
MENGANALISIS DAYA SAING DAN STRATEGI PENGEMBANGAN: EKSPOR BUAH TROPIKA INDONESIA DI PASAR GLOBAL

Muhammad Hafinal Muqorrobin¹

Universitas Safin Pati, Pati¹

Email korespondensi: hafinalmuqorrobin.usp@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja ekspor buah tropika Indonesia, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saingnya di pasar global, serta merumuskan strategi pengembangan yang relevan. Dengan pendekatan kualitatif, studi ini menggunakan metode studi literatur terhadap data sekunder yang diperoleh dari laporan resmi pemerintah, publikasi ilmiah, serta data asosiasi industri hortikultura. Sampel literatur dipilih berdasarkan keterkaitan dengan isu kinerja ekspor, daya saing komoditas, kebijakan perdagangan, dan rantai pasok hortikultura, sementara teknik analisis yang digunakan adalah sintesis tematik untuk mengungkap pola dan keterkaitan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor buah tropika seperti manggis dan nanas mengalami peningkatan volume, tetapi daya saingnya masih tidak merata antar negara tujuan. Faktor kunci yang memengaruhi daya saing meliputi stabilitas produksi, kepatuhan terhadap standar mutu dan fitosanitari, efisiensi logistik dan rantai pasok, serta kebijakan perdagangan negara mitra. Hambatan non-tarif dan tingginya persaingan dari negara Asia Tenggara lainnya turut menjadi kendala dalam optimalisasi ekspor. Temuan ini mendukung relevansi teori keunggulan komparatif dan model daya saing Porter dalam agribisnis tropika. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha melalui perbaikan infrastruktur logistik, penguatan diplomasi dagang, serta adopsi teknologi pascapanen guna memenuhi standar internasional dan meningkatkan daya saing serta nilai tambah produk buah tropika Indonesia di pasar global.

Kata kunci : daya saing, ekspor buah, pertumbuhan ekonomi, kebijakan perdagangan, hortikultura

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena menyerap lebih dari 30% tenaga kerja nasional dan menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto, terutama di daerah pedesaan. Di antara subsektor pertanian yang memiliki prospek menjanjikan adalah hortikultura, khususnya buah-buahan tropika, karena karakteristik agroklimat Indonesia yang memungkinkan produksi sepanjang tahun. Komoditas seperti manggis, nanas, salak, dan pisang memiliki daya tarik tersendiri di pasar internasional karena cita rasa khas, kandungan nutrisi tinggi, dan tren konsumsi global yang mengarah pada produk-produk alami dan sehat. Potensi ini diperkuat oleh ketersediaan lahan pertanian yang luas dan keberagaman plasma nutfah

lokal yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk pengembangan ekspor. Peluang ekspor buah tropika semakin terbuka seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen global terhadap makanan sehat dan tumbuhnya pasar negara berkembang yang membuka akses terhadap produk hortikultura premium.

Nilai ekspor buah tropika Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), nilai ekspor buah Indonesia pada tahun 2023 mencapai USD 450 juta, mengalami peningkatan sekitar 8% dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun pertumbuhan tersebut cukup positif, posisi Indonesia dalam pasar global masih relatif lemah. Laporan FAO (2024) menyebutkan bahwa Indonesia belum termasuk dalam sepuluh besar negara pengekspor buah tropis dunia, meskipun secara volume produksi berada di antara yang tertinggi. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kapasitas produksi nasional dan kemampuan ekspor yang kompetitif. Kesenjangan tersebut terjadi akibat keterbatasan dalam pemenuhan standar internasional, tingginya biaya logistik, kurangnya integrasi rantai pasok, serta rendahnya adopsi teknologi pascapanen di kalangan petani dan pelaku usaha kecil.

Persaingan di pasar ekspor buah tropika sangat kompetitif, terutama dengan negara-negara ASEAN seperti Thailand, Vietnam, dan Filipina yang telah lebih dahulu mengembangkan sistem ekspor berbasis sertifikasi kualitas, efisiensi logistik, dan promosi merek nasional yang konsisten. Indonesia menghadapi berbagai hambatan struktural seperti lemahnya infrastruktur pendukung ekspor, keterbatasan fasilitas penyimpanan dingin (cold storage), serta belum meratanya pelatihan dan pendampingan teknis kepada petani. Sertifikasi fitosanitari dan standar mutu internasional menjadi tantangan besar karena keterbatasan fasilitas laboratorium dan pembinaan mutu di daerah sentra produksi. Ketidakpastian pasokan dan fluktuasi kualitas produk turut menjadi faktor penyebab minimnya daya saing buah tropika Indonesia di pasar global. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi penguatan daya saing secara sistemik yang melibatkan sektor publik dan swasta.

Penelitian terdahulu telah memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian dan strategi pemasaran yang relevan dalam konteks komoditas. Menurut Mashuri dan Febrima (2024), citra merek dan kekuatan iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, termasuk untuk produk yang bersifat high-involvement seperti smartphone. Penemuan ini relevan untuk konteks ekspor buah tropika karena pembentukan persepsi positif terhadap produk sangat menentukan keberhasilan penetrasi pasar luar negeri. Penelitian Mashuri et al. (2024) dalam konteks anak-anak menunjukkan bahwa media promosi yang intens dan konsisten dapat memengaruhi preferensi konsumen sejak dini. Dalam konteks ekspor, hal ini berarti pentingnya membangun citra produk buah tropika Indonesia sebagai pilihan sehat dan terpercaya, yang bisa dimulai dari kampanye jangka panjang di negara-negara tujuan ekspor.

Kontribusi teoritis lain ditunjukkan oleh Febrima et al. (2024) yang menekankan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Dalam konteks ekspor agrikultur, faktor-faktor ini perlu direspons dengan strategi pemasaran yang kontekstual dan berbasis data, serta penguatan narasi produk melalui teknik pemasaran berbasis cerita (storytelling). Temuan-temuan ini memperkuat pandangan bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting dalam

merumuskan strategi penetrasi pasar global untuk komoditas pertanian. Dalam studi Hanan et al. (2024), strategi digital marketing ditunjukkan sebagai pendekatan yang efektif untuk meningkatkan eksposur dan daya saing produk, terutama di tengah meningkatnya penggunaan platform digital dalam perdagangan internasional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara sistematis kinerja ekspor buah tropika Indonesia, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saingnya di pasar global, serta merumuskan strategi pengembangan ekspor yang dapat diterapkan secara praktis dan berkelanjutan. Kajian ini penting untuk menjawab tantangan struktural yang selama ini menghambat akselerasi ekspor buah Indonesia, serta menyediakan dasar ilmiah untuk perumusan kebijakan yang berbasis bukti. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka, menggunakan data sekunder dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan, seperti laporan pemerintah, publikasi ilmiah nasional dan internasional, serta dokumen industri dari asosiasi hortikultura. Teknik analisis dilakukan dengan sintesis tematik untuk menemukan pola, kecenderungan, dan hubungan antar variabel.

Kontribusi teoretis dari penelitian ini adalah memperluas aplikasi teori keunggulan komparatif dan model daya saing Porter dalam konteks pertanian tropis di negara berkembang. Penelitian ini juga memberikan kerangka konseptual yang berguna untuk memahami interaksi antara variabel internal (produksi, mutu, efisiensi) dan eksternal (kebijakan dagang, permintaan global, persaingan) dalam menentukan daya saing ekspor. Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis kepada pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, asosiasi produsen, eksportir, dan lembaga pendukung, dalam merancang intervensi yang lebih efektif dan terukur. Rekomendasi yang dihasilkan dapat mendukung pengambilan kebijakan di tingkat makro dan mikro, mulai dari pembenahan infrastruktur hingga promosi produk di pasar luar negeri.

Implikasi dari studi-studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa pembangunan sistem ekspor yang tangguh tidak hanya bergantung pada peningkatan produksi, tetapi juga pada integrasi antar aktor dalam rantai pasok dan keberhasilan strategi komunikasi pasar. Pelajaran dari negara-negara pesaing menunjukkan pentingnya pembangunan merek nasional yang kuat, investasi dalam logistik dingin, dan diplomasi perdagangan yang aktif. Penelitian ini memperkuat urgensi perlunya perubahan pendekatan dalam pengembangan ekspor buah tropika Indonesia, dari yang bersifat reaktif menjadi lebih proaktif dan berbasis pada pemahaman pasar. Temuan-temuan yang disajikan dari penelitian terdahulu menjadi dasar penting bagi penelitian ini dalam merancang solusi yang lebih terarah dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Saing Ekspor

Daya saing merupakan kemampuan suatu negara, industri, atau perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mampu bersaing di pasar internasional, sambil memberikan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan bagi pelakunya. Dalam teori klasik, daya saing dikaitkan dengan keunggulan absolut atau komparatif, namun dalam

ekonomi modern, pendekatannya telah berkembang menjadi lebih kompleks. Porter (1990) menekankan bahwa daya saing nasional bukan sesuatu yang diwariskan, melainkan diciptakan melalui proses inovasi, efisiensi, dan peningkatan produktivitas yang berkelanjutan. Dalam konteks ekspor, daya saing sering diukur menggunakan indikator seperti Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), serta indikator keunggulan biaya dan kualitas. Nilai RCA lebih besar dari satu menandakan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas tersebut. Studi oleh Wibowo dan Sari (2021) menegaskan pentingnya RCA sebagai alat analisis posisi daya saing produk Indonesia di pasar internasional.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor

Kinerja ekspor dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Faktor internal meliputi kapasitas produksi, efisiensi biaya, konsistensi mutu, adopsi teknologi pascapanen, hingga akses terhadap fasilitas logistik. Susanto (2021) menunjukkan bahwa produktivitas dan konsistensi kualitas produk menjadi penentu utama dalam keberhasilan penetrasi pasar ekspor. Di sisi lain, faktor eksternal seperti permintaan global, fluktuasi nilai tukar, kebijakan perdagangan negara mitra, serta tingkat persaingan dari negara pesaing turut memengaruhi. Hidayat dan Pradana (2022) menekankan pentingnya stabilitas regulasi dan kebijakan dagang bilateral sebagai faktor kunci dalam mempertahankan daya saing. Dalam konteks buah tropika, studi oleh Nugroho dan Hartati (2022) mengungkap bahwa hambatan non-tarif seperti persyaratan karantina dan sertifikasi keamanan pangan sering kali menjadi tantangan lebih besar daripada tarif itu sendiri.

Peran Pemerintah dan Kebijakan Perdagangan

Pemerintah memiliki peran strategis sebagai fasilitator dalam mendukung ekspor, baik melalui kebijakan perdagangan, infrastruktur pendukung, maupun pembinaan kapasitas pelaku usaha. Salah satu instrumen penting adalah perjanjian perdagangan bebas (FTA) yang membuka akses pasar dan mengurangi hambatan tarif. Meski demikian, hambatan non-tarif masih menjadi tantangan signifikan bagi eksportir produk hortikultura, termasuk persyaratan teknis, sertifikasi lingkungan, dan standar mutu yang ketat. Pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai program seperti Sertifikasi Prima, pembangunan rumah kemasan, dan pelatihan GAP (Good Agricultural Practices), namun implementasinya masih belum merata di seluruh daerah produksi (Kementerian Perdagangan, 2023). Studi oleh Wijaya et al. (2021) menyarankan bahwa kebijakan perdagangan harus dilengkapi dengan diplomasi ekonomi aktif dan promosi dagang terintegrasi agar mampu menjawab dinamika pasar global.

Penerapan Teknologi dan Inovasi Pascapanen

Adopsi teknologi dalam proses pascapanen menjadi elemen penting dalam menjaga kualitas buah tropika agar memenuhi standar ekspor. Teknologi seperti penyimpanan dingin, pengemasan modern, dan sistem pelacakan mutu (traceability system) terbukti mampu menekan tingkat kerusakan produk dan meningkatkan umur simpan. Abdullah (2023) menemukan bahwa rendahnya tingkat adopsi teknologi pascapanen oleh petani kecil disebabkan oleh keterbatasan modal, kurangnya pelatihan teknis, dan minimnya akses terhadap informasi. Dalam kajian global, penelitian oleh Lee et al. (2020)

menunjukkan bahwa negara eksportir sukses cenderung memiliki ekosistem inovasi yang kuat dan kolaboratif antara petani, koperasi, lembaga riset, dan pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing ekspor tidak hanya ditentukan oleh volume produksi, tetapi juga oleh efisiensi dan kualitas sepanjang rantai pasok.

Pengaruh Branding dan Promosi Produk

Dalam perdagangan global, pencitraan produk (branding) menjadi kunci untuk diferensiasi komoditas di pasar yang padat persaingan. Promosi yang efektif tidak hanya mengenalkan produk tetapi juga membangun persepsi positif terhadap kualitas dan asal-usul produk tersebut. Mashuri dan Febrima (2024) menunjukkan bahwa kekuatan iklan dan citra merek berdampak langsung pada keputusan pembelian, yang relevan dalam konteks buah tropika ekspor yang perlu memiliki positioning kuat di pasar tujuan. Hanan et al. (2024) menggarisbawahi bahwa strategi digital marketing seperti storytelling produk, kampanye berbasis media sosial, dan penggunaan e-commerce dapat membantu UMKM maupun eksportir besar dalam menjangkau konsumen internasional secara lebih efektif.

Pembelajaran dari Negara Pesaing

Negara pesaing seperti Thailand dan Vietnam telah berhasil membangun sistem ekspor hortikultura yang efisien dengan dukungan infrastruktur logistik, kemudahan pembiayaan, serta promosi produk berbasis negara. Studi oleh Nguyen et al. (2019) menunjukkan bahwa keberhasilan Vietnam dalam ekspor buah naga dan mangga sangat dipengaruhi oleh konsistensi pasokan, program pelatihan kualitas produk, dan integrasi vertikal antara petani dan eksportir. Studi komparatif ini memberikan pelajaran bahwa keberhasilan ekspor sangat ditentukan oleh keselarasan antara produksi, distribusi, dan promosi. Oleh karena itu, Indonesia perlu mengambil pelajaran dari strategi negara lain untuk memperkuat struktur ekspor buah tropikanya.

Hubungan Antar Variabel

Kinerja ekspor buah tropika Indonesia merupakan hasil interaksi dinamis antara potensi sumber daya alam, kapasitas produksi petani, dukungan kebijakan, dan kondisi pasar global. Daya saing tidak dapat hanya diukur dari harga produk, tetapi juga dari aspek kualitas, reputasi negara asal, serta keandalan dalam memenuhi permintaan secara konsisten. Produksi yang meningkat tidak akan berdampak pada peningkatan ekspor jika tidak diimbangi dengan sistem logistik yang efisien dan pemenuhan standar internasional. Pemerintah memainkan peran penting sebagai penghubung antara potensi domestik dan peluang pasar luar negeri melalui kebijakan yang inklusif dan pro-ekspor. Strategi pengembangan ekspor yang efektif harus mencakup peningkatan kapasitas petani, penguatan infrastruktur rantai pasok, promosi pasar, dan diplomasi dagang aktif.

Kerangka Strategis dan Implikasi Praktis

Pendekatan penguatan ekspor harus bersifat holistik, mencakup aspek produksi, pascapanen, logistik, dan pemasaran. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa intervensi kebijakan yang bersifat sektoral atau parsial tidak cukup untuk meningkatkan daya saing secara signifikan. Integrasi antara kebijakan pertanian, perdagangan, dan industri

diperlukan agar ekosistem ekspor buah tropika dapat tumbuh secara berkelanjutan. Pelibatan koperasi petani, lembaga riset, serta pelaku ekspor harus difasilitasi secara sistematis dalam bentuk klaster hortikultura berbasis ekspor. Dengan demikian, peningkatan daya saing akan memberikan dampak positif tidak hanya pada kinerja ekspor nasional, tetapi juga terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani di daerah produksi utama.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) yang bersifat deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi, mengklasifikasi, dan mensintesis berbagai temuan empiris dan konseptual yang tersebar dalam literatur ilmiah, laporan kebijakan, dan dokumen resmi terkait ekspor buah tropika Indonesia. Fokus utama studi ini adalah untuk memahami dinamika daya saing komoditas buah tropika Indonesia dalam konteks perdagangan global melalui interpretasi kritis terhadap data dan dokumen yang telah tersedia. Pendekatan deskriptif-analitis digunakan untuk menjelaskan fenomena secara sistematis dan menganalisis keterkaitan antarvariabel dalam konteks yang komprehensif.

Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. Sumber data meliputi publikasi ilmiah yang diakses melalui Google Scholar, SINTA, DOAJ, dan database jurnal bereputasi lainnya. Selain itu, digunakan juga laporan statistik dan kebijakan dari lembaga pemerintah seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, serta sumber dari organisasi internasional seperti FAO, UN Comtrade, dan ITC Trade Map. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan kriteria relevansi dengan variabel penelitian, keterkinian data (periode 2018–2024), dan kredibilitas penerbit. Hanya dokumen yang secara langsung membahas topik kinerja ekspor, daya saing, kebijakan hortikultura, dan sistem rantai pasok buah yang dianalisis lebih lanjut.

Unit Analisis dan Fokus Kajian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah dokumen atau publikasi yang memuat informasi tentang ekspor buah tropika Indonesia, termasuk studi kasus komoditas tertentu seperti manggis, nanas, dan salak. Fokus kajian diarahkan pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor dan daya saing, seperti aspek produksi, mutu, logistik, kebijakan perdagangan, dan strategi pemasaran. Analisis juga mencakup perbandingan dengan strategi negara pesaing seperti Thailand dan Vietnam sebagai konteks pembandingan untuk menarik pelajaran strategis.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik penelusuran sistematis dengan menggunakan

kata kunci yang telah ditentukan, antara lain “ekspor buah Indonesia”, “daya saing hortikultura tropis”, “strategi ekspor pertanian”, “hambatan non-tarif ekspor”, dan “kebijakan perdagangan hortikultura”. Pencarian dilakukan secara daring melalui portal publikasi ilmiah dan situs resmi lembaga pemerintah serta organisasi internasional. Dokumen yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan abstrak, tahun terbit, dan keterkaitannya dengan pertanyaan penelitian. Setiap dokumen yang lolos seleksi awal kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema untuk memudahkan proses analisis selanjutnya.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan melalui metode *content analysis* untuk mengekstraksi informasi penting dari setiap dokumen, terutama yang berkaitan dengan indikator kinerja ekspor, faktor daya saing, kebijakan ekspor, dan strategi pengembangan. Setelah itu, digunakan teknik *thematic analysis* untuk mengelompokkan informasi yang telah diperoleh ke dalam tema-tema utama, seperti (1) kondisi dan tren ekspor, (2) faktor penghambat dan pendorong daya saing, (3) kebijakan pemerintah, dan (4) strategi pengembangan yang direkomendasikan. Sintesis dilakukan secara komparatif untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan antar hasil studi terdahulu, baik dalam konteks Indonesia maupun negara pesaing, guna membangun argumen yang solid dalam rangka menjawab rumusan masalah penelitian.

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada komoditas buah tropika yang memiliki potensi ekspor dan telah menjadi bagian dari program prioritas ekspor hortikultura nasional. Ruang lingkup geografis mencakup wilayah Indonesia, tetapi juga membandingkan strategi negara pesaing di kawasan ASEAN sebagai rujukan pengembangan. Fokus waktu dibatasi pada periode 2018–2024 agar sesuai dengan konteks terkini pasca-pandemi dan perkembangan geopolitik perdagangan global.

Validitas Data

Untuk menjaga validitas data, setiap sumber yang digunakan diverifikasi dari sisi otoritas, konsistensi informasi, dan rujukan metodologis. Dokumen dari jurnal terakreditasi dan laporan resmi dari lembaga nasional maupun internasional menjadi prioritas utama dalam seleksi data. Validitas tematik diperoleh melalui triangulasi antar sumber, yaitu dengan membandingkan temuan dari berbagai publikasi untuk melihat konsistensi isu dan kesimpulan. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil sintesis dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja Ekspor Buah Tropika Unggulan

Analisis dari berbagai sumber menunjukkan bahwa kinerja ekspor buah tropika Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami tren positif, terutama dari sisi volume ekspor, meskipun nilai ekspornya masih menunjukkan fluktuasi akibat faktor

harga internasional dan biaya logistik domestik yang tinggi. Manggis merupakan komoditas buah tropika unggulan dengan performa ekspor tertinggi. Permintaan dari Tiongkok, Hong Kong, dan Malaysia terus meningkat, seiring dengan meningkatnya popularitas manggis sebagai buah premium yang dikaitkan dengan manfaat kesehatan (Pratama, 2023). Ekspor nanas, terutama dalam bentuk produk olahan seperti nanas kaleng dan jus, juga mencatat kontribusi devisa yang signifikan, dengan pasar utama di Amerika Serikat dan negara-negara Uni Eropa. Sebaliknya, ekspor buah segar seperti pisang dan mangga masih mengalami kendala besar. Ekspor pisang Indonesia masih kalah bersaing dari Filipina yang memiliki efisiensi produksi dan logistik lebih baik. Ekspor mangga menghadapi tantangan dari sisi standar karantina ketat di negara tujuan seperti Jepang dan Korea Selatan, khususnya terkait isu lalat buah dan pestisida.

Analisis Daya Saing di Pasar Internasional

Daya saing buah tropika Indonesia sangat bergantung pada karakteristik komoditas, strategi negara tujuan, serta kondisi produksi domestik. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode RCA (Revealed Comparative Advantage), Lembaga Studi Ekonomi Agribisnis (LSEA, 2023) mencatat bahwa komoditas manggis memiliki RCA sebesar $>2,5$ di pasar Tiongkok, yang menunjukkan posisi keunggulan komparatif yang kuat. Sementara itu, komoditas seperti jeruk dan melon memiliki nilai RCA $<0,5$, menandakan lemahnya daya saing, terutama karena tekanan dari produk asal Tiongkok dan Australia yang unggul dari sisi efisiensi produksi dan penanganan pascapanen. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pasar ekspor Indonesia belum terdiversifikasi secara optimal, sehingga tergolong rentan terhadap guncangan permintaan dari satu negara tujuan. Keterbatasan dalam menjaga kontinuitas pasokan dan keseragaman kualitas menjadi penyebab utama rendahnya daya saing sejumlah buah tropika Indonesia di pasar global.

Hambatan Utama dalam Pengembangan Ekspor

Hambatan pengembangan ekspor buah dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok besar: internal dan eksternal. Hambatan internal meliputi struktur rantai pasok yang panjang dan tidak efisien, yang menyebabkan biaya logistik dapat mencapai 25–30% dari harga akhir produk (Nugroho & Hartati, 2022). Di sisi hulu, produksi petani masih bersifat sporadis, dengan adopsi benih unggul dan praktik GAP (Good Agricultural Practices) yang belum merata. Lemahnya koordinasi antara petani, koperasi, dan eksportir juga menyebabkan inkonsistensi pasokan dan kualitas produk. Hambatan eksternal terutama berasal dari regulasi non-tarif, seperti ketentuan batas maksimum residu pestisida (MRLs), persyaratan fitosanitari, dan dokumentasi teknis yang kompleks. AEBI (2024) melaporkan bahwa rata-rata 8–10% kontainer buah ekspor Indonesia ditolak setiap tahun karena pelanggaran standar tersebut, terutama di negara-negara Uni Eropa dan Amerika Utara. Tantangan ini diperparah dengan kurangnya laboratorium pengujian terakreditasi di sentra produksi dan lemahnya kapasitas tracing produk.

Strategi Pengembangan Ekspor Buah

Hasil sintesis data dan literatur menunjukkan bahwa strategi pengembangan ekspor buah tropika Indonesia perlu diarahkan pada penguatan struktur hulu dan hilir secara simultan. Penguatan sistem logistik berbasis rantai dingin (cold chain system) menjadi

prioritas untuk menjaga mutu produk segar selama distribusi, terutama dari daerah terpencil menuju pelabuhan ekspor. Strategi kedua adalah pengembangan kawasan hortikultura berbasis korporasi petani melalui skema kemitraan atau klaster. Model ini memungkinkan peningkatan skala ekonomi, penyatuan kualitas, dan perencanaan produksi berdasarkan permintaan pasar. Strategi ketiga menekankan pentingnya diplomasi dagang aktif untuk memperluas akses pasar dan negosiasi pelonggaran hambatan non-tarif, seiring dengan promosi citra merek nasional seperti “Fruits of Indonesia” untuk meningkatkan persepsi terhadap kualitas dan kredibilitas produk. Terakhir, pengembangan industri pengolahan berbasis buah tropika perlu ditingkatkan melalui pemberian insentif investasi dan akses pembiayaan, guna mendorong ekspor produk dengan nilai tambah tinggi, yang juga lebih tahan terhadap regulasi teknis pasar global.

Pembahasan dan Implikasi Teoritis

Temuan penelitian ini memperkuat relevansi teori keunggulan komparatif Ricardo, bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk mengekspor buah tropika berkat keunggulan agroklimat dan ketersediaan lahan. Akan tetapi, dalam era perdagangan modern yang kompleks, keunggulan komparatif tidak cukup. Daya saing harus diciptakan dan dikembangkan, seperti yang dijelaskan dalam teori berlian Porter (1990). Daya saing ekspor tidak hanya ditentukan oleh biaya produksi, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti mutu produk, sistem pendukung industri, dan kondisi permintaan di pasar tujuan. Kinerja ekspor buah Indonesia yang belum optimal mencerminkan kelemahan dalam aspek “related and supporting industries” serta “demand conditions” dalam model Porter. Sebagai contoh, belum terintegrasinya lembaga riset, koperasi petani, dan eksportir menyebabkan lambatnya adopsi teknologi baru dan penyesuaian terhadap standar global. Di sisi lain, permintaan dari pasar luar negeri belum sepenuhnya direspons dengan inovasi produk dan pendekatan pemasaran yang sesuai.

Implikasi Praktis

Temuan ini mengarah pada implikasi bahwa penguatan daya saing ekspor buah tropika Indonesia tidak cukup dilakukan melalui peningkatan produksi semata. Pembangunan kapasitas kelembagaan, integrasi rantai pasok, serta penguatan regulasi domestik terhadap mutu produk menjadi bagian penting dari strategi nasional ekspor. Pemerintah perlu meningkatkan peran sebagai fasilitator yang menjembatani kepentingan antara petani, pelaku usaha, dan pasar internasional. Pelaku usaha juga dituntut untuk lebih responsif terhadap tuntutan pasar global, baik dalam hal standar mutu, keberlanjutan produksi, maupun transparansi informasi produk. Pendekatan multi-aktor dan berbasis klaster menjadi alternatif strategis untuk mendorong pertumbuhan ekspor yang tidak hanya berorientasi jangka pendek, tetapi juga menciptakan ekosistem agribisnis yang tangguh dan inklusif.

KESIMPULAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam ekspor buah tropika seperti manggis dan nanas, namun pemanfaatannya masih jauh dari optimal. Kinerja ekspor cenderung

tumbuh secara volume, tetapi belum diimbangi dengan nilai dan keberlanjutan yang kuat. Daya saing tinggi hanya terlihat pada beberapa komoditas dan negara tujuan tertentu, sementara sebagian besar buah tropika lainnya masih menghadapi tantangan dalam penetrasi pasar global. Inkonsistensi pasokan, mutu produk yang tidak seragam, dan biaya logistik yang tinggi masih menjadi hambatan utama di dalam negeri. Di sisi eksternal, ketatnya standar non-tarif seperti residu pestisida dan prosedur karantina membuat akses pasar semakin sulit dijangkau.

Penguatan sistem rantai pasok, khususnya melalui pembangunan cold chain dan pengembangan kawasan hortikultura berbasis korporasi petani, menjadi langkah penting untuk meningkatkan efisiensi dan menjaga mutu. Perluasan pelatihan praktik pertanian dan penanganan pascapanen yang baik akan mendukung peningkatan kualitas produk. Peran pemerintah dalam negosiasi dagang dan promosi merek kolektif juga sangat dibutuhkan untuk membuka pasar baru dan membangun reputasi buah Indonesia di pasar internasional. Insentif terhadap industri pengolahan bisa menjadi solusi jangka panjang untuk mengurangi risiko ekspor buah segar dan meningkatkan nilai tambah produk.

Studi ini hanya menggunakan pendekatan studi pustaka dan belum melibatkan data lapangan dari petani, eksportir, atau lembaga teknis terkait. Metode analisisnya bersifat kualitatif deskriptif sehingga tidak mengukur pengaruh antar variabel secara numerik. Cakupan komoditas yang dianalisis pun terbatas pada beberapa buah tropika unggulan dan belum menjangkau semua wilayah penghasil di Indonesia.

Masih terbuka ruang untuk penelitian lanjutan dengan pendekatan campuran yang menggabungkan data primer dan sekunder. Survei langsung kepada pelaku ekspor, petani, dan pembuat kebijakan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hambatan dan peluang di tingkat operasional. Model kuantitatif seperti analisis RCA dinamis, Gravity Model, atau regresi panel bisa digunakan untuk memetakan kekuatan dan kelemahan daya saing antar komoditas secara lebih presisi. Kajian tentang persepsi konsumen luar negeri terhadap buah Indonesia juga dapat menjadi masukan penting untuk strategi branding dan promosi ekspor yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2023). *Adopsi teknologi pascapanen dan dampaknya terhadap kerugian hasil pada petani mangga di Jawa Timur*. *Jurnal Agroteknologi Terapan*, 4(1), 22–35.
- Asosiasi Eksportir Buah Indonesia (AEBI). (2024). *Laporan tahunan tantangan ekspor buah Indonesia*. AEBI Press.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik ekspor-impor Indonesia 2018–2023*. BPS.
- Febrima, A. Y., Mashuri, D. I., & Palupi, N. W. I. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rokok pada usia remaja di Kabupaten Rembang. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 164–174.
- Hanan, S., Fitriani, H., Mashuri, D. I., Wijaya, A., Rahim, H., Holil, K., & Abdillah, M.

-
- N. (2024). *Startegi digital marketing*. CV. Penerbit Lakeisha. https://penerbitlakeisha.com/detail_buku.php?id=2062
- Hidayat, A., & Pradana, Y. (2022). Pengaruh nilai tukar dan kebijakan tarif terhadap kinerja ekspor komoditas pertanian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 30(2), 112–128.
- Kementerian Perdagangan. (2023). *Peta jalan peningkatan ekspor nasional 2022–2027*. Kemendag RI.
- Lee, J., Kim, M., & Park, H. (2020). Postharvest innovation for enhancing fruit export quality in tropical regions: Evidence from Southeast Asia. *International Journal of Agricultural Economics*, 6(3), 145–156.
- Lembaga Studi Ekonomi Agribisnis (LSEA). (2023). *Analisis daya saing komoditas buah unggulan Indonesia di pasar ASEAN dan Tiongkok*. LSEA Press.
- Mashuri, D. I., & Febrima, A. Y. (2024). Pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(1), 414–425. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.886>
- Mashuri, D. I., Febrima, A. Y., & Palupi, N. W. I. (2024). Pengaruh iklan televisi terhadap perilaku pembelian anak-anak di Kabupaten Pati. *Media Riset Ekonomi (MR. EKO)*, 3(2), 86–99.
- Nguyen, T. H., Pham, D. N., & Bui, V. C. (2019). Enhancing fruit export competitiveness: The case of Vietnam's dragon fruit and mango. *Journal of International Trade and Development*, 28(2), 179–196.
- Nugroho, R., & Hartati, T. (2022). Hambatan non-tarif dalam ekspor hortikultura: Kajian terhadap komoditas buah tropis. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 10(1), 33–44.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.
- Pratama, B. (2023). Analisis permintaan dan prospek ekspor manggis Indonesia di pasar Tiongkok. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 14(3), 189–201.
- Santoso, J., & Wulandari, E. (2022). Evaluasi kebijakan fasilitasi ekspor produk hortikultura di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Agribisnis*, 10(2), 78–91.
- Susanto, D. (2021). *Manajemen rantai pasok produk pertanian*. Pustaka Akademika.
- Wibowo, H., & Sari, D. P. (2021). Analisis daya saing ekspor buah tropika Indonesia menggunakan metode RCA dan EPD. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Perdagangan*, 6(1), 55–67.
- Wijaya, S., Handayani, R., & Maulana, A. (2021). Strategi diplomasi ekonomi dalam meningkatkan ekspor hortikultura Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan Internasional*, 7(2), 99–112.