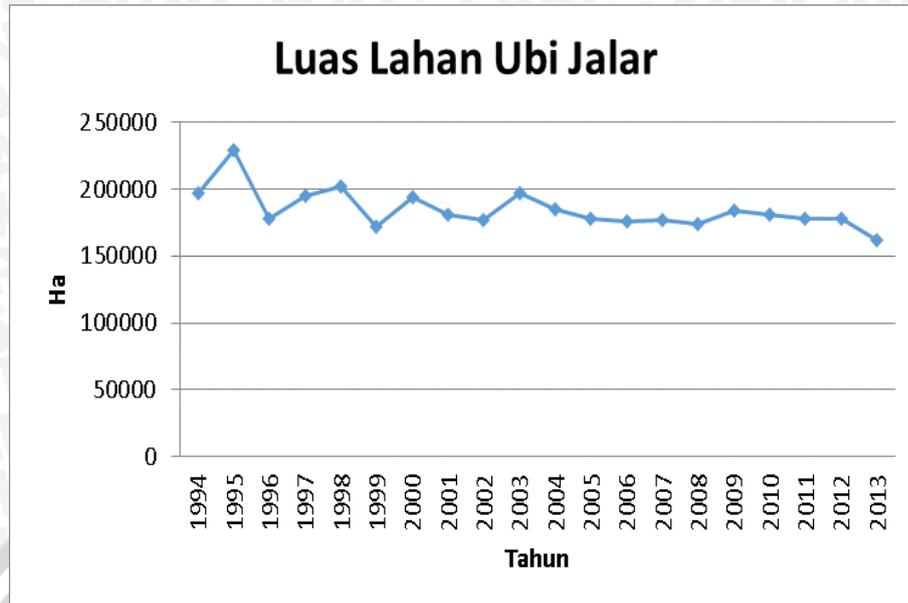
5.1 Gambaran Umum Ubi Jalar Indonesia

5.1.1 Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi jalar Indonesia

Ubi jalar adalah komoditas yang memiliki peranan yang cukup besar terkait dengan pembangunan pertanian Indonesia dilihat dari potensinya dalam hal agribisnis. Pada perkembangan di negara-negara maju, ubi jalar digunakan sebagai bahan baku dalam kegiatan industri seperti misalnya kosmetik, farmasi, tekstil, dan makanan. Permintaan ubi jalar dalam negeri pun tidak kalah besarnya, hal ini dikarenakan ubi jalar merupakan salah satu komoditas pangan yang digunakan sebagai makanan pokok. Dilihat dari fakta bahwa ubi jalar mampu tumbuh dengan baik dan cocok di berbagai daerah di Indonesia, menunjukkan bahwa ubi jalar Indonesia mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Dalam hal sebagai bahan pangan, ubi jalar dapat dijadikan suatu alternatif dalam program ketahanan pangan dan diversifikasi pangan sebagai pengganti beras.

Indonesia merupakan negara penghasil ubi jalar dengan luas lahan yang cukup besar dibandingkan dengan negara-negara pesaingnya. Terdapat 21 provinsi di Indonesia yang merupakan daerah penghasil ubi jalar diantaranya adalah Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Maluku, dan Papua. Namun luas lahan ubi jalar terbesar selama kurun waktu tahun 1994 sampai 2013 adalah provinsi Jawa Barat dan Papua dengan memiliki rata-rata luas lahan 31.728 ha dan 28.811 ha per tahun (BPS, 2016).

Selama kurun waktu tahun 1994-2013, data perkembangan dari produksi dan luas panen ubi jalar Indonesia mengalami keadaan cenderung fluktuatif. Berbeda halnya dengan data produktivitas ubi jalar Indonesia yang cenderung naik. Hal ini dapat dibuktikan pada Gambar 4 yang menunjukkan terkait perkembangan luas lahan, produksi dan produktivitas ubi jalar Indonesia.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 4. Luas Lahan Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013

Berdasarkan data dari FAO (2016), selama kurun waktu tahun 1994-2013 kondisi luas panen ubi jalar Indonesia mengalami perkembangan yang fluktuasi. Rata-rata luas panen pada kurun waktu tersebut juga mengalami penurunan yaitu sebesar 1,17 %. Penurunan tersebut berkaitan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh para petani dalam hal menanam ubi jalar. Menurut Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Tanaman Pangan, Djoko Said Damardjati (2013) bahwa minat petani dalam menanam ubi jalar menurun hal ini disebabkan karena harga dari komoditas ubi jalar yang cenderung rendah dibandingkan dengan komoditas lain. Para petani merasa telah terjadi ketidaksesuaian antara biaya pemasukan dan pengeluaran mengenai biaya budidaya ubi jalar dan juga masih mengalami keterbatasan dana dalam menanam ubi jalar. Kondisi para petani dapat dikatakan merugi dikarenakan belum adanya harga standart yang ditetapkan pada komoditas ubi jalar. Menurut Zuraida dan Supriati (2001), Permasalahan lain berkaitan dengan penurunan luas lahan ubi jalar lebih disebabkan oleh fluktuasi musiman yang terjadi terkait dengan curah hujan. Curah hujan mengakibatkan ketersediaan air tercukupi yang dampaknya membuat para petani lebih memilih menanam padi.

Luas lahan ubi jalar Indonesia selama kurun waktu tahun 1994-2013 mengalami perkembangan naik dan turun. Peningkatan luas lahan tertinggi yaitu

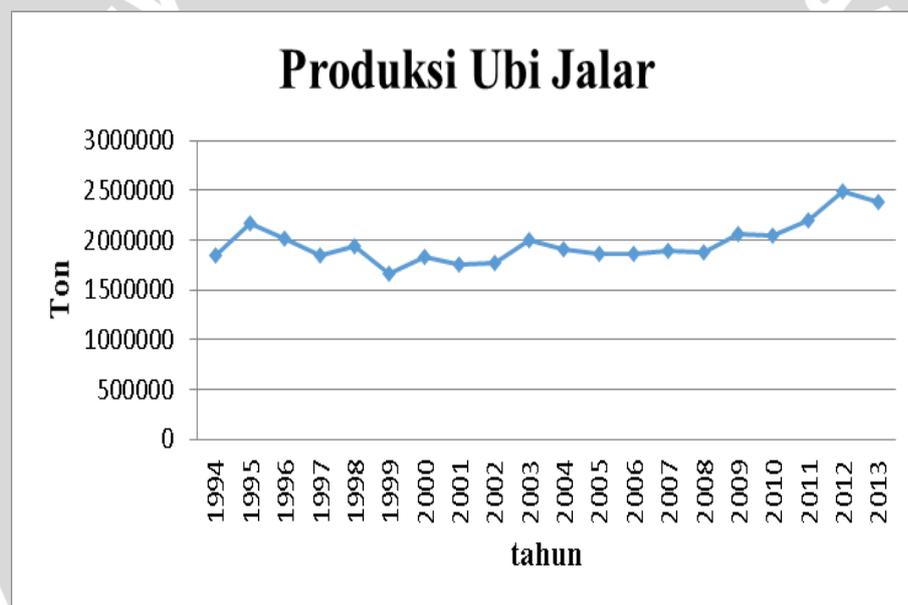
diraih pada periode tahun 1994-1995 sebesar 15,98%. Sedangkan peningkatan terendah terdapat pada periode tahun 2011-2012 sebesar 0,25%. Pada tahun 1994 mempunyai luas sebesar 197.170 ha mengalami kenaikan pada tahun 1995 yaitu 228.676 ha. Sementara pada tahun 2011 mempunyai luas sebesar 177.857 ha mengalami kenaikan pada tahun 2012 sebesar 178.298 ha. Perkembangan naiknya luas lahan ini berbanding lurus dengan kenaikan yang dialami di beberapa daerah di Indonesia seperti Aceh, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Jambi, Jakarta, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, Maluku, dan Papua (Lampiran 2). Peningkatan luas lahan ubi jalar juga terjadi pada tahun-tahun lainnya yaitu tahun 1996-1997 (9,99%), 1997-1998 (3,4%), 2002-2003 (11,3%), 2006-2007(0,45%), 2008-2009 (5,49%).

Penurunan luas lahan ubi jalar Indonesia juga terjadi selama kurun waktu tahun 1994-2013. Selama periode tersebut, penurunan luas lahan tertinggi terjadi pada periode tahun 1995-1996 sebesar 22,3 %. Sedangkan penurunan luas lahan ubi jalar terkecil terjadi pada periode tahun 2005-2006 sebesar 1,22%. Pada tahun 1995 mempunyai luas sebesar 228.676 ha menurun menjadi 177.681 ha pada tahun 1996. Sementara pada tahun 2005 mempunyai luas sebesar 178.336 ha menurun menjadi 176.146 ha pada tahun 2006. Penurunan luas lahan ubi jalar ini juga berbanding lurus dengan penurunan yang dialami beberapa daerah di Indonesia seperti Aceh, Riau, jambi, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, dan Papua (Lampiran 2). Penurunan luas lahan ubi jalar juga terjadi pada tahun-tahun lainnya yaitu tahun 1993-1994 (12,01%), 1998-1999 (14,77%), 2000-2001 (6,7%), 2001-2002 (2,05%), 2003-2004 (6,53%), 2004-2005 (3,36%), 2005-2006 (1,22%), 2007-2008 (1,54%), 2009-2010 (1,52%), 2010-2011 (1,77%), 2012-2013 (9,22%).

Indonesia memiliki luas lahan ubi jalar tergolong besar di berbagai daerah nasional. Selama kurun waktu tahun 1994-2013 sentra produksi ubi jalar di Indonesia dengan rata-rata luas lahan diatas 25.000 ha diraih oleh Provinsi Jawa Barat (31.728 ha) dan Papua (28.811 ha). Provinsi Jawa Barat memberikan kontribusi rata-rata sebesar 16,8% dari luas lahan ubi jalar nasional. Sementara

Papua yang berada di posisi dua dengan luas lahan terbesar di Indonesia juga memberikan kontribusi rata-rata sebesar 15,25% terhadap keseluruhan luas lahan ubi jalar nasional.

Luas lahan ubi jalar di Provinsi Jawa Barat yang tergolong tinggi ini dikarenakan terdapat berbagai faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Supriatna (2012), bahwa besarnya luas lahan yang didapat oleh Provinsi Jawa Barat karena diduga adanya dorongan dari kelompok tani yang telah bekerja sama dengan salah satu perusahaan dan melakukan kegiatan ekspor ke Jepang. Sebagai contoh yaitu PT. Galih Estetika yang melakukan ekspor hampir semua produknya ke Jepang dan terdapat kemitraan antara petani dengan perusahaan yang terdapat di Lembang, Jawa Barat yaitu PT. Sun Yasai.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 5. Produksi Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013

Berdasarkan data dari FAO (2016), selama kurun waktu tahun 1994-2013 kondisi data produksi ubi jalar Indonesia mengalami perkembangan yang fluktuasi. Rata-rata produksi ubi jalar pada kurun waktu tersebut mengalami kenaikan walaupun tidak terlalu tinggi yaitu sebesar 1,01% (Lampiran 1). Berbagai permasalahan yang dihadapi dalam hal peningkatan produksi ubi jalar salah satunya minat dari para petani untuk tetap membudidayakan ubi jalar masih rendah. Dilihat dari segi harga, para petani menganggap harga ubi jalar kurang memberikan insentif dan pengembangan ubi jalar secara intensif menjadi tidak

maksimal. Hal ini dikarenakan informasi mengenai harga ubi jalar secara nasional belum tersedia secara aktual dan cepat sebagai produk pertanian seperti misalnya kakao, karet, kopi, dan lain-lain yang membuat peningkatan produksi ubi jalar menjadi terhambat. Kurang adanya informasi mengenai bentuk-bentuk olahan dari ubi jalar dan juga masih kurangnya industri hilir yang memanfaatkan ubi jalar sebagai bahan baku yang akhirnya menyebabkan lemahnya permintaan akan komoditas ubi jalar. Sentra atau pusat produksi dari ubi jalar juga akan merasakan dampaknya yaitu apabila musim panen tiba dan kurang dimanfaatkan akan menyebabkan harga menjadi lemah atau murah (Harnowo dkk, 1994 dalam Zuraida dan Supriati, 2001).

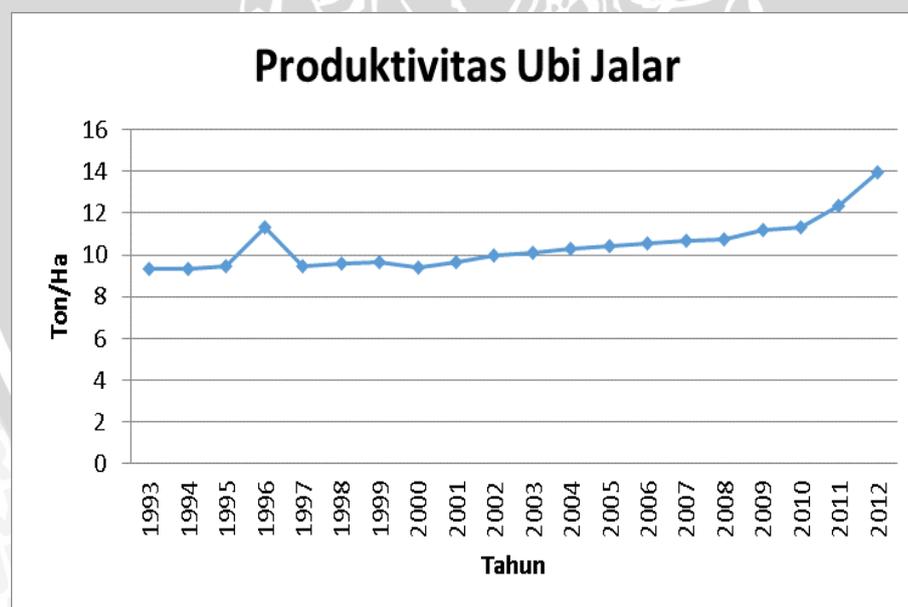
Perkembangan produksi ubi jalar Indonesia selama kurun waktu tahun 1994-2013 mengalami kondisi naik dan turun. Peningkatan produksi tertinggi terjadi pada periode tahun 1994-1995 sebesar 17,66%. Produksi ubi jalar tahun 1994 sebesar 1.845.180 ton menjadi 2.171.027 ton pada tahun 1995. Peningkatan produksi terendah terjadi pada periode tahun 2001-2002 yaitu sebesar 1,29%. Produksi ubi jalar tahun 2001 sebesar 1.749.070 ton naik menjadi 1.771.692 ton pada tahun 2002. Hal ini berbanding lurus dengan perkembangan luas lahan ubi jalar pada tahun 1994-1995 yang juga mengalami kenaikan. Sementara penurunan produksi ubi jalar tertinggi terjadi pada periode tahun 1998-1999 yaitu sebesar 13,9%. Produksi ubi jalar tahun 1998 sebesar 1.935.040 ton turun menjadi 1.665.547 ton. Penurunan terendah terjadi pada tahun 2005-2006 yaitu hanya sebesar 0,14%. Produksi ubi jalar pada tahun 2005 sebesar 1.856.969 ton turun menjadi 1.854.238 ton.

Namun hal ini terdapat beberapa perbedaan mengenai perkembangan luas lahan dan produksi ubi jalar. Seperti misalnya pada periode tahun 1996-1997 luas lahan ubi jalar mengalami peningkatan sebesar 9,99%, namun berbanding terbalik dengan produksi ubi jalar yang mengalami penurunan sebesar 8,43%. Hal ini dibuktikan dengan terjadinya bencana alam kekeringan yang berkelanjutan pada tahun 1997 yang mengakibatkan kematian yang cenderung tinggi pada tanaman ubi jalar (Rahayuningsih, 2012). Sebaliknya, pada tahun 2001-2002 dan 2010-2011 perkembangan luas lahan ubi jalar mengalami penurunan yaitu sebesar 2,05% dan 1,78% namun produksi ubi jalar mengalami peningkatan sebesar

1,29% dan 6,88%. Hal ini menurut Nasir dkk. (2012) bahwa peningkatan dalam produktivitas yang terjadi mengakibatkan perbaikan teknologi pada produksi ubi jalar seperti penggunaan varietas unggul dan memperhatikan teknologi dalam hal budidaya yang pada akhirnya produksi dari komoditas ubi jalar meningkat.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya produksi ubi jalar di Indonesia diantaranya sebagai berikut :

1. Petani belum melakukan keberlangsungan pola tanam ubi jalar secara intensif, namun petani masih menerapkan pola tanam ubi jalar secara tradisional yang mengakibatkan produksi rendah.
2. Harga ubi jalar relatif masih tergolong rendah yang mengakibatkan para pelaku usaha agribisnis enggan untuk mengusahakannya.
3. Pengetahuan yang dimiliki para petani dan masyarakat mengenai manfaat dari ubi jalar tergolong rendah yang mengakibatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsi ubi jalar juga rendah, Padahal ubi jalar memiliki segudang potensi dan manfaat menjadi berbagai produk olahan atau industri makanan (Juanda dan Cahyono, 2000).



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 6. Produktivitas Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013

Selama kurun waktu tahun 1994-2013, perkembangan produktivitas ubi jalar cenderung mengalami kenaikan dengan rata-rata sebesar 2,54%. Produktivitas ubi jalar tertinggi terjadi pada periode tahun 1995-1996 dengan kenaikan sebesar

19,5% dari 9,49 ton/ha menjadi 11,35 ton/ha. Kenaikan produktivitas terendah terjadi pada tahun 1993-1994 dengan hanya mengalami kenaikan sebesar 0,5% dari 9,31 ton/ha menjadi 9,36 ton/ha. Produktivitas yang meningkat menunjukkan bahwa kemampuan para petani dalam menggunakan teknologi terkait budidaya ubi jalar semakin baik (Damardjati dan Widowati, 1994 *dalam* Zuraida, 2009). Perkembangan produktivitas ubi jalar juga mengalami penurunan yaitu penurunan produktivitas tertinggi terjadi pada periode tahun 1996-1997 yaitu sebesar 16,7% dari 11,35 ton/ha menjadi 9,45 ton/ha. Penurunan produktivitas terendah terjadi pada tahun 1999-2000 yaitu 2,5% dari 9,67 ton/ha menjadi 9,42 ton/ha.

Produktivitas ubi jalar Indonesia selama periode tahun 1994-2013 maksimal hanya mampu pada angka 14,75 ton/ha. Padahal potensi yang dapat dicapai untuk meningkatkan produktivitas ubi jalar dengan menggunakan varietas unggul antara 30-40 ton/ha. Menurut Balitkabi (2006) *dalam* Sasongko (2009) terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab menurun atau rendahnya produktivitas ubi jalar antara lain :

1. Input yang diberikan pada pertanaman rendah
2. Penggunaan bibit stek yang digunakan oleh petani dari pertanaman produksi bukan dari persemaian umbi
3. Gangguan hama boleng dan penyakit kudis
4. Petani masih mengalami kesulitan padahal peluang peningkatan produktivitas produksi ubi jalar terutama melalui penggunaan varietas unggul, pemupukan berimbang dan perbaikan manajemen usahatani masih cukup besar.

5.1.2 Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia

1. Volume Ekspor dan Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia

Indonesia merupakan salah satu produsen terbesar dari komoditas ubi jalar di dunia khususnya dalam kawasan Asia Tenggara. Dalam kawasan ASEAN ini, Indonesia melakukan kegiatan ekspor terhadap ubi jalar terlebih untuk dapat bersaing dengan negara lain guna menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Selain melakukan ekspor, Indonesia memproduksi ubi jalar juga digunakan untuk kebutuhan logistik dalam negeri.

Ekspor Indonesia pada ubi jalar tergolong tinggi, namun berdasarkan data *Food Agriculture Organization* (FAO) 2016 dilihat dari sisi volume dan nilai

ekspor cenderung mengalami peningkatan. Dalam kurun waktu tahun 1994-2013 rata-rata volume ekspor ubi jalar Indonesia meningkat sebesar 3,08% sementara rata-rata nilai ekspor meningkat sebesar 11,4% (Lampiran 3). Dalam perkembangannya, ekspor ubi jalar Indonesia hanya berfokus pada bentuk mentah atau segar (Departemen Pertanian, 2016). Negara-negara tujuan ekspor ubi jalar Indonesia di kawasan ASEAN antara lain Malaysia, Singapura, dan thailand (FAO, 2016). Gambar 7 dan 8 menunjukkan perkembangan volume ekspor dan nilai ekspor.



Sumber : *Food and Agriculture Organization, 2016* (diolah)

Gambar 7. Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Selama kurun waktu tahun 1994-2013, perkembangan volume ekspor ubi jalar Indonesia mengalami fluktuasi. Hal ini dibuktikan pada tahun 1994 sebesar 3.839.000 kg meningkat sebesar 11.819.000 kg pada tahun 2002 dan menurun pada tahun 2013 sebesar 5.043.000 kg (Lampiran 3). Sementara volume ekspor ubi jalar tertinggi terjadi pada tahun 2002 dengan jumlah 11.819.000 kg dan volume ekspor terendah terjadi pada tahun 1996 sebesar 2.486.000 kg.

Volume ekspor ubi jalar yang mengalami peningkatan tertinggi yaitu terjadi pada tahun 2001-2002 sebesar 74,5% dari 6.773.000 kg menjadi 11.819.000 kg (Lampiran 3). Hal ini berbanding lurus dengan peningkatan produksi yang juga mengalami peningkatan pada tahun tersebut meskipun

tidak terlalu besar yaitu 1,29%. Sedangkan penurunan volume ekspor tertinggi terjadi pada tahun 1993-1994 yaitu sebesar 47,3% dari 7.288.000 kg menjadi 3.839.000 kg. Hal ini juga berbanding lurus dengan peningkatan produksi yang terjadi yang dibuktikan dengan penurunan sebesar 11,6% pada tahun tersebut.

Tabel 11. Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Indonesia	
Tahun	Volume
1994	3.839.000
1995	4.296.000
1996	2.486.000
1997	3.618.000
1998	5.866.000
1999	6.139.000
2000	6.207.000
2001	6.773.000
2002	11.819.000
2003	8.868.000
2004	9.141.000
2005	6.789.000
2006	5.028.000
2007	3.834.000
2008	3.644.000
2009	3.317.000
2010	4.680.000
2011	4.271.000
2012	5.581.000
2013	5.043.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

Sama halnya dengan volume ekspor, nilai ekspor ubi jalar Indonesia selama kurun waktu tahun 1994-2013 juga mengalami kondisi yang fluktuasi. Hal ini dapat dilihat perkembangan nilai ekspor dari tahun 1994 yang mempunyai nilai sebesar US\$581.000 terus meningkat hingga pada tahun 2002 memiliki nilai US\$2.604.000 yang pada tahun terakhir 2013 terjun di angka US\$1.812.000 (Lampiran 3). Nilai ekspor ubi jalar Indonesia tertinggi terjadi pada tahun 2012 dengan nilai sebesar US\$2.968.000 dan nilai ekspor terendah terjadi pada tahun 1996 sebesar US\$410.000. Peningkatan nilai ekspor ubi jalar pada tahun 2012 menunjukkan bahwa ubi jalar Indonesia

sangat diterima dalam perdagangan internasional dengan semakin tingginya permintaan, hal ini ditunjukkan dengan peningkatan nilai dan volume ekspor Indonesia di dunia pada tahun 2012 sebesar 36,9% dan 30,6%. Berbanding lurus dengan nilai ekspor yang didapat Indonesia pada tahun 2012 di kawasan pasar ASEAN dengan nilai tertinggi sebesar US\$2.968.000.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

Gambar 8. Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Penurunan nilai ekspor ubi jalar Indonesia tertinggi terjadi pada periode tahun 1993-1994 sebesar 41,1% dari US\$988.000 menjadi US\$581.000. Hal ini terjadi karena volume ekspor juga mengalami penurunan sebesar 47,3%. Nilai ekspor dan volume ekspor turun berbanding lurus dengan produksi maupun luas lahan ubi jalar di Indonesia pada tahun tersebut yang mengalami penurunan masing-masing sebesar 11,6% dan 12,01%.

Tabel 12. Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

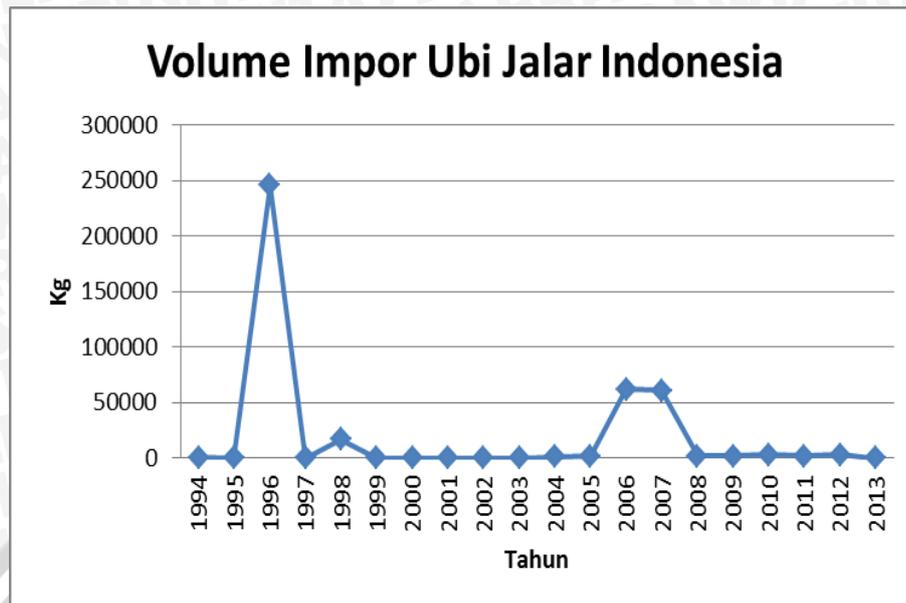
Indonesia	
Tahun	Nilai
1994	581.000
1995	605.000
1996	410.000
1997	590.000
1998	806.000

Indonesia	
Tahun	Nilai
1999	968.000
2000	750.000
2001	816.000
2002	2.604.000
2003	2.246.000
2004	2.717.000
2005	2.108.000
2006	1.669.000
2007	1.634.000
2008	1.689.000
2009	1.753.000
2010	2.223.000
2011	2.168.000
2012	2.968.000
2013	1.812.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

2. Volume Impor dan Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia

Indonesia dalam kegiatannya dalam perdagangan Internasional khususnya di kawasan ASEAN tidak hanya berfokus pada kegiatan ekspor saja, melainkan juga melakukan kegiatan impor terhadap komoditas ubi jalar. Negara-negara tujuan untuk mengimpor ubi jalar di kawasan ASEAN yaitu diantaranya Malaysia, Singapura, dan Thailand (FAO, 2016). Impor ubi jalar yang dilakukan oleh Indonesia juga masih dalam bentuk segar atau mentah (Departemen Pertanian, 2016). Kegiatan impor yang dilakukan Indonesia disebabkan karena belum mempunyai untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Dilihat dari kapasitas industri pengolahan ubi jalar seperti misalnya pengolahan untuk dijadikan tepung masih belum maksimal. Selain itu, ubi jalar merupakan komoditas yang bersifat temporal padahal kebutuhan akan ubi-ubian terjadi sepanjang tahun. Apabila musim panen raya datang, produksi menjadi tinggi. Namun ketika musim tanam dilakukan, persediaan akan ubi jalar tidak ada (Daud *dalam* Detik Finance, 2014) Hal ini yang membuat Indonesia masih melakukan impor ubi jalar, padahal Indonesia sendiri merupakan salah satu produsen terbesar di dunia khususnya di kawasan ASEAN.



Sumber : *Food And Agriculture Organization*,2016

Gambar 9. Volume Impor Ubi Jalar Indonesia di ASEAN Tahun 1994-2013

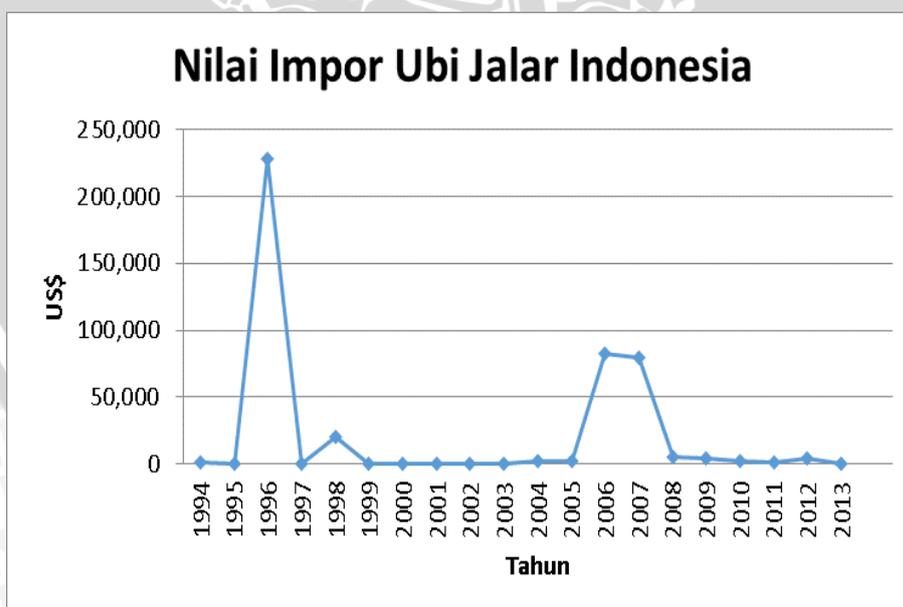
Perkembangan impor ubi jalar Indonesia pada kurun waktu tahun 1994-2013 menunjukkan kondisi yang fluktuatif. Pada tahun 1994 dengan hanya memiliki nilai 847 kg terus mengalami kenaikan sampai pada tahun 2006 sebesar 62.000 kg dan menurun sebesar 0 kg pada tahun 2013 (Lampiran 3). Volume impor ubi jalar terendah terjadi pada tahun 1995, 1997, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, dan 2013. Hal ini dikarenakan bahwa kemampuan Indonesia akan produksi komoditas ubi jalar masih kuat pada tahun-tahun tersebut dan mampu memenuhi kebutuhan dalam negeri tanpa melakukan kegiatan impor. Peningkatan volume impor ubi jalar tertinggi terjadi pada tahun 1996 yaitu sebesar 246.000 kg. Hal ini diakibatkan dengan menurunnya luas lahan dan produksi ubi jalar pada tahun tersebut masing-masing sebesar 22,3% dan 7%.

Namun dilihat perbandingan dari volume impor dengan volume ekspor ubi jalar, masih didominasi oleh volume ekspor yang lebih besar. Menurut Daud *dalam* Detik Finance (2014), Indonesia masih mampu memenuhi kebutuhan dalam negeri akan ubi jalar karena merupakan salah satu produsen terbesar, namun pada bulan-bulan tertentu masih dilakukan impor untuk memenuhi kekosongan pasokan.

Tabel 13. Volume Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Indonesia	
Tahun	Volume
1994	847
1995	0
1996	246.000
1997	0
1998	17.000
1999	0
2000	0
2001	0
2002	0
2003	0
2004	1.000
2005	2.000
2006	62.000
2007	61.000
2008	2.000
2009	2.000
2010	3.000
2011	2.000
2012	3.000
2013	0

Sumber : FAO, 2016

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

Gambar 10. Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Sama halnya dengan volume impor, perkembangan nilai impor ubi jalar Indonesia dalam kurun waktu tahun 1994-2013 juga mengalami kondisi yang serupa yaitu fluktuasi (Lampiran 3). Nilai ekspor ubi jalar tertinggi terjadi pada tahun 1996 sebesar US\$288.000, sementara nilai ekspor terendah yaitu sebesar US\$ pada tahun 1995, 1997, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, dan 2013. Perkembangan ini menandakan bahwa Indonesia tidak melakukan kegiatan impor terhadap ubi jalar.

Tabel 14. Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

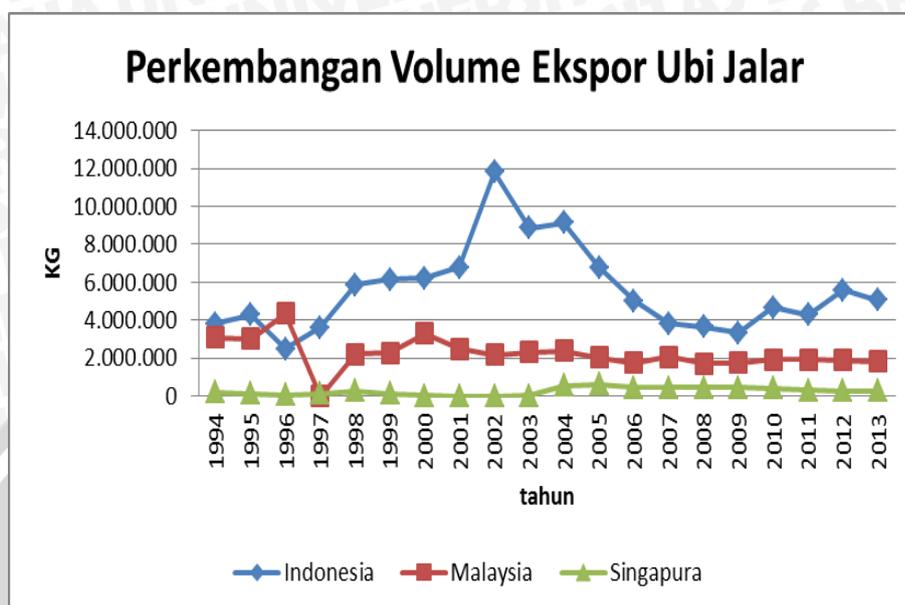
Indonesia	
Tahun	Nilai
1994	1.000
1995	0
1996	228.000
1997	0
1998	20.000
1999	0
2000	0
2001	0
2002	0
2003	0
2004	2.000
2005	2.000
2006	83.000
2007	80.000
2008	5.000
2009	4.000
2010	2.000
2011	1.000
2012	4.000
2013	0

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

5.2 Gambaran Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura

Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir ubi jalar yang aktif dalam perdagangan internasional khususnya dalam kawasan Asia Tenggara. Persaingan menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN menjadi tantangan bagi Indonesia untuk dapat bersaing dengan negara-negara lain di pasar ASEAN. Ubi jalar adalah komoditas yang termasuk diperdagangkan yang mencakup kegiatan ekspor maupun impor di ASEAN. Berdasarkan data FAO (2016), Indonesia

memiliki pesaing-pesaing dalam hal perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN yaitu diantaranya Malaysia dan Singapura.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016

Gambar 11. Perkembangan Volume Ekspor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Indonesia bersama dua negara pembanding yaitu Malaysia dan Singapura memiliki perkembangan yang berbeda dalam hal volume ekspor ubi jalar di kawasan ASEAN selama kurun waktu tahun 1994-2013. Urutan pertama diraih oleh Indonesia dengan memiliki rata-rata volume ekspor ubi jalar tertinggi sebesar 5.561.950 kg diikuti Malaysia dan Singapura dalam persaingan di pasar ASEAN. Volume ekspor ubi jalar Indonesia yang tinggi ini dikarenakan Indonesia selama kurun waktu tahun 1994-2013 berkaitan dengan luas lahan yang dimiliki oleh Indonesia dan juga jumlah produksi selama periode waktu 20 tahun kecenderungan meningkat (BPS,2016).

Tabel 15. Volume Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Volume Ekspor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	3.839.000	3.094.000	194.355*	7.133.355*
1995	4.296.000	3.019.000	117.000	7.435.000
1996	2.486.000	4.361.000	64.000	6.912.000
1997	3.618.000	-	129.000	3.752.000
1998	5.866.000	2.198.000	288.000	8.352.000

Tahun	Volume Ekspor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1999	6.139.000	2.287.000	125.000	8.552.000
2000	6.207.000	3.296.000	17.000	9.520.000
2001	6.773.000	2.477.000	6.000	9.258.000
2002	11.819.000	2.161.000	4.000	13.984.000
2003	8.868.000	2.329.000	20.000	11.233.000
2004	9.141.000	2.379.000	556.000	12.157.000
2005	6.789.000	2.041.000	630.000	9.917.000
2006	5.028.000	1.761.000	436.000	7.313.000
2007	3.834.000	2.082.000	434.000	6.469.000
2008	3.644.000	1.704.000	436.000	5.941.000
2009	3.317.000	1.740.000	456.000	5.707.000
2010	4.680.000	1.936.000	418.000	7.125.000
2011	4.271.000	1.922.000	308.000	6.520.000
2012	5.581.000	1.890.000	266.000	7.803.000
2013	5.043.000	1.834.000	280.000	7.157.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

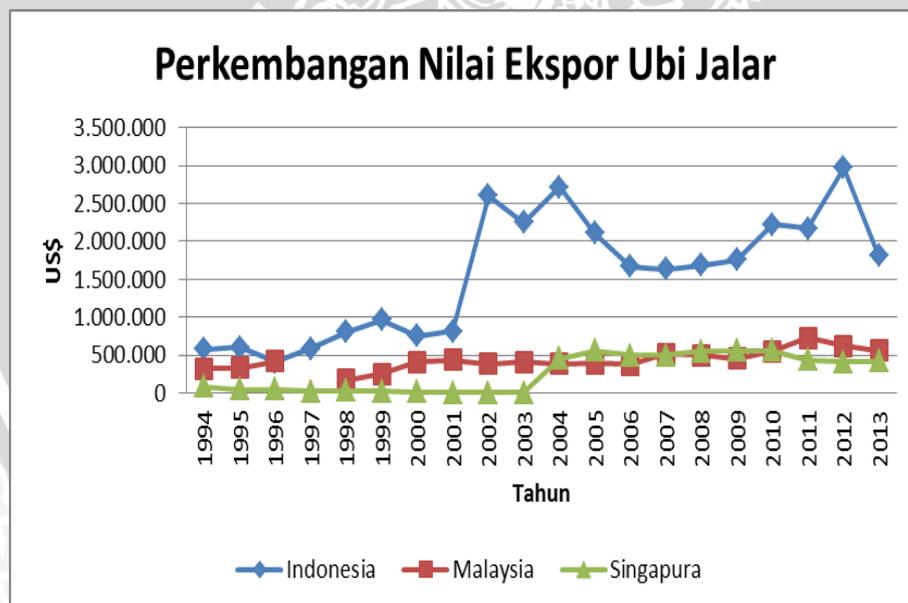
Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*

Berdasarkan data FAO (2016), Negara tujuan ekspor Indonesia adalah juga kepada negara pesaing yang ada di ASEAN yaitu Malaysia dan Singapura. Namun Malaysia dan Singapura juga mampu melakukan kegiatan ekspor ubi jalar. Pada pasar ASEAN, Indonesia merupakan negara eksportir terbesar ubi jalar. Hal ini dikarenakan volume ekspor ubi jalar Indonesia mempunyai jumlah yang tinggi dibandingkan dengan pesaingnya selama kurun waktu 20 tahun. Dilihat dari jumlah volume ekspor ubi jalar Indonesia di ASEAN juga cenderung mengalami kenaikan sebesar 3,08%.

Malaysia menempati urutan kedua dalam volume ekspor ubi jalar di kawasan ASEAN yakni mempunyai nilai rata-rata sebesar 2.341.684 kg. Hal ini masih kalah dari jumlah rata-rata volume ekspor yang dimiliki oleh Indonesia, namun laju perkembangan jumlah kuantitas ekspor ubi jalar Malaysia cenderung mengalami kenaikan sebesar 6,9% (FAO,2016). Dalam kurun waktu tahun 1994-2013, Malaysia memiliki nilai kosong pada tahun 1997. Hal ini dikarenakan Malaysia pada tahun tersebut sedang menghadapi krisis ekonomi yang membuat nilai mata uang *ringgit* turun drastis. Krisis ekonomi yang terjadi pada Malaysia

ini mengakibatkan kekacauan pada sektor riil (produksi, perdagangan, dan jasa) (Khair, 2008).

Singapura menempati urutan ketiga atau yang paling rendah dibandingkan negara pesaingnya dalam volume ekspor ubi jalar di kawasan ASEAN dengan memiliki rata-rata sebesar 259.218 kg. Namun dalam rata-rata selama periode waktu 20 tahun, Singapura cenderung mengalami kenaikan sebesar 142% walaupun jumlah keseluruhan paling kecil. Barang ekspor utama di Singapura berada pada sektor elektronik, bahan kimia, dan jasa. Hal tersebut memungkinkan untuk membeli barang mentah yang tidak dimiliki (AEC Center Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2016). Berdasarkan data FAO (2016), Produksi ubi jalar yang relatif rendah dikarenakan Singapura merupakan negara di ASEAN yang memiliki luas lahan dan produksi yang terbatas. Singapura merupakan negara perdagangan dan salah satu negara pengimpor terbesar di pasar ASEAN, namun Singapura juga melakukan ekspor ubi jalar yang telah di impor dari negara lain di kawasan ASEAN.



Sumber : FAO, 2016

Gambar 12. Perkembangan Nilai Ekspor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Nilai ekspor ubi jalar tertinggi diraih oleh Indonesia dengan memiliki nilai rata-rata sebesar US\$1.555.850 dalam periode waktu 20 tahun terakhir. Sementara Malaysia memiliki nilai rata-rata dibawah Indonesia yaitu sebesar US\$427.497 di

ikuti oleh Singapura dengan rata-rata nilai sebesar US\$263.155. Namun dalam laju pertumbuhan nilai ekspor ubi jalar di ASEAN ketiga negara tersebut mempunyai laju yang beragam. Indonesia menempati urutan pertama, dengan dibuktikan dalam perkembangannya nilai ekspor ubi jalar Indonesia memiliki rata-rata yang meningkat yaitu sebesar 11,4%.

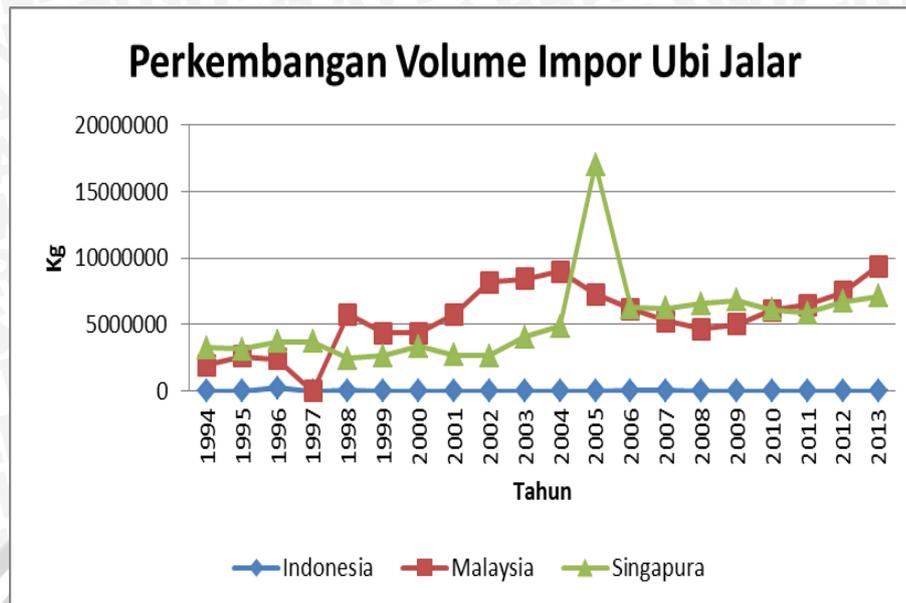
Tabel 16. Nilai Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Ekspor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	581.000	327.000	82.094*	990.094*
1995	605.000	336.000	49.000	993.000
1996	410.000	418.000	50.000	878.000
1997	590.000	-	27.000	618.000
1998	806.000	174.000	34.000	1.014.000
1999	968.000	257.000	25.000	1.250.000
2000	750.000	414.000	15.000	1.179.000
2001	816.000	435.000	7.000	1.258.000
2002	2.604.000	386.000	3.000	2.993.000
2003	2.246.000	407.000	11.000	2.676.000
2004	2.717.000	388.000	454.000	3.629.000
2005	2.108.000	393.000	563.000	3.103.000
2006	1.669.000	379.000	496.000	2.574.000
2007	1.634.000	520.000	502.000	2.724.000
2008	1.689.000	501.000	556.000	2.798.000
2009	1.753.000	456.000	562.000	2.835.000
2010	2.223.000	550.000	559.000	3.370.000
2011	2.168.000	730.000	437.000	3.346.000
2012	2.968.000	622.000	407.000	4.006.000
2013	1.812.000	558.000	424.000	2.794.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*

Malaysia mempunyai laju perkembangan nilai ekspor ubi jalar rata-rata meningkat 10,2% meskipun nilai rata-rata dibawah Indonesia. Begitupun dengan Singapura memiliki laju pertumbuhan nilai ekspor ubi jalar rata-rata meningkat 199% pada periode 20 tahun.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 13. Perkembangan Volume Impor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Gambar 13 menunjukkan bahwa selama periode waktu 20 tahun Malaysia merupakan negara importir ubi jalar terbesar di kawasan ASEAN dengan memiliki rata-rata volume impor ubi jalar sebesar 5.638.634 kg. Berdasarkan data *Food Agriculture Organization* (2016), Malaysia bersama Singapura merupakan negara pengimpor paling dominan ubi jalar daripada negara-negara lain di kawasan ASEAN.

Singapura berada pada posisi kedua dalam volume ekspor ubi jalar di pasar ASEAN dengan memiliki rata-rata yang tidak jauh dengan Malaysia yaitu sebesar 5.147.696 kg. Industri di Singapura dapat dikatakan mengandalkan konsep perantara perdagangan dengan sistem membeli barang-barang mentah dan menyempurnakannya untuk diekspor kembali (AEC Center Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2016). Tingginya volume impor ubi jalar Singapura ini dikarenakan Singapura mengimpor ubi jalar mentah dari berbagai negara-negara di kawasan ASEAN khususnya Indonesia dan Malaysia yang kemudian diolah dan diekspor ke negara-negara lain. Selain itu, penyebab lain adalah Singapura merupakan negara yang memiliki posisi yang strategis sehingga menjadi pusat perdagangan internasional di ASEAN. Ditambah lagi dengan proses birokrasi Singapura yang jauh lebih singkat dibandingkan negara lain.

Singapura juga memiliki standarisasi produk, sehingga produk yang diperdagangkan menjadi terpercaya (Tjahyono, 2015).

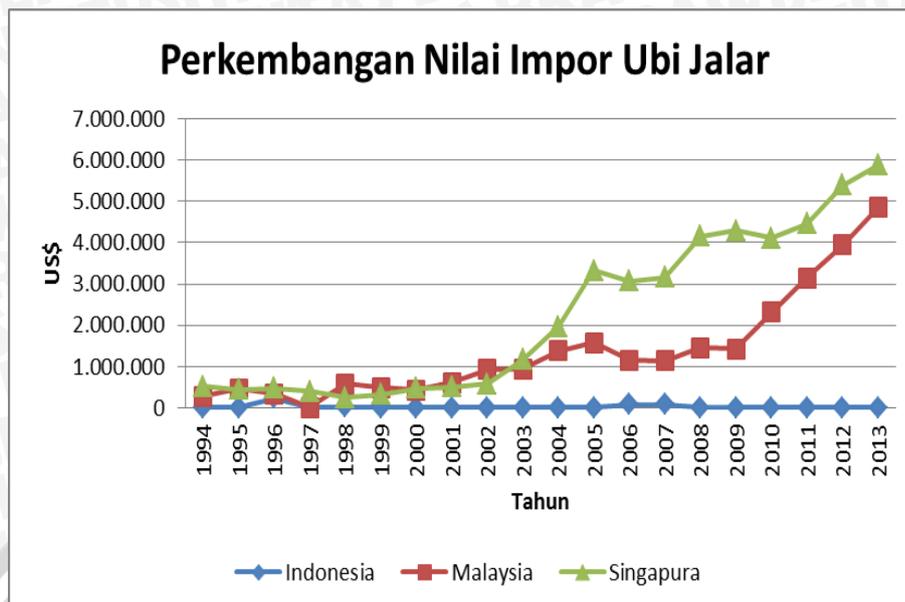
Tabel 17. Volume Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Volume Impor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	847	1.942.000	3.242.062*	5.184.062*
1995	0	2.608.000	3.163.000	5.771.000
1996	246.000	2.384.000	3.704.000	6.334.000
1997	0	-	3.691.000	3.691.000
1998	17.000	5.760.000	2.443.000	8.224.000
1999	0	4.363.000	2.665.000	7.028.000
2000	0	4.366.000	3.370.000	7.738.000
2001	0	5.755.000	2.701.000	8.456.000
2002	0	8.188.000	2.642.000	10.992.000
2003	0	8.447.000	4.053.000	12.706.000
2004	1.000	8.988.000	4.863.000	13.853.000
2005	2.000	7.256.000	17.006.000	24.278.000
2006	62.000	6.185.000	6.275.000	12.559.000
2007	61.000	5.252.000	6.199.000	11.922.000
2008	2.000	4.670.000	6.574.000	16.984.000
2009	2.000	5.020.000	6.846.000	22.492.000
2010	3.000	6.080.000	6.123.000	21.527.000
2011	2.000	6.495.000	5.882.000	22.912.000
2012	3.000	7.431.000	6.746.000	29.985.000
2013	0	9.380.000	7.133.000	31.949.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*

Posisi ketiga atau terakhir ditempati oleh Indonesia dengan rata-rata volume impor ubi jalar sebesar 19.135,5 kg. Volume impor ubi jalar Indonesia tidak sebesar dari negara pesaing yaitu Malaysia dan Singapura karena kegiatan impor ubi jalar yang dilakukan oleh Indonesia hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasokan dalam negeri yang mengalami kekosongan pada bulan-bulan tertentu pada satu tahun.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)
 Gambar 14. Perkembangan Nilai Impor Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Nilai impor ubi jalar tertinggi dalam 20 tahun terakhir diraih oleh Singapura dengan rata-rata sebesar US\$2.170.736. Selama periode tersebut nilai impor ubi jalar Singapura mengalami kenaikan rata-rata sebesar 16,3%. Tingginya nilai ekspor ubi jalar ini dikarenakan Singapura merupakan pusat perdagangan di kawasan ASEAN. Singapura memiliki pelabuhan yang strategis yaitu *Port of Singapore* yang merupakan salah satu pelabuhan kargo tersibuk didunia yang menjadikan Singapura menjadi lebih kompetitif dibandingkan dengan negara tetangga. Selain itu infrastruktur pelabuhan dan tenaga kerja yang terampil yang merupakan hasil dari kebijakan pendidikan dalam memproduksi pekerja terampil juga menjadi faktor keberhasilan dalam hal kegiatan perdagangan salah satunya adalah impor (AEC Center Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2016).

Malaysia menempati urutan kedua dengan rata-rata nilai impor sebesar US\$1.386.374. Sementara Indonesia menjadi negara yang memiliki rata-rata nilai impor ubi jalar terendah yaitu sebesar US\$20.571,4.

Tabel 18. Nilai Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Impor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	1.000	273.000	512.041*	786.041*
1995	0	452.000	446.000	899.000
1996	228.000	334.000	477.000	1.039.000
1997	0	-	401.000	401.000
1998	20.000	577.000	244.000	850.000
1999	0	486.000	330.000	816.000
2000	0	425.000	472.000	898.000
2001	0	613.000	508.000	1.121.000
2002	0	926.000	582.000	1.577.000
2003	0	936.000	1.174.000	2.201.000
2004	2.000	1.377.000	1.970.000	3.349.000
2005	2.000	1.576.000	3.323.000	4.932.000
2006	83.000	1.147.000	3.073.000	4.424.000
2007	80.000	1.137.000	3.169.000	4.895.000
2008	5.000	1.455.000	4.166.000	6.812.000
2009	4.000	1.418.000	4.296.000	7.600.000
2010	2.000	2.310.000	4.109.000	8.206.000
2011	1.000	3.141.000	4.457.000	13.039.000
2012	4.000	3.943.000	5.394.000	17.405.000
2013	0	4.856.000	5.885.000	18.878.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan FAO dan *UN Comtrade*

5.3 Spesialisasi Perdagangan Ubi Jalar

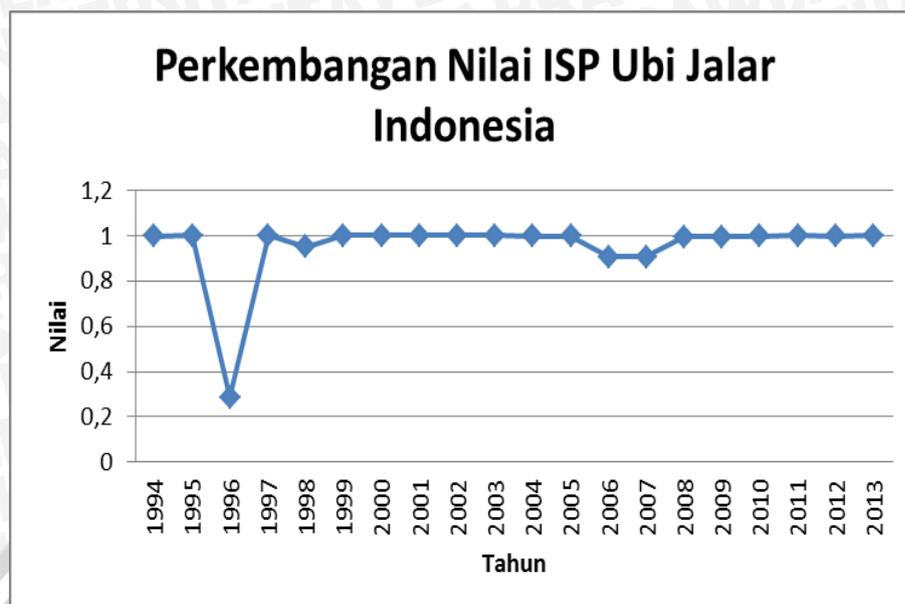
Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk mengetahui peran dari suatu negara dalam perdagangan ubi jalar, apakah dikategorikan sebagai negara eksportir atau importir. Indeks ini juga berfungsi untuk mempertimbangkan dari segi permintaan dan segi penawaran yang dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor merupakan permintaan domestik atau sesuai dengan teori perdagangan internasional yaitu teori *vent for surplus*, dimana ekspor dari suatu barang dilakukan apabila terdapat kelebihan atas barang tersebut dipasar domestik. Sebenarnya dengan mengobservasi indeks ini sepanjang waktu, menurut komoditi dan industri dapat dibahas kesenjangan permintaan dan

penawaran di pasar domestik sekaligus mengukur derajat daya saing dari komoditi atau industri bersangkutan (Tambunan, 2004).

Kisaran dari nilai indeks ISP ini adalah antara -1 sampai dengan +1. Apabila nilainya positif (diatas 0 sampai dengan 1) maka negara bersangkutan cenderung sebagai pengekspor dari komoditas ubi jalar (*supply* domestik lebih besar dari permintaan domestik). Sebaliknya, dapat dikatakan cenderung sebagai pengimpor ubi jalar (penawaran domestik lebih kecil dari pada permintaan domestik) apabila nilai negatif dibawah 0 sampai -1. Nilai ISP ini dapat digunakan untuk melihat tingkat perkembangan suatu komoditas dalam perdagangan internasional. Dikategorikan pada tahap pengenalan apabila memiliki nilai -1,00 sampai -0,50. Tahap substitusi impor memiliki nilai -0,50 sampai 0,00. Tahap pertumbuhan memiliki nilai 0,01 sampai 0,80. Tahap kematangan memiliki nilai 0,81 sampai 1,00. Tahap mengimpor kembali memiliki nilai 1,00 sampai 0,00 (Kementerian Perdagangan, 2008).

5.3.1 Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN

Selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar sebesar 0,951 (Lampiran 10). Hal ini membuktikan bahwa Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang mempunyai daya saing yang kuat pada komoditas ubi jalar di pasar ASEAN. Indonesia memiliki nilai ISP yang positif yaitu 0,951 dan termasuk pada tahap kematangan (0,81-1,00). Tahap kematangan ini juga berarti bahwa negara Indonesia termasuk kedalam negara *net exporter* di pasar ASEAN terhadap ubi jalar karena dalam periode 20 tahun Indonesia memiliki nilai ekspor yang lebih tinggi daripada nilai impornya.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 15. Perkembangan Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia memiliki rata-rata nilai ISP sebesar 9,01% dan juga perkembangan yang terjadi cenderung stabil. Pada tahun 1995, 1997, 1999-2003, dan 2013, Indonesia memiliki nilai ISP tertinggi yaitu sebesar 1. Nilai ini membuktikan bahwa Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat daya saing yang kuat di pasar ASEAN. Pada tahun tersebut Impor ubi jalar Indonesia sangat rendah dengan mempunyai nilai sebesar nol atau dapat dikatakan tidak melakukan kegiatan impor pada ubi jalar di kawasan ASEAN.

Pada tahun 1994, 1998, dan 2004-2012, Indonesia dikategorikan telah masuk kedalam tahap kematangan terhadap ubi jalar. Hal ini dibuktikan bahwa pada tahun tersebut Indonesia memiliki nilai ISP diantara 0,81-1,00. Tahap kematangan yang dicapai ini menegaskan bahwa ubi jalar Indonesia telah mencapai standarisasi dalam hal teknologi. Namun pada periode tahun 1995-1996, nilai ISP Indonesia mengalami penurunan bermula memiliki nilai 1,00 turun menjadi 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa pada periode ini Indonesia memasuki tahap pertumbuhan yang artinya Indonesia melakukan produksi ubi jalar pada skala besar dan meningkatkan ekspor penawaran lebih besar dari permintaan.

Penurunan nilai ISP ini juga berkaitan secara langsung dengan menurunnya nilai ekspor ubi jalar Indonesia sebesar 32,2% pada tahun tersebut.

Perkembangan nilai ISP Indonesia ini juga berkaitan dengan nilai ekspor dan nilai impor ubi jalar. Pada periode tahun 1994-2013, nilai ekspor ubi jalar Indonesia mengalami kondisi yang fluktuatif. Namun nilai ekspor ubi jalar Indonesia rata-rata mengalami penurunan. Nilai ekspor ubi jalar Indonesia yang pada periode tahun 1994-2001 memiliki nilai dikisaran ratusan ribu dollar yaitu sebesar US\$581.000-US\$816.000 berubah naik menjadi jutaan dollar pada tahun 2002 sebesar US\$2.604.000. Namun cenderung turun sampai pada tahun 2013 yaitu memiliki nilai sebesar US\$1.812.000 (Lampiran 3).

Nilai impor ubi jalar Indonesia pada periode 20 tahun juga mempunyai perkembangan yang cenderung menurun dan mempunyai nilai yang kecil. Hal ini dapat dilihat dari nilai impor ubi jalar Indonesia pada tahun 1994 dengan nilai sebesar US\$1.000 terus naik hingga menjadi sebesar US\$228.000 pada tahun 1996. Namun terus menurun pada tahun berikutnya hingga pada akhirnya memiliki nilai nol pada tahun 2013. Penyebab turunnya nilai impor ubi jalar Indonesia ini dikarenakan Indonesia hanya akan melakukan impor ubi jalar untuk mengisi kekosongan pasokan yang terjadi pada bulan-bulan tertentu.

Perkembangan nilai ISP ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN ini secara teori dapat dikatakan berbanding lurus dengan apa yang terjadi pada kenyataan dilapang bahwa Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar yang tinggi dikarenakan nilai ekspor lebih tinggi dari nilai impor.

5.3.2 Perbandingan Analisis ISP Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura.

Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia bersaing dengan negara lain yang juga merupakan negara pengekspor ubi jalar seperti Malaysia dan Singapura dalam hal perdagangan komoditas ubi jalar. Indonesia menempati posisi pertama dalam nilai rata-rata ISP ubi jalar diikuti oleh Malaysia di tempat kedua dan Singapura di tempat ketiga (Tabel 11). Dari ketiga negara ini, Indonesia menjadi satu-satunya negara yang memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dapat dikategorikan sebagai negara eksportir ubi jalar di kawasan ASEAN. Sementara Malaysia dan Singapura dikategorikan

sebagai negara importir ubi jalar karena memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar negatif.

Tabel 19. Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai ISP		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
1994	0,996	0,09	-0,723
1995	1,000	-0,147	-0,802
1996	0,285	0,111	-0,810
1997	1,000	-	-0,873
1998	0,951	-0,536	-0,755
1999	1,000	-0,308	-0,859
2000	1,000	-0,013	-0,938
2001	1,000	-0,169	-0,972
2002	1,000	-0,411	-0,989
2003	1,000	-0,393	-0,981
2004	0,998	-0,560	-0,625
2005	0,998	-0,600	-0,710
2006	0,905	-0,503	-0,722
2007	0,906	-0,372	-0,726
2008	0,994	-0,487	-0,764
2009	0,995	-0,513	-0,768
2010	0,998	-0,615	-0,760
2011	0,999	-0,622	-0,821
2012	0,997	-0,727	-0,859
2013	1,000	-0,793	-0,865
Rata-rata	0,951	-0,378	-0,816

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Malaysia menempati posisi kedua pada nilai rata-rata ISP ubi jalar pasar ASEAN. Nilai rata-rata ISP ubi jalar Malaysia yaitu sebesar -0,378 lebih kecil daripada nilai rata-rata ISP ubi jalar Indonesia sebesar 0,951. Berbeda dengan hasil analisis yang didapat Indonesia, nilai ISP ubi jalar Malaysia menunjukkan bahwa Malaysia tidak memiliki spesialisasi sebagai eksportir tetapi cenderung menjadi importir ubi jalar di pasar ASEAN karena mempunyai nilai rata-rata ISP yang negatif. Penyebabnya adalah dilihat dari segi nilai impor yang dimiliki oleh Malaysia yang lebih besar daripada nilai ekspornya.

Berdasarkan data dari *Food Agriculture Organization* (2016), Malaysia merupakan importir terbesar kedua di kawasan Asia Tenggara setelah Singapura. Hal ini berkaitan dengan luas lahan yang rendah berbeda dengan Indonesia yang

mempunyai luas lahan lebih besar. Begitupun dengan data produksi domestik yang dimiliki Malaysia tidak setinggi produksi Indonesia. Menurut Shukor dan Khelikuzzaman *dalam* Improvement of Sweet Potatoes in Asia (1989), bahwa produksi ubi jalar yang terdapat di Malaysia masih dikelola oleh petani-petani kecil. Terdapat juga beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para petani yaitu rendahnya teknik produksi yang dilakukan, masalah terkait kelembaban tanah, tidak tersedianya bahan tanam dan varietas, serangan hama, kurangnya tenaga kerja yang dimiliki, rendahnya penyimpanan, dan ketidaktentuan dalam hal pemasaran ubi jalar. Beberapa masalah yang dihadapi Malaysia tersebut, diduga Malaysia lebih memilih untuk mengimpor ubi jalar di kawasan ASEAN khususnya di Indonesia dikarenakan melihat dari sisi kualitas dan ketersediaan.

Perkembangan nilai ISP ubi jalar Malaysia rata-rata menunjukkan nilai negatif per tahunnya selama kurun waktu tahun 1994-2013. Namun hanya dua tahun yaitu pada tahun 1994 dan 1996 nilai ISP ubi jalar Malaysia menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,09 dan 0,111. Hal ini disebabkan bahwa nilai impor ubi jalar Malaysia lebih rendah dibandingkan nilai ekspornya (Lampiran 7).

Singapura menempati posisi terakhir yaitu ketiga dalam nilai rata-rata ISP ubi jalar di pasar ASEAN (Tabel 11). Nilai rata-rata ISP ubi jalar Singapura jauh berada di bawah Indonesia dan Malaysia. Hampir selama periode 20 tahun, Singapura memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar dengan nilai yang negatif. Nilai rata-rata ISP ubi jalar Singapura dalam jangka waktu tahun 1994-2013 yaitu sebesar -0,816. Singapura mengikuti Malaysia sebagai negara yang tidak mempunyai spesialisasi. Singapura juga mempunyai kecenderungan sebagai negara importir ubi jalar daripada sebagai eksportir. Hal ini ditunjukkan dengan nilai impor ubi jalar Singapura yang jauh lebih tinggi daripada nilai ekspornya.

Singapura merupakan negara yang mengutamakan sektor perdagangan dan sangat bergantung dengan kegiatan ekspor dan impor. Keterbatasan akan lahan pertanian yang dimiliki membuat Singapura melakukan kegiatan impor hampir 90% makanan yang dikonsumsi. Singapura sangat mengandalkan pasokan dari luar negeri (*Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore*, 2016). Rendahnya nilai ISP dari Singapura juga berkaitan langsung dengan luas lahan ubi jalar yang dimiliki, sangat rendah daripada negara pesaing yaitu Indonesia dan Malaysia.

Namun Singapura tetap mampu melakukan ekspor kembali khususnya ke pasar ASEAN. Hal ini karena Singapura merupakan negara yang menganut konsep perantara yaitu membeli barang-barang mentah dan menyempurnakannya untuk diekspor kembali (AEC Center Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2016).

5.4 Daya Saing Kompetitif Ubi Jalar di Pasar ASEAN

Nilai XCI digunakan untuk menunjukkan *trend* kemampuan daya saing yang dihadapi oleh suatu negara terhadap negara lainnya pada suatu komoditas tertentu. Hal ini dapat dimaksudkan bahwa nilai XCI menunjukkan apakah suatu barang dari suatu negara mampu bersaing dengan negara lain yang merupakan pesaingnya. Jika nilai XCI dari ubi jalar memiliki nilai lebih besar dari satu, maka dapat dikatakan komoditas ubi jalar tersebut menghadapi trend kemampuan daya saing yang meningkat. Sementara apabila nilai XCI memiliki nilai lebih kecil dari satu, maka dapat dikatakan komoditas ubi jalar tersebut sedang menghadapi trend kemampuan daya saing yang melemah. Indeks ini juga dapat digunakan untuk melihat perkembangan dari rasio pertumbuhan suatu negara untuk komoditas ubi jalar terhadap rata-rata pertumbuhan di pasar ASEAN. Pengertian lain, apabila suatu negara menginginkan untuk dapat bersaing dengan negara lain khususnya di pasar ASEAN, maka suatu barang atau produk yang dimiliki negara tersebut memiliki nilai indeks kompetitif dengan nilai lebih dari satu.

5.4.1 Analisis *Export Competitiveness Index* (XCI) Ubi Jalar Indonesia

Dalam melihat apakah negara-negara yang dapat dikatakan sebagai eksportir ubi jalar memiliki kemampuan daya saing dan daya saing kompetitif yang cukup kuat terhadap komoditas ubi jalar dibuktikan dengan suatu alat analisis yaitu analisis *Export Competitiveness Index* (XCI). Alat ini nantinya akan dapat menampilkan nilai yang diperoleh untuk menggambarkan suatu *trend* pertumbuhan apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil perhitungan nilai XCI ubi jalar Indonesia yang dikategorikan sebagai negara eksportir ubi jalar di pasar ASEAN dapat dilihat pada Gambar 16.



Sumber : *Food And Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 16. Perkembangan Nilai XCi Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Pada Gambar 16, nilai XCi ubi jalar Indonesia mengalami kondisi yang berfluktuasi. Hal ini dapat dilihat pada nilai XCi ubi jalar Indonesia pada periode 20 tahun yang pada tahun 1994 memiliki nilai sebesar 0,944 dan turun pada tahun 2013 sebesar 0,875. Namun nilai tersebut masih berada dibawah satu. Hal ini menunjukkan bahwa ubi jalar Indonesia cenderung mengalami trend kemampuan daya saing yang melemah di pasar ASEAN.

Dalam kurun waktu tahun 1994-2013, rata-rata nilai XCi ubi jalar Indonesia adalah sebesar 1,026. Nilai tersebut merupakan nilai yang positif bagi daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN karena lebih dari satu. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata kemampuan daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN mengalami trend kemampuan daya saing yang menguat pada kurun waktu tahun 1994-2013. Berdasarkan perkembangannya, Indonesia pernah mencapai nilai XCi yang tergolong tinggi dalam beberapa tahun yaitu pada tahun 1995 (1,038), 1997 (2,044), 2001 (1,019), 2002 (1,341), 2008 (1,006), 2009 (1,024), 2010 (1,066), dan 2012 (1,143). Pada periode-periode tersebut Indonesia mengalami kemampuan daya saing ubi jalar yang menguat atau dapat dikatakan memiliki daya saing kompetitif yang kuat di pasar ASEAN pada kurun waktu tahun 1994-2013. Namun Indonesia juga mempunyai nilai XCi terendah yaitu pada tahun

1996 dengan nilai 0,766. Pada tahun tersebut Indonesia mengalami kemampuan daya saing kompetitif ubi jalar di pasar ASEAN yang dikategorikan lemah atau rendah pada kurun waktu tahun 1994-2013.

Terdapat beberapa hal yang menjadi penyebab tingginya nilai rata-rata XCI ubi jalar Indonesia. Salah satunya adalah dengan dilepasnya varietas Ubi Cilembu yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Ubi Cilembu asal Sumedang ini dapat dikatakan mempunyai potensi dan daya saing yang sangat baik. Keunggulan dari ubi Cilembu ini adalah rasanya yang manis seperti madu dan tidak ditemukan ditempat lain. Maka dengan telah berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Ubi jalar dengan varietas Cilembu ini menjadi salah satu daya tarik bagi perdagangan di pasar ASEAN yang akhirnya dapat meningkatkan devisa bagi Indonesia. Menurut Wawan *dalam* Cikal News (2015), mengatakan bahwa permintaan akan ubi Cilembu terus mengalami peningkatan. Dalam kegiatan ekspor yang dilakukan berkisar antara 10-20 ton per sepuluh hari dengan negara tujuan di ASEAN yaitu Singapura dan Malaysia.

Ekspor ubi jalar Indonesia ke negara tujuan di ASEAN yaitu Singapura dan Malaysia yang mengalami peningkatan juga akan mempengaruhi nilai ekspor yang diperoleh oleh Indonesia yang pada akhirnya berkaitan secara langsung dengan nilai XCI yang diperoleh. Penyebab lain dalam hal meningkatnya ekspor ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN dikarenakan tidak adanya pajak yang memberatkan. Menurut PP No 50 tahun 1994 bahwa salah satu barang atau produk yang tidak dikenakan pajak pertambahan nilai adalah hasil tanaman palawija umbi-umbian seperti talas, ubi kayu, dan ubi jalar. Hal ini menyebabkan para petani lebih banyak memilih untuk melakukan ekspor ke luar negeri daripada menjual ke pasar lokal atau domestik. Namun dalam perkembangannya dengan tidak adanya pajak yang berlaku bagi ubi jalar, resiko yang akan dihadapi adalah pasokan dalam negeri menjadi tidak terpenuhi dan membuat industri lokal kekurangan bahan baku.

Dalam perkembangannya, Selama kurun waktu tahun 1994-2013 Indonesia pernah memiliki nilai XCI tertinggi yaitu pada tahun 1997 yaitu sebesar 2,044. Hal ini disebabkan pada periode tahun 1996-1997 nilai ekspor ubi jalar Indonesia yang mengalami peningkatan sebesar 43,9% namun nilai ekspor di ASEAN

mengalami penurunan sebesar 42%. Artinya bahwa rasio pertumbuhan Indonesia pada komoditas ubi jalar lebih tinggi terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar di pasar ASEAN. Sementara, nilai XCI Indonesia yang terendah terjadi pada tahun 1996 yaitu sebesar 0,766. Hal ini disebabkan pada periode tahun 1995-1996 nilai ekspor ubi jalar Indonesia mengalami penurunan yang cukup tinggi sebesar 32,2%. Sementara nilai ekspor ubi jalar di ASEAN juga mengalami penurunan namun penurunan tersebut masih dibawah Indonesia yaitu sebesar 13,09%. Artinya bahwa rasio pertumbuhan Indonesia pada komoditas ubi jalar lebih rendah terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar di pasar ASEAN.

5.4.2. Perbandingan Analisis XCI Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura di Pasar ASEAN

Dalam perdagangan ubi jalar Indonesia di pasar internasional khususnya dikawasan ASEAN, Indonesia bersaing dengan negara-negara lainnya yaitu seperti Malaysia dan Singapura. Tabel 12 merupakan nilai XCI dari negara-negara pesaing utama Indonesia dalam hal mengekspor ubi jalar di pasar ASEAN yakni, Malaysia dan Singapura. Dari ketiga negara tersebut, Nilai XCI tertinggi diraih oleh Singapura disusul oleh Malaysia yang menempati urutan kedua dan pada peringkat terakhir ditempati oleh Indonesia. Selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia bersama Malaysia dan Singapura merupakan negara di ASEAN yang mempunyai daya saing yang cukup kuat. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai XCI dari ketiga negara tersebut dalam periode 20 tahun yakni memiliki nilai yang lebih besar dari satu.

Singapura memiliki nilai XCI yang cenderung mengalami kondisi yang meningkat dalam periode 20 tahun. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada tahun 1994 Singapura memiliki nilai XCI sebesar 0,473 dan terus meningkat menjadi 1,493 pada tahun 2013. Nilai XCI yang meningkat ini juga menunjukkan bahwa Singapura memiliki trend kemampuan daya saing ubi jalar yang menguat di pasar ASEAN.

Singapura memiliki nilai XCI tertinggi pada tahun 2004 yaitu sebesar 30,434. Tingginya nilai XCI Singapura tersebut dikarenakan nilai ekspor ubi jalar mengalami kondisi peningkatan yang sangat tinggi sebesar 97,5% dari tahun sebelumnya sementara nilai ekspor ubi jalar di pasar ASEAN hanya mengalami

peningkatan sebesar 26,2%. Hal ini berarti bahwa rasio pertumbuhan Singapura untuk komoditas ubi jalar lebih tinggi terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar pada pasar ASEAN. Sedangkan nilai XCI Singapura terendah terjadi pada tahun 2002 yaitu sebesar 0,180. Rendahnya nilai XCI Singapura tersebut dikarenakan nilai ekspor ubi jalar dari Singapura mengalami penurunan sebesar 133,3% dari tahun sebelumnya sementara nilai ekspor ubi jalar yang terjadi di pasar ASEAN mengalami kenaikan yaitu sebesar 57,9%. Hal ini berarti bahwa rasio pertumbuhan Singapura untuk komoditas ubi jalar tergolong rendah terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar pada pasar ASEAN.

Tabel 20. Nilai XCI Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Xci		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
1994	0,945	1,668	0,473
1995	1,038	1,025	0,595
1996	0,766	1,407	1,154
1997	2,044	-	0,767
1998	0,833	0,360	0,767
1999	0,974	1,198	0,596
2000	0,821	1,708	0,636
2001	1,020	0,985	0,437
2002	1,341	0,373	0,180
2003	0,965	1,179	4,101
2004	0,892	0,703	30,434
2005	0,907	1,185	1,450
2006	0,954	1,163	1,062
2007	0,925	1,296	0,956
2008	1,006	0,938	1,078
2009	1,024	0,898	0,998
2010	1,067	1,015	0,837
2011	0,982	1,337	0,787
2012	1,143	0,712	0,778
2013	0,875	1,286	1,494
Rata-rata	1,026	1,021	2,479

Sumber : *Food And Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Berdasarkan hasil analisis XCI menunjukkan bahwa ubi jalar Singapura memiliki daya saing kompetitif yang tergolong kuat dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia. Dalam kurun waktu tahun 1994-2013, Singapura memiliki nilai rata-rata XCI yang tinggi yaitu sebesar 2,479 (Tabel 12). Hal ini

berarti ubi jalar Singapura menghadapi trend kemampuan daya saing yang menguat. Terdapat beberapa penyebab yang menjadikan Singapura menjadi negara yang mempunyai trend kemampuan daya saing ubi jalar yang kuat di pasar ASEAN. Menurut *United States Department of Agriculture* (2016), Hampir seluruh kebutuhan domestik bergantung kepada sektor impor dan tidak adanya produksi pertanian lokal. Singapura juga melakukan kebijakan dengan menghapus tarif impor atau pajak untuk semua produk makanan dan minuman kecuali alkohol dan rokok yang salah satunya adalah berbahan ubi jalar. Hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Singapura untuk dapat bersaing di pasar ASEAN.

Singapura merupakan negara yang memiliki sektor pabrik-pabrik pengolahan bahan makanan dengan jumlah yang cukup tinggi. Hampir sekitar 750 perusahaan yang terdapat di Singapura dalam hal pengolahan bahan makanan. Perusahaan-perusahaan ini dibagi dalam beberapa industri pengolahan yang salah satunya adalah pembuatan saus. Ubi jalar merupakan salah komoditas yang termasuk sebagai bahan baku untuk pembuatan saus. Singapura melakukan kegiatan impor ubi jalar untuk dapat di ekspor kembali ke dalam bentuk yang berbeda sehingga mempunyai nilai ekspor yang lebih tinggi (*United States Department of Agriculture*, 2016). Hal ini tidak terlepas dari kebijakan perdagangan Singapura yang menganut re-ekspor atau melakukan impor terlebih dahulu kemudian melakukan ekspor kembali.

Selain itu, dalam perkembangan mengenai trend kemampuan daya saing ubi jalar Singapura melakukan beberapa upaya yang dilakukan. Singapura berani melakukan investasi pada penelitian dan pengembangan di industri pengolahan bahan makanan dengan meningkatkan dalam segi kemasan akhir dan penyimpanan serta menerapkan standart keamanan pangan. Singapura telah banyak memiliki sertifikasi dalam hal keamanan pangan. Hal ini dapat membantu Singapura untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di perdagangan internasional khususnya pada pasar ASEAN (*United States Department of Agriculture*, 2016).

Malaysia berada pada peringkat ketiga dalam analisis XCI dan memiliki nilai rata-rata XCI sebesar 1,021 selama kurun waktu tahun 1994-2013 (Tabel 12). Nilai rata-rata XCI ubi jalar Malaysia tersebut menunjukkan lebih besar dari satu

selama periode 20 tahun yang berarti bahwa Malaysia mengalami trend kemampuan daya saing kompetitif ubi jalar yang menguat pada ubi jalar. Terdapat beberapa penyebab yang menjadikan Malaysia memiliki trend kemampuan daya saing ubi jalar di pasar ASEAN.

Sebagai salah satu negara yang menganut ekonomi terbuka untuk perdagangan luar negeri, membuat Malaysia dihuni oleh banyaknya toko-toko besar internasional yang mendominasi di pusat perdagangan domestik (*United States Department of Agriculture*, 2016). Barang-barang atau produk olahan yang terdapat dalam toko besar tersebut merupakan hasil perpaduan dari produksi lokal dan impor salah satunya adalah produk ubi jalar. Produk ubi jalar tersebut kemudian dipasarkan ke wilayah ASEAN seperti Indonesia, Vietnam, Singapura, Myanmar, dan Thailand (*UN Comtrade*, 2016).

Malaysia merupakan negara dengan mayoritas muslim yang cukup besar yaitu sebesar 65% dari populasi yang ada. Permintaan akan makanan berlabel halal di Malaysia meningkat setiap tahunnya. Hampir semua bahan makanan dan para industri pengolahan makanan di Malaysia memasukkan sertifikasi halal yang salah satunya adalah produk ubi jalar. Sertifikasi halal merupakan salah satu terobosan yang dilakukan oleh Malaysia karena dapat meningkatkan nilai dipasaran (*United States Department of Agriculture*, 2016). Hal ini membuat pangsa pasar yang dituju dikawasan ASEAN dalam kaitannya produk ubi jalar berlabel *halal* adalah kepada Indonesia (*UN Comtrade*, 2016). Indonesia dikenal sebagai negara yang juga mempunyai populasi muslim yang besar, maka hal ini dapat menjadi potensi pasar yang cukup menjanjikan bagi Malaysia. Pada akhirnya Malaysia mampu memberikan tambahan devisa bagi negara dalam upayanya terhadap pengelolaan ubi jalar dan meningkatkan daya saing kompetitif ubi jalar di pasar internasional khususnya pasar ASEAN.

Malaysia memiliki nilai XCi tertinggi pada tahun 2000 yaitu sebesar 1,708. Hal ini dikarenakan nilai ekspor ubi jalar Malaysia mengalami peningkatan sebesar 61% dari tahun sebelumnya Sementara nilai ekspor ubi jalar di ASEAN mengalami penurunan sebesar 6,02%. Hal ini berarti bahwa rasio pertumbuhan Malaysia untuk komoditas ubi jalar lebih tinggi terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar pada pasar ASEAN. Sedangkan nilai XCi Malaysia terendah

terjadi pada tahun 1998 yaitu sebesar 0,360. Hal ini disebabkan karena nilai ekspor ubi jalar Malaysia mengalami penurunan sebesar 0% dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 1997 mengalami masa krisis ekonomi dengan jatuhnya mata uang ringgit. Sedangkan nilai ekspor jalar di ASEAN mengalami peningkatan sebesar 39%. Hal ini berarti bahwa rasio pertumbuhan Malaysia untuk komoditas ubi jalar lebih rendah terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas ubi jalar di pasar ASEAN.

Apabila dibandingkan nilai rata-rata XCI ubi jalar Indonesia dengan Singapura, maka Singapura merupakan negara yang mempunyai posisi daya saing yang lebih baik dari Indonesia. Singapura memiliki kemampuan daya saing kompetitif ubi jalar yang menguat daripada Indonesia di ASEAN karena nilai rata-rata XCI ubi jalar dari Singapura (2,479) masih lebih besar dari Indonesia (1,026). Tingginya nilai XCI ubi jalar dari Singapura di pasar ASEAN ini disebabkan karena Singapura merupakan negara pusat perdagangan dan juga salah satu pengekspor ubi jalar di ASEAN yang mengekspor ubi jalar ke negara-negara ASEAN seperti misalnya Indonesia, Malaysia, Vietnam, dan Thailand (*UN Comtrade, 2016*). Sementara dibandingkan dengan Malaysia, kemampuan daya saing ubi jalar Indonesia masih lebih tinggi dari Malaysia walaupun nilainya tidak terlalu jauh. Selama kurun waktu tahun 1994-2013 Indonesia memiliki nilai rata-rata XCI sebesar 1,026, sementara Malaysia sebesar 1,021. Walaupun Malaysia mempunyai nilai XCI yang lebih kecil dari Indonesia, namun dapat dikatakan mempunyai trend kompetitif yang menguat karena nilai lebih dari satu. Hal ini disebabkan dalam posisinya pada kemampuan daya saing kompetitif, Malaysia merupakan negara yang menerapkan ekonomi terbuka bagi perdagangan internasional dan memiliki toko-toko besar dalam mengelola produk ubi jalar. Malaysia juga termasuk sebagai salah satu pengekspor ubi jalar di ASEAN yang mengekspor ubi jalar ke negara-negara ASEAN seperti misalnya Indonesia, Singapura, Vietnam, Myanmar, dan Thailand (*UN Comtrade, 2016*). Kemampuan daya saing kompetitif ubi jalar Indonesia yang melemah ini dibandingkan Singapura dan di ikuti oleh Malaysia juga dapat dibuktikan dari data *Global Competitiveness Report* yang telah dirilis oleh *World Economic Forum* bahwa

indeks daya saing Indonesia masih dibawah Singapura di tingkat ASEAN (*World Economic Forum*, 2016).

Secara umum jika dilihat dari nilai rata-rata XCI dari masing-masing negara selama periode 20 tahun, ketiga negara tersebut dapat dikatakan tergolong negara yang memiliki kemampuan daya saing kompetitif ubi jalar yang semakin kuat di perdagangan internasional khususnya di pasar ASEAN. Hal ini dikarenakan nilai XCI dari ketiga negara tersebut memiliki nilai lebih dari satu. Jadi dalam kaitannya dengan terbentuknya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), tentunya akan menjadi sebuah tantangan besar bagi Indonesia, Malaysia, dan Singapura dalam meningkatkan daya saing kompetitif ubi jalar di pasar ASEAN.

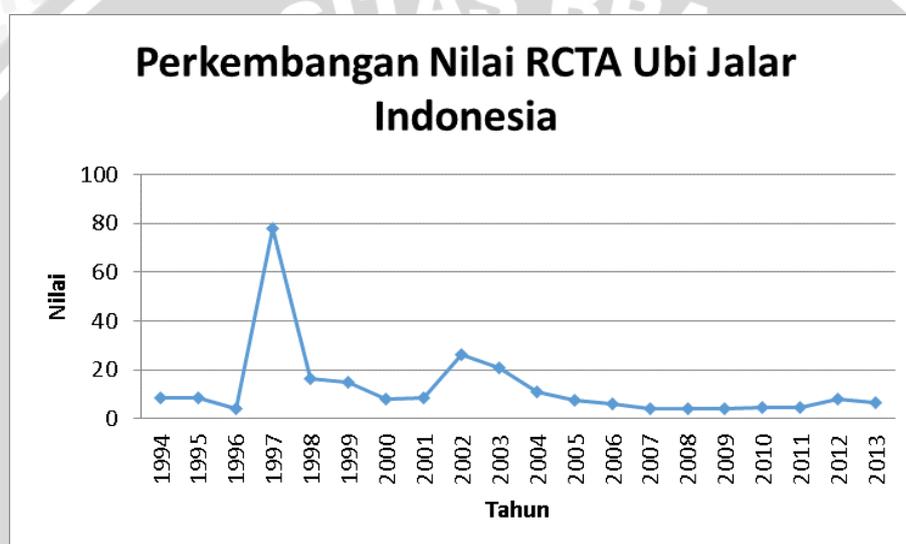
5.5 Daya Saing Komparatif Ubi Jalar

Dalam mengukur daya saing komparatif pada komoditas ubi jalar digunakan alat analisis yaitu *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA). Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui perkembangan dari kinerja ekspor suatu negara dibandingkan dengan negara lain atau ASEAN dan juga untuk melihat perkembangan impor pada suatu barang atau produk yang sama. Pengertian lainnya adalah alat analisis ini digunakan untuk melihat kinerja ekspor secara relatif dibandingkan impornya (Tambunan, 2004). RCTA dapat bernilai positif ataupun negatif. Apabila suatu negara dikatakan memiliki daya saing komparatif yang kuat, maka hasil RCTA lebih dari nol (positif) sedangkan apabila suatu negara dikatakan tidak memiliki daya saing komparatif atau lemah pada komoditas tertentu maka hasil RCTA kurang dari nol (negatif).

5.5.1 Analisis revealed Comparative Trade Advantage (RCTA) Ubi Jalar Indonesia

Menurut hasil perhitungan analisis RCTA, selama kurun waktu tahun 1994-2013 Indonesia memiliki nilai yang berfluktuasi (Lampiran 14). Indonesia memiliki nilai rata-rata RCTA ubi jalar sebesar 12,66. Hal ini artinya bahwa rata-rata ubi jalar Indonesia memiliki daya saing komparatif selama periode 20 tahun karena dapat dilihat dari nilai ekspor ubi jalar Indonesia lebih besar daripada nilai impornya. Selain dilihat dari nilai ekspor dibanding impor, tingginya nilai rata-rata RCTA Indonesia juga dapat dilihat dari perkembangan nilai ekspor total seluruh barang yang juga lebih besar daripada nilai impor total barang.

Gambar 17 menunjukkan daya saing komparatif ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN mengalami rata-rata kondisi cenderung meningkat dengan memiliki nilai sebesar 91,1% selama kurun waktu tahun 1994-2013. Berdasarkan data FAO (2016), kondisi yang cenderung mengalami peningkatan tersebut disebabkan karena nilai ekspor ubi jalar rata-rata memberikan kontribusi sebesar 0,083% terhadap nilai ekspor total barangnya. Nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan kontribusi nilai impor ubi jalar Indonesia yang hanya memberikan rata-rata yaitu sebesar 0,0018%. Hal ini membuat nilai RCTA ubi jalar Indonesia selama periode 20 tahun tergolong tinggi dalam pasar ASEAN.



Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Gambar 17. Perkembangan Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Keunggulan daya saing komparatif merupakan keunggulan yang sifatnya alamiah. Kondisi alam Indonesia dilihat dari segi iklim dan topografinya merupakan suatu keadaan dimana budidaya ubi komoditas ubi jalar dapat tumbuh dengan baik. Ubi jalar merupakan komoditas yang dapat tumbuh hampir diseluruh wilayah Indonesia dan pada daerah-daerah yang tergolong memiliki lahan yang kurang baik atau subur (Sibuea, 2013). Indonesia juga merupakan suatu negara di ASEAN yang memiliki banyak sekali varietas-varietas unggul dengan jumlah kurang lebih sekitar 1000 varietas seperti misalnya yang paling terkenal pada pasar domestik yaitu ubi cilembu (Balai Penelitian Bioteknologi Pangan, 1995 dalam Sibuea, 2013). Semakin banyaknya varietas yang dimiliki dan mudahnya

dalam melakukan budidaya ubi jalar ini menjadikan sebuah peluang atau potensi guna dapat bersaing dengan negara-negara eksportir ubi jalar lainnya khususnya dalam menghadapi tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Pada perkembangannya selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia pernah mencapai nilai RCTA tertinggi yaitu pada tahun 1997 yaitu sebesar 78,014. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia pada tahun 1997 dapat dikatakan memiliki daya saing komparatif pada komoditas ubi jalar dan mempunyai posisi daya saing ubi jalar yang kuat di pasar internasional khususnya pasar ASEAN. Berdasarkan data FAO (2016), tingginya nilai RCTA tersebut dikarenakan nilai ekspor ubi jalar Indonesia pada tahun 1997 memberikan kontribusi terhadap nilai ekspor total pada periode 20 tahun yaitu sebesar 0,064% jauh lebih tinggi daripada kontribusi nilai impor terhadap nilai total seluruh barang yang tidak mempunyai nilai atau sama dengan nol.

Indonesia juga pernah memiliki nilai RCTA yang terendah pada kurun waktu tahun 1994-2013 yaitu pada tahun 2008 sebesar 4,040. Nilai tersebut menunjukkan bahwa daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN pada tahun 2008 mengalami posisi daya saing yang terendah dalam periode 20 tahun. Berdasarkan data FAO (2016), nilai tersebut disebabkan karena nilai ekspor ubi jalar Indonesia pada tahun 2008 memberikan kontribusi yang juga kecil terhadap nilai ekspor total barang yaitu sebesar 0,038%. Ekspor Indonesia (RXA) pada tahun 2008 memiliki nilai 4,04 sedangkan penetrasi impornya (RMP) sebesar 0,005.

5.5.2. Perbandingan Analisis RCTA Ubi Jalar Indonesia dengan Malaysia dan Singapura di Pasar ASEAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisis RCTA pada tabel 13 menunjukkan bahwa dari ketiga negara yang termasuk dalam eksportir ubi jalar di ASEAN, hanya Indonesia yang memiliki daya saing komparatif ubi jalar. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki nilai RCTA yang positif atau lebih dari nol. Singapura dan Malaysia menempati posisi kedua dan ketiga dengan memiliki nilai yang kurang dari nol atau negatif. Hal ini menunjukkan bahwa Singapura dan Malaysia memiliki daya saing ubi jalar yang lemah di pasar perdagangan di wilayah ASEAN atau tidak memiliki daya saing komparatif ubi jalar.

Tabel 21. Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia, Malaysia, dan Singapura di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai RCTA		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
1994	6,890	-0,802	-1,082
1995	8,715	-2,704	-0,792
1996	4,187	0,837	-0,994
1997	78,015	-	-0,530
1998	16,175	-5,651	-0,583
1999	15,044	-4,559	-1,163
2000	7,876	-1,011	-1,791
2001	8,644	-1,350	-1,586
2002	26,337	-2,862	-1,409
2003	20,588	-0,754	-2,681
2004	11,027	-0,657	-3,943
2005	7,632	-0,488	-4,562
2006	5,833	0,023	-5,302
2007	4,177	0,318	-4,676
2008	4,040	0,346	-3,788
2009	4,239	0,343	-2,618
2010	4,669	0,130	-2,355
2011	4,708	0,517	-1,015
2012	8,099	0,170	-0,996
2013	6,409	0,288	-0,614
Rata-rata	12,665	-0,940	-2,124

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

RCTA dilihat pada kinerja ekspor (RXA) dari suatu negara pada lampiran 12 dan juga melihat pada perkembangan impor untuk produk yang sama pada lampiran 13 atau RCTA untuk melihat kinerja ekspor secara relatif dibandingkan impornya. Selama kurun waktu tahun 1994-2013, nilai RCTA Singapura berada pada peringkat ketiga dan lebih rendah dari Indonesia dan Malaysia (Tabel 12). Singapura memiliki nilai rata-rata RCTA sebesar -2,124. Hal ini berarti bahwa Singapura tidak memiliki daya saing komparatif ubi jalar di pasar ASEAN. Rendahnya nilai RCTA Singapura karena Singapura tidak memiliki daya saing komparatif dalam produksi dan ekspor produk hortikultura salah satunya adalah ubi jalar. Menurut Lewis (2009), mengatakan bahwa daya saing komparatif ini dapat dilihat pada beberapa faktor diantaranya pada sejumlah faktor, termasuk didalamnya adalah kondisi agroklimat yang menguntungkan atau tidak, posisi apakah mempunyai kedekatan fisik dengan pasar dan kemampuan produksi kontra

musiman. Singapura yang dikategorikan sebagai negara yang tidak memiliki daya saing komparatif pada komoditas ubi jalar dapat dibuktikan dengan kecilnya luas lahan dan jumlah produksi domestik yang dimiliki dalam kurun waktu tahun 1994-2013 (*Food and Agriculture Organization*, 2016). Hal ini dikarenakan bahwa Singapura merupakan negara pusat perdagangan di kawasan ASEAN dan lebih memilih untuk melakukan kegiatan ekspor dan impor khususnya dalam komoditas ubi jalar.

Singapura sebagai negara yang dengan nilai komparatif yang mempunyai nilai negatif. Namun dalam perkembangannya, Selama kurun waktu tahun 1994-2013 Singapura tidak pernah memiliki nilai RCTA yang positif dengan kata lain memiliki nilai negatif selama 20 tahun. Nilai RCTA Singapura terendah terjadi pada tahun 2006 yaitu sebesar -5,302. Rendahnya nilai RCTA ini disebabkan karena nilai ekspor (RXA) pada tahun tersebut hanya memiliki nilai 1,129 sementara nilai penetrasi impornya (RMP) lebih tinggi yaitu sebesar 6,432. Rendahnya ekspor ubi jalar Singapura ini dikarenakan bahwa pada tahun 2006 nilai ekspor ubi jalar Singapura terjadi penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 13,5%.

Singapura memiliki nilai rata-rata RCTA sebesar -2,124 yang lebih kecil dari nilai rata-rata RCTA Indonesia sebesar 12,665. Hal ini disebabkan nilai ekspor Singapura lebih kecil dari Indonesia sedangkan nilai impor ubi jalar Singapura lebih besar daripada Indonesia. Selain itu, nilai ekspor dan nilai impor total barang Singapura lebih kecil dari Indonesia yang berarti bahwa Indonesia memiliki lebih banyak variasi barang ekspor dan impor dibandingkan Singapura.

Malaysia berada pada peringkat terakhir dalam hasil analisis RCTA dalam kurun waktu tahun 1994-2013 (Tabel 13). Malaysia memiliki nilai rata-rata RCTA sebesar -0,940. Hal ini berarti bahwa ubi jalar Malaysia tidak memiliki daya saing komparatif atau dapat dikatakan lemah. Berdasarkan perkembangannya dalam daya saing komparatif atau keunggulan yang bersifat alamiah, ubi jalar Malaysia mengalami beberapa permasalahan. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi Malaysia dalam segi budidaya ubi jalar walaupun Malaysia merupakan salah satu produsen ubi jalar di kawasan ASEAN. Menurut Shukor dan Khelikuzzaman dalam *International Potato Center* (1989), bahwa produksi ubi

jalar yang terdapat di Malaysia masih dikelola oleh petani-petani kecil. Terdapat juga beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para petani yaitu rendahnya teknik produksi yang dilakukan, masalah terkait kelembaban tanah, tidak tersedianya bahan tanam dan varietas, serangan hama, kurangnya tenaga kerja yang dimiliki, rendahnya penyimpanan, dan ketidaktentuan dalam hal pemasaran ubi jalar.

Selama kurun waktu tahun 1994-2013 Malaysia memperoleh nilai rata-rata RCTA tertinggi yaitu pada tahun 1996 yaitu sebesar 0,837. Daya saing ekspor Malaysia (RXA) pada tahun 1996 ini memiliki nilai sebesar 2,575 sedangkan untuk penetrasi impornya (RMP) memiliki nilai sebesar 1,738. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun tersebut daya saing ekspor ubi jalar Malaysia masih lebih besar daripada penetrasi impornya. Tingginya nilai RCTA Malaysia ini dikarenakan pada tahun 1996 memiliki nilai ekspor ubi jalar sebesar US\$418.000 sementara nilai impornya lebih kecil yaitu sebesar US\$334.000. Nilai RCTA Malaysia terendah pada tahun 1998 yaitu sebesar -5,651. Rendahnya nilai RCTA Malaysia ini disebabkan karena daya saing ekspor (RXA) pada tahun tersebut hanya sebesar 0,576 sedangkan penetrasi impornya (RMP) sebesar 6,227. Rendahnya nilai RCTA Malaysia pada tahun tersebut juga dapat dibuktikan dengan melihat nilai impor ubi jalar Malaysia terhadap nilai ekspor ubi jalar ASEAN. Nilai impor ubi jalar Malaysia mempunyai nilai sebesar US\$577.000 sedangkan nilai ekspor sebesar US\$174.000.

Dibandingkan dengan Indonesia, daya saing ubi jalar Malaysia tergolong memiliki daya saing yang lemah. Nilai RCTA Indonesia sebesar 12,665 sedangkan nilai RCTA Malaysia sebesar -0,940. Hal ini dikarenakan Malaysia merupakan salah satu dari produsen ubi jalar di kawasan ASEAN akan tetapi juga merupakan salah satu pengimpor ubi jalar yang tergolong tinggi. Nilai impor ubi jalar Malaysia masih lebih tinggi dari nilai nilai ekspornya sedangkan nilai ekspor total barangnya tidak jauh berbeda dengan nilai impornya sehingga nilai RCTA yang didapat menjadi bernilai negatif.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan mengenai analisis daya saing komoditas ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN khususnya dalam menghadapi tantangan akan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), maka dapat diambil beberapa kesimpulan :

1. Dari hasil analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), Selama kurun waktu tahun 1994-2013, Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP ubi jalar sebesar 0,951. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang mempunyai daya saing pada komoditas ubi jalar di pasar ASEAN. Indonesia memiliki nilai ISP yang positif yaitu 0,951 dan termasuk pada tahap kematangan (0,81-1,00).
2. Komoditas ubi jalar Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan ubi jalar di pasar ASEAN. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari analisis *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA) yang lebih dari satu. Menurut hasil perhitungan analisis RCTA, selama kurun waktu tahun 1994-2013 Indonesia memiliki nilai yang berfluktuasi namun cenderung naik. Indonesia memiliki nilai rata-rata RCTA ubi jalar sebesar 12,665. Daya saing komparatif ubi jalar yang dimiliki Indonesia mempunyai nilai lebih tinggi jika dibandingkan dengan negara pesaing yaitu Malaysia dan Singapura. Indonesia juga dapat dikatakan sebagai negara eksportir ubi jalar di kawasan ASEAN.
3. Dalam hasil analisis *Export Competitiveness Index* (XCI), dalam kurun waktu tahun 1994-2013 rata-rata nilai XCI ubi jalar Indonesia adalah sebesar 1,026. Nilai tersebut merupakan nilai yang positif bagi daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN karena lebih dari satu. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata kemampuan daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN memiliki keunggulan kompetitif. Namun kondisi ubi jalar Indonesia dalam segi daya saing kompetitif harus bersaing dengan negara lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai XCI ubi jalar Indonesia (1,026) yang masih di bawah oleh Singapura (2,479) walaupun masih diatas Malaysia (1,021). Dilihat hal peluang yang dimiliki, Indonesia sudah memiliki banyak varietas unggul ubi jalar yang

tujuannya adalah ekspor di pasar ASEAN seperti Singapura dan Malaysia. Selain itu, pasar ASEAN merupakan salah satu pangsa pasar yang menjadi potensi atau peluang bagi ubi jalar Indonesia khususnya dalam menghadapi tantangan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang menjadikan ketatnya persaingan antar negara akan perdagangan internasional.

6.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil analisis daya saing ubi jalar Indonesia di pasar ASEAN yaitu di antaranya :

1. Untuk mempertahankan dan meningkatkan spesialisasi perdagangan, diharapkan lebih memperhatikan dari harga jual ubi jalar dikarenakan agar nilai ekspor ubi jalar Indonesia tetap diatas nilai impornya.
2. Untuk meningkatkan daya saing ubi jalar Indonesia dalam hal keunggulan kompetitif, perlu adanya peningkatan dari sisi kualitas dan kuantitas dari penjualan ubi jalar dengan mengembangkan dan meningkatkan ekspor ubi jalar dalam bentuk olahan (diversifikasi) sehingga dapat meningkatkan volume dan nilai ekspor ubi jalar di pasar ASEAN. Penanganan pasca panen juga perlu ditingkatkan lebih baik lagi agar ubi jalar yang tujuan ekspor lebih banyak dalam bentuk olahan. Hal ini akan membuat harga ubi jalar menjadi lebih mahal dan mempunyai nilai tambah maupun kualitas yang semakin meningkat. Untuk meningkatkan daya saing komparatif ubi jalar Indonesia, dapat dilakukan beberapa terobosan-terobosan baru misalnya pemanfaatan lahan kering dan lahan sawah yang lebih dimaksimalkan, diharapkan peran dari pemerintah guna meningkatkan produktivitas ubi jalar lokal seperti misalnya varietas cilembu, dan memberlakukan teknologi yang mutakhir dalam hal budidaya ubi jalar.
3. Dalam kaitannya menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), tantangan yang dihadapi oleh Indonesia semakin ketat khususnya terkait dalam daya saing komoditas ubi jalar di pasar ASEAN. Oleh karena itu diharapkan dari semua pihak yang terlibat seperti pemerintah, lembaga dan pelaku usaha atau *stakeholder* yang terkait untuk tetap meningkatkan kinerjanya agar komoditas ubi jalar Indonesia mampu bersaing di pasar ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrofiq. 2014. Menakar Pengaruh Masyarakat Ekonomi Asean 2015 Terhadap Pembangunan Indonesia. J. Online : 250-251
- AEC Center Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. 2016. Ubi Cilembu Berdaya Saing di ASEAN. Available at <http://cikalnews.com/read/9561/19/1/2015/ubi-cilembu-berdaya-saing-di-asean>. (Verified at 17 April 2016).
- Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore. 2016. *Singapore Food Supply*. Available at <http://ava.gov.sg/the-food-we-eat/>. (Verified at 15 April 2016)
- Amir, MS. 2000. *Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri*. PPM. Jakarta
- Andrianto, T.T. dan N. Indarto, 2004. *Budidaya dan Analisis Usaha Tani Kedelai, Kacang Hijau, Kacang Panjang, Absolut*, Yogyakarta.
- Anggit, R., Suyastiri, N.M. dan Suprihanti, A. 2012. Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) di Pasar Internasional. *SEPA* : Vol. 9 No.1.
- Anindita, R. dan Reed, M.R. 2008. *Bisnis dan Perdagangan Internasional*. ANDI Yogyakarta. Yogyakarta.
- Apridar. 2009. *Ekonomi Internasional Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan dalam Aplikasinya*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Luas Panen Menurut Provinsi. <http://www.bps.go.id/>. Diakses tanggal 29 Januari 2016.
- Boediono. 2001. *Ekonomi Makro*, Yogyakarta
- Cikal News. 2015. Ubi Cilembu Berdaya Saing di ASEAN. Available at <http://cikalnews.com/ubi-cilembu-berdaya-saing-di-asean/>. (Verified at 15 April 2016)
- Departemen Pertanian. 2016. Ekspor Ubi Jalar Berdasarkan Negara Tujuan. Available at <http://aplikasi.deptan.go.id/>. (Verified at 15 April 2016)
- Detik Finance. 2014. Rajin Impor Ubi dari Tiongkok RI juga Ekspor Ubi Cilembu. Available at <http://finance.detik.com/>. (Verified at 15 April 2016)
- Djoko Said D. 2013. Kendala Budidaya Ubi Jalar. Available at <http://m.inilah.com/news/detail/1992925/inilah-kendala-budi-daya-ubi-jalar/>. (Verified at 15 April 2016).
- Firmansyah, L. 2008. *Posisi Daya Saing dan Spesialisasi Perdagangan Teh Indonesia dalam Menghadapi Globalisasi*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya
- Food and Agriculture Organization. 2016. *Export Quantity Sweet Potato*. Available at <http://faostat3.fao.org/>. (Verified at 29 Jan 2016).
- Food and Agriculture Organization. 2016. *Export Value Sweet Potato*. Available at <http://faostat3.fao.org/>. (Verified at 29 Jan 2016).

- Food and Agriculture Organization. 2016 *Import Quantity Sweet Potato*. Available at <http://faostat3.fao.org/>. (Verified at 29 Jan 2016).
- Food and Agriculture Organization. 2016. *Import Value Sweet Potato*. Available at <http://faostat3.fao.org/>. (Verified at 29 Jan 2016).
- Halwani, R Hendra. 2002. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hong, E.H. 1982. *The Storage, Marketing and Utilization of Sweet Potato in Korea*. Asian Vegetable Research and Development Center, Shanhua, Tainan, Taiwan, China.
- International Potato Center. 1989. *Improvement of Sweet Potato (Ipomoea batatas in Asia*. The Indian Council of Agriculture Research (ICAR). Trivandum, India.
- Juanda, D., dan B. Cahyono. 2000. *Ubi jalar. Budidaya dan analisis usaha tani*. Kanisius.
- Kania, R. Sumarsih, E. dan Unang, 2012. *Analisis Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Internasional*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Siliwangi. Tasikmalaya.
- Karama, S. 2003. *Potensi tantangan dan kendala ubi kayu dalam mendukung ketahanan pangan*, p.1-14.
- Kementerian Perdagangan. 2008. *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*. Available at <http://www.kemendag.go.id/addon/isp/>. (Verified at 15 April 2016)
- Khair, Khairul A.B.M.A. 2008. *Kebijakan Moneter dalam Ekonomi Islam Analisis Kebijakan Mahathir Mohamad dalam Mengatasi Krisis Ekonomi Malaysia Tahun 1997-1998*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Lewis, Lowell N. 2009. *The Future of Egypt and the Role of Horticulture*. Available at <http://www.egyptianagriculture.com/>. (Verified at 15 April 2016)
- Moyer J.M 1982. *Postharvest Disease Management for Sweet Potatoes*. Asian Vegetable Research and Development Center, Shanhua, Tainan, Taiwan, China.
- Nasir Saleh, Rahayuningsih dan Muchlis Adie. 2012. *Peningkatan Produksi Dan Kualitas Umbi-Umbian*. Available at <http://www.opi.lipi.go.id/>. (Verified at 29 Jan 2016).
- Permatasari, R.D. 2015. *Analisis Spesialisasi Perdagangan dan Daya Saing Ubi Kayu Indonesia di Pasar Asian*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya.
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. New York

- Rahayuningsih, St. A. 2012. Deraan Kekeringan pada Tanaman Ubi Jalar. Available at <http://balitkabi.litbang.deptan.go.id/>. (Verified at 15 Apr 2016)
- Riani, F.A. 2015. Analisis Daya Saing Ekspor Ubi Jalar Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya.
- Richana, Nur. 2013. Ubi Jalar dan Ubi Kayu: Botani, Budidaya, Teknologi Proses dan Teknologi Pasca Panen. Nuansa Cendika. Bandung.
- Rukmana, R. 1997. Ubi Jalar Budidaya dan Pasca panen. Kanisius. Yogyakarta
- Saboniene, A. 2009. *Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with Other Baltic States*. The Economic Condition of enterprise Functioning. Kaunas University of Technology, Lithuania
- Salvatore, Dominick. 2006. Ekonomi Internasional Edisi ke 5. PT Gelora Aksara Pratama. Bandung
- Sarwono. 2005. Ubi Jalar. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sasongko, Lutfi A. 2009. Perkembangan Ubi Jalar dan Peluang Pengembangannya untuk Mendukung Program Percepatan Diversifikasi Konsumsi Pangan di Jawa Tengah. Fakultas Pertanian. Universitas Wahid Hasyim. Vol 5. No. 1. P 36-43.
- Sibuea, Posman. 2013. Pendampingan Masyarakat untuk Usaha Diversifikasi Pangan Berbasis Ubi Jalar. Available at <http://bahanpangsumut.com>. (Verified at 15 April 2016)
- Supriatna. 2012. Strategi Pengembangan Komoditas Ubi Jalar (*Ipomoea Batatas L.*) Berbasis Agribisnis di Kabupaten Kuningan. Available at <http://eprints.undip.ac.id/>. (Verified at 15 Apr 2016).
- Tambunan, T. 2001. Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran. PT. Pustaka LP3S. Jakarta.
- Tambunan, T. 2004. Globalisasi dan Perdagangan Internasional. PT. Pustaka LP3S. Jakarta.
- Tjahjono, M. 2015. Ekspor Impor Indonesia di ASEAN. Available at <http://www.bushindotrainingcenter.co.id/artikel-ekspor-impor/ekspor-impor-indonesia-di-asean/>. (Verified at 18 April 2016).
- United Nations Commodity Trade. 2016. *Export Quantity Sweet Potato*. Available at <http://comtrade.un.org/data/>. (Verified at 15 April 2016).
- United Nations Commodity Trade. 2016. *Export Value Sweet Potato*. Available at <http://comtrade.un.org/data/>. (Verified at 15 April 2016).
- United Nations Commodity Trade. 2016. *Import Quantity Sweet Potato*. Available at <http://comtrade.un.org/data/>. (Verified at 15 April 2016).
- United Nations Commodity Trade. 2016. *Import Value Sweet Potato*. Available at <http://comtrade.un.org/data/>. (Verified at 15 April 2016).
- United States Department of Agriculture. 2016. *Malaysia Exporter Guide*. Available at <http://www.fas.usda.gov/>. (Verified at 15 April 2016).

- United States Department of Agriculture. 2016. *Singapore Exporter Guide*. Available at <http://www.fas.usda.gov/>. (Verified at 15 April 2016).
- Winantyo, R., R.D. Saputra, S. Fitriani. 2008. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), 2015: Memperkuat Sinergi ASEAN di Tengah Kompetisi Global. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Widodo, Y. dan St. A. Rahayuningsih. 2009. Teknologi Budidaya Praktis Ubi Jalar Mendukung Ketahanan Pangan dan Agroindustri. *Bul. Palawija* 17 (29-8) : 21-32.
- World Economic Forum. 2016. *Global Competitiveness Report 2015-2016*. Available at <https://www.weforum.org/>. (Verified at 15 April 2016).
- Zuraida, Nani. 2009. Status Ubi Jalar sebagai Bahan Diversifikasi Pangan Sumber Karbohidrat. Available at <http://pangan.litbang.pertanian.go.id/>. (Verified at 15 April 2016)
- Zuraida, Nani dan Supriati. 2001. Usahatani Ubi Jalar sebagai Bahan Pangan Alternatif dan Diversifikasi Sumber Karbohidrat. Available at <http://biogen.litbang.pertanian.go.id/>. (Verified at 15 Apr 2016)



LAMPIRAN

Lampiran 1. Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Ubi Jalar Indonesia Tahun 1994-2013

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1994	197170	1845180	9,36
1995	228676	2171027	9,49
1996	177681	2017520	11,35
1997	195436	1847492	9,45
1998	202093	1935040	9,58
1999	172243	1665547	9,67
2000	194000	1827687	9,42
2001	181000	1749070	9,66
2002	177276	1771692	9,99
2003	197455	1991478	10,09
2004	184546	1901802	10,31
2005	178336	1856969	10,41
2006	176146	1854238	10,53
2007	176932	1886852	10,66
2008	174206	1876944	10,77
2009	183874	2057913	11,19
2010	181073	2051046	11,33
2011	177857	2192242	12,33
2012	178298	2483467	13,93
2013	161850	2386729	14,75

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)



Lampiran 2. Luas Panen Ubi Jalar Indonesia di Tiap Provinsi pada Tahun 1993-2013

Provinsi	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Aceh	3040	3215	3633	2834	5288	2750	3459	2545	1725	1776	2394
Sumatera Utara	16486	15682	13323	13438	12568	12015	14304	13631	12464	12405	14280
Sumatera Barat	2376	3062	3315	3377	1454	3474	3776	3249	2881	3342	3866
Riau	1896	2182	1684	1442	1191	1617	1317	1738	1449	1179	1446
Jambi	3168	3353	3354	2259	665	2661	1912	1735	1771	2002	2619
Sumatera Selatan	6460	4765	5309	7070	2564	5854	5258	3785	2347	2469	3112
Bengkulu	9877	9248	9229	12588	2250	10058	7648	7004	6353	6720	5783
Lampung	5124	4012	6065	6718	5462	6315	4231	4485	4380	4113	4267
Jawa Barat	42546	38336	44843	37770	13857	40574	39249	35371	28630	34070	29951
Jawa Tengah	20566	18384	19335	14640	51206	18062	13691	12636	11773	10788	11253
DI Yogyakarta	931	803	936	798	243	865	750	751	764	741	699
Jawa Timur	22889	21686	22880	20696	73451	22352	19650	18368	17648	14790	15285
Bali	9871	9008	6947	7169	2073	8154	5814	5864	4837	5861	5612
Nusa Tenggara Barat	3928	3895	3950	2901	18513	2527	1335	915	1565	1580	1840
Nusa Tenggara Timur	11893	12596	11955	11020	14505	8783	9420	19870	16684	16667	10948
Kalimantan Barat	2538	2244	2180	2268	313	2597	2057	2274	1900	1966	1989
Kalimantan tengah	860	1015	1062	1069	247	1980	2008	2672	2757	2747	1588
Kalimantan Selatan	1557	1577	2059	1957	1382	1773	2497	2044	2412	2499	1869
Kalimantan Timur	2718	3463	3504	3445	1313	2673	2674	2337	2540	2647	3101
Sulawesi Utara	3354	3273	3123	4085	4857	1630	1783	2715	2060	1725	2951
Sulawesi Tengah	10588	4369	3242	2575	1293	2408	2759	2370	2987	3374	2693
Sulawesi Selatan	9059	8372	9948	10877	40885	9482	8322	8544	9155	8177	5748
Maluku	12518	4868	4959	3237	323	3830	4416	3624	3028	1463	909
Papua	13308	10610	35330	31186	1574	24667	11105	32859	30754	26507	52387

Sumber: *Badan Pusat Statistika*, 2016

Lampiran 2. (Lanjutan)

Aceh	2338	2330	1661	1542	1325	1519	1101	1137	1264	1094
Sumatera Utara	12227	12014	10630	12129	10316	12359	14874	15466	14595	9101
Sumatera Barat	4428	4266	4146	3769	4082	4153	4380	4348	4372	4530
Riau	1460	1375	1413	1627	1429	1230	1252	1203	1137	1028
Jambi	3253	3325	3407	4026	2263	2129	2197	3017	3076	2670
Sumatera Selatan	3522	3739	2950	3033	2829	2973	3268	2620	2475	1922
Bengkulu	3711	4818	5366	3372	3217	2197	2900	2734	3855	3277
Lampung	4745	4617	4400	4813	4953	4626	4612	4848	4849	4630
Jawa Barat	31414	30794	29805	28096	27252	33387	30073	27931	26531	26635
Jawa Tengah	11464	11179	9384	10592	8467	8767	7965	8046	8000	10011
DI Yogyakarta	602	617	611	515	610	574	599	413	440	419
Jawa Timur	14914	13835	13818	13975	13750	16203	14981	14177	14264	19139
Bali	6219	7105	7241	7037	6424	6285	5707	5982	5619	5119
Nusa Tenggara Barat	1852	1702	1693	1135	953	969	1123	954	1100	866
Nusa Tenggara Timur	16257	12930	14480	12940	13437	12902	14963	15781	18604	9992
Kalimantan Barat	1725	1569	1853	1779	1643	1519	1876	1713	1742	1818
Kalimantan tengah	2378	1416	1383	1232	1735	1537	1350	1205	1339	1292
Kalimantan Selatan	2189	2432	2603	2691	2417	2617	2257	1988	1644	1336
Kalimantan Timur	2925	2393	2859	3217	3114	3439	2618	2239	1682	1269
Sulawesi Utara	3740	4457	3755	3617	4277	5430	5298	4736	4216	4059
Sulawesi Tengah	2882	2510	2771	2996	2616	2815	2462	2306	2516	2001
Sulawesi Selatan	6906	4890	5029	5549	6235	5370	5058	5391	6774	4809
Maluku	1785	1942	2355	2448	2546	2612	2426	1967	1982	1796
Papua	29705	27559	29167	30634	34028	35028	34670	34413	33071	30980

Sumber: *Badan Pusat Statistika, 2016*

Lampiran 3. Ekspor dan Impor Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Volume (Kg)		Nilai (US\$)	
	Ekspor	Impor	Ekspor	Impor
1994	3.839.000	847	581.000	1.000
1995	4.296.000	0	605.000	0
1996	2.486.000	246.000	410.000	228.000
1997	3.618.000		590.000	
1998	5.866.000	17.000	806.000	20.000
1999	6.139.000	0	968.000	0
2000	6.207.000	0	750.000	0
2001	6.773.000	0	816.000	0
2002	11.819.000	0	2.604.000	0
2003	8.868.000	0	2.246.000	0
2004	9.141.000	1.000	2.717.000	2.000
2005	6.789.000	2.000	2.108.000	2.000
2006	5.028.000	62.000	1.669.000	83.000
2007	3.834.000	61.000	1.634.000	80.000
2008	3.644.000	2.000	1.689.000	5.000
2009	3.317.000	2.000	1.753.000	4.000
2010	4.680.000	3.000	2.223.000	2.000
2011	4.271.000	2.000	2.168.000	1.000
2012	5.581.000	3.000	2.968.000	4.000
2013	5.043.000	0	1.812.000	0

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Lampiran 4. Volume Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Volume Ekspor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	3.839.000	3.094.000	194.355*	7.133.355*
1995	4.296.000	3.019.000	117.000	7.435.000
1996	2.486.000	4.361.000	64.000	6.912.000
1997	3.618.000	-	129.000	3.752.000
1998	5.866.000	2.198.000	288.000	8.352.000
1999	6.139.000	2.287.000	125.000	8.552.000
2000	6.207.000	3.296.000	17.000	9.520.000
2001	6.773.000	2.477.000	6.000	9.258.000
2002	11.819.000	2.161.000	4.000	13.984.000
2003	8.868.000	2.329.000	20.000	11.233.000
2004	9.141.000	2.379.000	556.000	12.157.000
2005	6.789.000	2.041.000	630.000	9.917.000
2006	5.028.000	1.761.000	436.000	7.313.000
2007	3.834.000	2.082.000	434.000	6.469.000
2008	3.644.000	1.704.000	436.000	5.941.000
2009	3.317.000	1.740.000	456.000	5.707.000
2010	4.680.000	1.936.000	418.000	7.125.000
2011	4.271.000	1.922.000	308.000	6.520.000
2012	5.581.000	1.890.000	266.000	7.803.000
2013	5.043.000	1.834.000	280.000	7.157.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*



Lampiran 5. Volume Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Volume Impor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	847	1.942.000	3.242.062*	5.184.062*
1995	0	2.608.000	3.163.000	5.771.000
1996	246.000	2.384.000	3.704.000	6.334.000
1997	0	-	3.691.000	3.691.000
1998	17.000	5.760.000	2.443.000	8.224.000
1999	0	4.363.000	2.665.000	7.028.000
2000	0	4.366.000	3.370.000	7.738.000
2001	0	5.755.000	2.701.000	8.456.000
2002	0	8.188.000	2.642.000	10.992.000
2003	0	8.447.000	4.053.000	12.706.000
2004	1.000	8.988.000	4.863.000	13.853.000
2005	2.000	7.256.000	17.006.000	24.278.000
2006	62.000	6.185.000	6.275.000	12.559.000
2007	61.000	5.252.000	6.199.000	11.922.000
2008	2.000	4.670.000	6.574.000	16.984.000
2009	2.000	5.020.000	6.846.000	22.492.000
2010	3.000	6.080.000	6.123.000	21.527.000
2011	2.000	6.495.000	5.882.000	22.912.000
2012	3.000	7.431.000	6.746.000	29.985.000
2013	0	9.380.000	7.133.000	31.949.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*



Lampiran 6. Nilai Ekspor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Ekspor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	581.000	327.000	82.094*	990.094*
1995	605.000	336.000	49.000	993.000
1996	410.000	418.000	50.000	878.000
1997	590.000	-	27.000	618.000
1998	806.000	174.000	34.000	1.014.000
1999	968.000	257.000	25.000	1.250.000
2000	750.000	414.000	15.000	1.179.000
2001	816.000	435.000	7.000	1.258.000
2002	2.604.000	386.000	3.000	2.993.000
2003	2.246.000	407.000	11.000	2.676.000
2004	2.717.000	388.000	454.000	3.629.000
2005	2.108.000	393.000	563.000	3.103.000
2006	1.669.000	379.000	496.000	2.574.000
2007	1.634.000	520.000	502.000	2.724.000
2008	1.689.000	501.000	556.000	2.798.000
2009	1.753.000	456.000	562.000	2.835.000
2010	2.223.000	550.000	559.000	3.370.000
2011	2.168.000	730.000	437.000	3.346.000
2012	2.968.000	622.000	407.000	4.006.000
2013	1.812.000	558.000	424.000	2.794.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*

Lampiran 7. Nilai Impor Ubi Jalar Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Impor Ubi Jalar (Kg)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	1.000	273.000	512.041*	786.041*
1995	0	452.000	446.000	899.000
1996	228.000	334.000	477.000	1.039.000
1997	0	-	401.000	401.000
1998	20.000	577.000	244.000	850.000
1999	0	486.000	330.000	816.000
2000	0	425.000	472.000	898.000
2001	0	613.000	508.000	1.121.000
2002	0	926.000	582.000	1.577.000
2003	0	936.000	1.174.000	2.201.000
2004	2.000	1.377.000	1.970.000	3.349.000
2005	2.000	1.576.000	3.323.000	4.932.000
2006	83.000	1.147.000	3.073.000	4.424.000
2007	80.000	1.137.000	3.169.000	4.895.000
2008	5.000	1.455.000	4.166.000	6.812.000
2009	4.000	1.418.000	4.296.000	7.600.000
2010	2.000	2.310.000	4.109.000	8.206.000
2011	1.000	3.141.000	4.457.000	13.039.000
2012	4.000	3.943.000	5.394.000	17.405.000
2013	0	4.856.000	5.885.000	18.878.000

Sumber : *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)

Keterangan : Data yang diberi tanda (*) merupakan data gabungan *FAO* dan *UN Comtrade*

Lampiran 8. Nilai Ekspor Seluruh Barang Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Ekspor Seluruh Barang (US\$)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	734.293.000	1.303.297.000	1.256.330.000	4.298.175.000
1995	853.313.000	1.462.321.000	1.640.634.000	5.619.154.000
1996	854.056.000	1.550.505.000	1.658.643.000	5.943.416.000
1997	918.050.000	-	1.371.106.000	4.314.287.000
1998	1.006.996.000	1.381.266.000	1.020.438.000	5.225.929.000
1999	905.209.000	1.421.757.000	1.058.147.000	4.867.628.000
2000	887.030.000	1.333.057.000	1.135.204.000	4.879.713.000
2001	903.732.000	1.379.495.000	1.118.913.000	5.130.977.000
2002	1.172.133.000	1.608.797.000	1.104.569.000	5.771.190.000
2003	1.300.494.000	1.748.842.000	932.684.000	6.415.900.000
2004	1.567.858.000	1.851.287.000	1.107.949.000	7.361.199.000
2005	1.774.251.000	1.919.043.000	1.503.436.000	8.159.182.000
2006	2.278.869.000	2.184.077.000	1.680.771.000	9.636.935.000
2007	3.231.400.000	2.685.563.000	1.980.242.000	12.372.232.000
2008	4.387.334.000	3.532.581.000	2.261.678.000	16.037.387.000
2009	3.906.691.000	3.096.550.000	2.243.049.000	14.133.414.000
2010	5.817.589.000	4.270.021.000	2.737.455.000	19.830.234.000
2011	7.233.187.000	5.728.769.000	3.451.518.000	25.731.646.000
2012	6.647.063.000	5.896.462.000	3.881.239.000	25.467.359.000
2013	5.221.843.000	5.291.208.000	4.272.028.000	23.351.911.000

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)

Lampiran 9. Nilai Impor Seluruh Barang Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar dan ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai Impor Seluruh Barang (US\$)			
	Indonesia	Malaysia	Singapura	ASEAN
1994	417.420.000	709.370.000	1.939.013.000	3.288.208.000
1995	783.898.000	826.635.000	2.186.352.000	4.223.765.000
1996	981.543.000	984.741.000	1.952.174.000	4.597.554.000
1997	679.986.000	-	1.831.522.000	2.982.271.000
1998	994.860.000	1.033.337.000	1.453.820.000	4.076.200.000
1999	1.187.009.000	930.324.000	1.490.513.000	4.204.342.000
2000	640.193.000	1.001.612.000	1.406.505.000	3.733.174.000
2001	526.883.000	1.083.639.000	1.220.675.000	3.585.566.000
2002	688.552.000	1.296.898.000	1.245.318.000	4.253.233.000
2003	798.613.000	1.606.558.000	1.272.500.000	4.281.053.000
2004	735.433.000	2.281.935.000	1.294.442.000	5.591.115.000
2005	914.920.000	2.055.205.000	1.700.209.000	6.253.070.000
2006	909.430.000	2.652.970.000	1.816.323.000	6.942.084.000
2007	1.904.567.000	3.428.273.000	2.260.720.000	9.467.231.000
2008	1.500.554.000	5.095.105.000	3.003.942.000	13.098.379.000
2009	1.257.550.000	4.437.314.000	2.742.998.000	11.016.896.000
2010	2.036.091.000	6.174.807.000	3.345.356.000	15.327.095.000
2011	4.041.062.000	8.296.905.000	4.202.457.000	20.250.380.000
2012	3.624.829.000	8.015.717.000	4.345.673.000	20.059.108.000
2013	2.362.356.000	6.515.019.000	4.161.340.000	17.128.781.000

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)

Lampiran 10. Perhitungan Nilai ISP Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

NILAI ISP INDONESIA			
TAHUN	XIa-Mia	XIa+Mia	XIa-MIa/XIa+Mia
1994	580.000	582.000	0,996563574
1995	605.000	605.000	1
1996	182.000	638.000	0,285266458
1997	590.000	590.000	1
1998	786.000	826.000	0,95157385
1999	968.000	968.000	1
2000	750.000	750.000	1
2001	816.000	816.000	1
2002	2.604.000	2.604.000	1
2003	2.246.000	2.246.000	1
2004	2.715.000	2.719.000	0,998528871
2005	2.106.000	2.110.000	0,998104265
2006	1.586.000	1.752.000	0,905251142
2007	1.554.000	1.714.000	0,906651109
2008	1.684.000	1.694.000	0,994096812
2009	1.749.000	1.757.000	0,995446784
2010	2.221.000	2.225.000	0,998202247
2011	2.167.000	2.169.000	0,999077916
2012	2.964.000	2.972.000	0,99730821
2013	1.812.000	1.812.000	1

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)



Lampiran 11. Perhitungan Nilai XCI Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

NILAI XCI		
TAHUN	X_{ia}/X_{iw}	$(X_{ia}/X_{iw})_t/(X_{ia}/X_{iw})_{t-1}$
1994	0,587	0,945
1995	0,609	1,038
1996	0,467	0,766
1997	0,955	2,044
1998	0,795	0,833
1999	0,774	0,974
2000	0,636	0,821
2001	0,649	1,020
2002	0,870	1,341
2003	0,839	0,965
2004	0,749	0,892
2005	0,679	0,907
2006	0,648	0,954
2007	0,600	0,925
2008	0,604	1,006
2009	0,618	1,024
2010	0,660	1,067
2011	0,648	0,982
2012	0,741	1,143
2013	0,649	0,875

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)

Lampiran 12. Nilai RXA Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai RXA		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
1994	6,899	1,133	0,219
1995	8,715	1,454	0,126
1996	5,223	2,575	0,156
1997	78,015	-	0,098
1998	16,250	0,577	0,143
1999	15,044	0,627	0,073
2000	7,876	1,440	0,042
2001	8,644	1,438	0,020
2002	26,337	0,383	0,004
2003	20,588	0,479	0,024
2004	11,031	0,356	0,807
2005	7,635	0,471	0,981
2006	5,960	0,589	1,130
2007	4,243	0,851	1,186
2008	4,046	0,772	1,511
2009	4,243	0,683	1,311
2010	4,670	0,711	1,242
2011	4,708	0,974	0,970
2012	8,100	0,610	0,629
2013	6,409	0,852	0,799

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)

Lampiran 13. Nilai RMP Tiga Negara Pengekspor Ubi Jalar di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Nilai RMP		
	Indonesia	Malaysia	Singapura
1994	0,009	1,935	1,301
1995	0	4,158	0,918
1996	1,036	1,739	1,150
1997	0	-	0,628
1998	0,075	6,228	0,726
1999	0	5,186	1,237
2000	0	2,451	1,833
2001	0	2,788	1,606
2002	0	3,245	1,413
2003	0	1,232	2,705
2004	0,004	1,013	4,750
2005	0,002	0,960	5,543
2006	0,127	0,566	6,432
2007	0,066	0,533	5,862
2008	0,006	0,427	5,299
2009	0,004	0,340	3,929
2010	0,002	0,581	3,597
2011	0	0,457	1,985
2012	0,001	0,440	1,625
2013	0	0,564	1,413

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016(diolah)

Lampiran 14. Perhitungan Nilai RCTA Ubi Jalar Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 1994-2013

Tahun	Xia/Xi(w-a)	X(k-i)a/X(k-i)(w-a)	RXA	Mia/Mi(w-a)	M(k-i)a/M(k-i)(w-a)	RMP	RCTA (RXA-RMP)
1994	1,420	0,206	6,899	0,001	0,145	0,009	6,890
1995	1,559	0,179	8,715	0,000	0,228	0,000	8,715
1996	0,876	0,168	5,223	0,281	0,271	1,036	4,187
1997	21,071	0,270	78,015	0,000	0,295	0,000	78,015
1998	3,875	0,238	16,250	0,024	0,323	0,075	16,175
1999	3,433	0,228	15,044	0,000	0,394	0,000	15,044
2000	1,748	0,222	7,876	0,000	0,207	0,000	7,876
2001	1,846	0,214	8,644	0,000	0,172	0,000	8,644
2002	6,694	0,254	26,337	0,000	0,193	0,000	26,337
2003	5,223	0,254	20,588	0,000	0,229	0,000	20,588
2004	2,979	0,270	11,031	0,001	0,152	0,004	11,027
2005	2,119	0,278	7,635	0,000	0,172	0,002	7,632
2006	1,844	0,309	5,960	0,019	0,151	0,127	5,833
2007	1,499	0,353	4,243	0,017	0,252	0,066	4,177
2008	1,523	0,376	4,046	0,001	0,129	0,006	4,040
2009	1,620	0,382	4,243	0,001	0,129	0,004	4,239
2010	1,938	0,415	4,670	0,000	0,153	0,002	4,669
2011	1,840	0,391	4,708	0,000	0,250	0,000	4,708
2012	2,859	0,353	8,100	0,000	0,221	0,001	8,099
2013	1,845	0,288	6,409	0,000	0,160	0,000	6,409

Sumber: *Food and Agriculture Organization*, 2016 (diolah)