

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perdagangan internasional merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian negara. Globalisasi menyebabkan pasar antar negara semakin terbuka dan mempercepat arus barang serta jasa di perdagangan internasional (Tambunan *et. al.*, 2024). Perdagangan internasional pada dasarnya dilakukan untuk mewujudkan perdagangan bebas melalui pengurangan atau penghapusan hambatan, baik berupa tarif maupun non tarif, serta untuk memperoleh keuntungan bagi negara-negara yang terlibat. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat didorong oleh meningkatnya volume ekspor, bertambahnya cadangan devisa, serta menguatnya daya saing komoditas di pasar internasional (Akbar dan Widyastutik, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan sistem pasar terbuka yang aktif dalam kegiatan ekspor di pasar internasional (Novariani *et. al.*, 2021). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2026), nilai ekspor Indonesia cenderung mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Nilai ekspor tersebut diperoleh dari total ekspor Migas dan Non Migas. Sebagian besar pendapatan ekspor Indonesia berasal dari sektor non migas yang pada tahun 2025 mencapai 269.841 juta US\$ atau 95,38% dari total keseluruhan nilai ekspor. Dalam perekonomian nasional, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan berperan penting melalui penyediaan pangan, penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar, serta kontribusinya yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Kontribusi sektor tersebut terhadap PDB Indonesia tercatat sebesar 12,61% pada tahun 2024 dan mengalami peningkatan menjadi 13,10% pada tahun 2025.

Besarnya kontribusi sektor pertanian tersebut menunjukkan bahwa komoditas pertanian memiliki peran strategis dalam mendukung kinerja ekspor nasional.

Komoditas hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian yang memiliki tingkat produksi yang relatif tinggi. Komoditas ini berpotensi memberikan nilai ekonomi yang tinggi apabila diproduksi secara efisien dan dipasarkan di pasar yang tepat, baik pasar domestik maupun internasional. Tingginya permintaan terhadap komoditas hortikultura di kedua pasar tersebut memiliki peluang yang besar untuk menjadi salah satu sumber devisa yang penting bagi perekonomian negara. Salah satu komoditas hortikultura unggulan di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah pisang.

Pisang merupakan salah satu komoditas buah tahunan yang berkontribusi besar dalam produksi hortikultura di Indonesia dan konsisten menempati posisi pertama sebagai buah dengan jumlah produksi terbanyak di Indonesia. Komoditas buah lainnya yang juga memiliki jumlah produksi besar antara lain mangga, nanas, jeruk, durian.

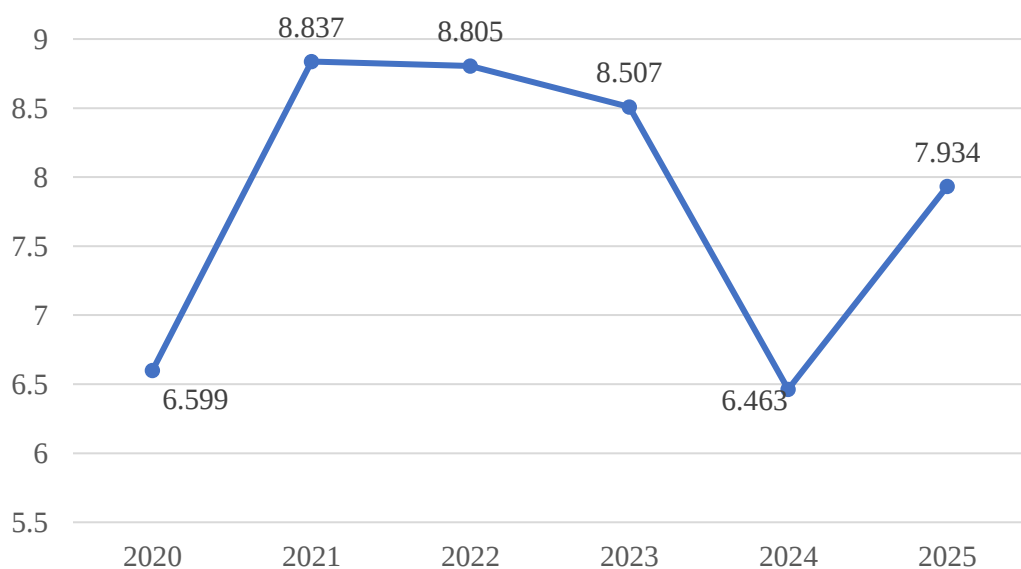
Tabel 1.1 Produksi Buah-Buahan Indonesia

No	Jenis	Tahun				
		2021	2022	2023	2024	2025
1	Pisang	8,741,147	9,245,427	9,335,232	9,260,387	9,428,408
2	Mangga	2,835,442	3,308,895	3,302,620	3,301,740	3,080,605
3	Nanas	2,886,417	3,203,775	3,156,576	2,740,601	2,618,522
4	Jeruk Siam/ Keprok	2,401,064	2,551,999	2,831,099	2,447,898	2,340,130
5	Durian	1,353,037	1,582,172	1,852,045	1,961,706	1,696,937
6	Salak	1,120,242	1,147,473	1,120,739	2,094,092	1,488,004
7	Pepaya	1,168,266	1,089,578	1,238,692	1,206,916	1,303,360
8	Rambutan	884,702	855,162	845,107	969,274	725,368
9	Nangka/ Cempedak	906,514	813,756	789,200	867,787	797,815
10	Jambu Biji	422,371	472,686	404,654	418,125	362,116

Sumber: Badan Pusat Statistik (2026)

Tabel 1.1 menunjukkan sepuluh besar produksi buah-buahan Indonesia pada periode 2021 – 2025. Total produksi buah di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 27 juta ton, dengan lima komoditas buah dengan produksi paling besar secara berturut-turut adalah pisang (34,77%), mangga (11,36 %), nanas (9,63 %), jeruk siam (8,63 %), dan durian (6,26 %), sedangkan komoditas buah lainnya masing-masing hanya berkontribusi kurang dari 5% dengan total kontribusi sebesar 29,35% (Badan Pusat Statistik, 2026). Produksi pisang tersebar secara merata di seluruh wilayah Indonesia, didukung oleh kondisi iklim yang sesuai bagi pengembangannya.

Jawa Timur merupakan sentra produksi pisang terbesar di Indonesia dengan luas area panen dan volume produksi tertinggi dibandingkan provinsi lainnya. Pada tahun 2025, Jawa Timur menempati posisi pertama dengan produksi pisang sebesar 28,63 % dari total produksi, diikuti oleh Lampung 20,39 %, Jawa Barat 13,36 %, dan Jawa Tengah 9,57 %. Provinsi-provinsi sentra produksi tersebut memegang peran penting dalam menjaga ketersediaan pasokan untuk konsumsi domestik dan juga kebutuhan ekspor.



Gambar 1.1 Rata-Rata Konsumsi Pisang di Indonesia Tahun 2019 – 2024

Tingginya produksi pisang di Indonesia sejalan dengan tingkat konsumsi masyarakat yang juga relatif tinggi, yakni rata-rata sebesar 8,5 kg/kapita/tahun pada tahun 2023, 6,4 kg/kapita/tahun pada tahun 2024, dan 7,9 kg/kapita/tahun pada tahun 2025. Tingkat konsumsi yang tinggi mengindikasikan bahwa komoditas pisang memiliki potensi pengembangan yang besar karena produksi dan permintaan pasarnya tergolong tinggi.

Tabel 1.2 Produksi Pisang Terbesar di Dunia 2020 – 2024

No	Negara	Produksi (ton)				
		2020	2021	2022	2023	2024
1	India	32.597.000	33.062.000	34.528.000	36.614.000	37.614.362
2	China	11.513.000	11.724.200	11.776.800	11.702.800	12.101.090
3	Indonesia	8.182.756	8.741.147	9.245.427	9.335.232	9.260.386
4	Brazil	6.593.437	6.803.350	6.923.179	6.825.724	7.046.345
5	Ekuador	6.023.390	6.717.424	6.122.744	7.198.482	7.585.653
6	Filipina	5.955.311	5.942.215	5.899.705	5.871.408	5.641.129
7	Angola	4.204.538	4.345.799	4.589.099	4.893.686	5.213.106
8	Guatemala	4.055.498	4.649.527	4.475.123	4.390.554	2.843.487
9	Tanzania	3.426.835	3.572.093	3.614.194	3.673.671	3.269.970
10	Costa Rica	2.623.168	2.570.333	2.494.250	2.532.934	2.630.020

Sumber: Food and Agriculture Organization of the United Nations (2025)

Di tingkat global, permintaan terhadap komoditas pisang terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Tabel 1.2 menunjukkan Indonesia menduduki posisi ketiga setelah India dan China dengan total produksi masing-masing sebesar 37,6 juta ton, 12,1 ton, dan 9,3 juta ton pada tahun 2024. Produksi pisang Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun 2020 – 2023 dan sempat menurun pada tahun 2024. Meskipun Indonesia menempati posisi ketiga di dunia sebagai produsen terbesar ketiga di dunia, pertumbuhan ekspor pisang Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain dan belum mencerminkan kapasitas produksi yang dimiliki. Hal ini tercermin dari besarnya kesenjangan antara volume produksi dan realisasi ekspor pada tabel 1.3, di mana pada tahun

2023 ekspor pisang Indonesia hanya mencapai 24,83 ribu ton atau setara dengan 0,27% dari total produksi dan pada tahun 2024 sebesar 26,23 ribu ton atau setara dengan 0,28% dari total produksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi pisang Indonesia di pasar internasional masih belum dimanfaatkan secara optimal.

Tabel 1.3 Produksi, Volume, dan Nilai Ekspor Pisang Indonesia 2015-2024

Tahun	Produksi (Ton)	Volume Ekspor (Kg)	Nilai Ekspor (US\$)
2015	7.299.275	22.308.114	13.006.366
2016	7.007.125	19.024.303	10.806.370
2017	7.162.680	18.176.621	8.868.111
2018	7.264.383	30.372.955	14.609.696
2019	7.280.658	22.766.077	11.343.609
2020	8.182.756	12.367.415	5.650.146
2021	8.741.147	13.656.229	6.089.983
2022	9.245.427	22.112.974	8.697.110
2023	9.335.232	24.829.237	9.566.701
2024	9.260.387	26.248.873	10.522.473

Sumber: BPS (2026)

Meski demikian, komoditas pisang masih tetap menempati posisi kedua dalam komoditas ekspor buah-buahan Indonesia walaupun kontribusinya terhadap ekspor buah nasional mengalami fluktuasi. Berdasarkan negara tujuan ekspor, pasar ekspor utama pisang Indonesia meliputi Malaysia, Jepang, Singapura, China, dan Oman. Tabel 1.4 dan 1.5 menunjukkan bahwa pasar tujuan ekspor pisang Indonesia masih didominasi ke Malaysia dengan kontribusinya mencapai 71,55% dari total ekspor pisang Indonesia pada tahun 2023 dan menurun pada tahun 2024 menjadi 64,4%. Meskipun ekspor ke Malaysia mengalami penurunan, belum terlihat adanya peningkatan ekspor yang signifikan ke negara lain pada tahun yang sama. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pangsa pasar ekspor pisang Indonesia masih belum luas dan pasar domestik masih mendominasi perdagangan pisang Indonesia secara keseluruhan.

Tabel 1. 4 Volume Ekspor Pisang Indonesia ke Negara Tujuan (ton)

Negara Importir	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Malaysia	6.299.588	4.496.962	7.349.112	12.935.840	17.708.731	16.861.622
China	9.523.278	1.478.754	623.701	3.052.150	826.007	134.8270
Japan	2.816.758	2.347.752	2.071.427	2.484.000	3.020.324	3.833.000
Singapura	493.215	511.473	948.440	2.693.373	2.521.490	3.246.915
Oman	900.900	1.141.140	920.924	360.400	674.772	861.292

Sumber: UN Comtrade (2025)

Tabel 1.5 Nilai Ekspor Pisang Indonesia ke Negara Tujuan (US\$)

Negara Importir	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Malaysia	1.897.672	1.373.946	2.406.008	3.749.897	4.853.758	4.976.318
China	5.384.919	567.848	330.808	1.543.621	499.190	616.741
Japan	1.613.628	1.347.843	1.155.578	1.181.465	1.833.243	2.301.611
Singapura	300.463	312.348	648.547	1.831.952	1.770.558	1.918.110
Oman	506.258	647.536	495.434	194.250	475.060	590.672

Sumber: UN Comtrade (2025)

Di pasar internasional, Indonesia bersaing ketat dengan negara eksportir pisang utama dunia seperti Filipina, Ekuador, dan Kosta Rika yang sudah lebih dahulu menguasai pasar global. Selama 5 tahun berturut-turut, Ekuador menjadi negara eksportir pisang terbesar di dunia dengan rata-rata ekspor sebesar 6,9 juta ton. Jumlah tersebut jauh berbeda dari jumlah ekspor pisang Indonesia di tahun yang sama yaitu sebesar 19 ribu ton. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa negara-negara eksportir utama tersebut memiliki keunggulan daya saing yang belum dimiliki Indonesia sehingga mereka mampu bersaing dan mempertahankan posisinya di pasar internasional.

Tabel 1.6 Negara Eksportir Pisang Terbesar di Dunia 2020 – 2024 (000 Ton)

Negara	2020	2021	2022	2023	2024
Ekuador	7.265.065	7.026.500	7.139.043	6.729.701	6.544.389
Guatemala	2.639.806	2.605.784	2.739.678	2.894.492	2.855.428
Filipina	3.725.081	2.428.194	2.275.548	2.354.576	2.333.225
Kolombia	2.175.030	2.249.888	2.371.267	1,817,637	2.318.606
Kosta Rika	2.628.146	2.326.811	2.057.412	2,247,396	2.236.142
Belgia	923.586	965.223	801.694	830.805	941.262

Sumber: Trade Map (2026)

Kesenjangan kinerja ekspor pisang Indonesia tidak hanya terlihat jika dibandingkan dengan negara eksportir global seperti Ekuador, tetapi juga dengan negara di kawasan Asia Tenggara. Data Trade Map (2026) menunjukkan bahwa Filipina secara konsisten menjadi eksportir pisang terbesar dari Asia Tenggara dan menempati posisi ketiga terbesar di dunia dengan rata-rata volume ekspor sebesar 2,6 juta ton selama periode tahun 2020 – 2024, diikuti dengan Vietnam yang menempati posisi ke 14 di dunia dengan rata-rata sebesar 372 ribu ton. Sementara itu, Indonesia menempati posisi ke 47 hanya mampu mengekspor rata-rata sebesar 19 ribu ton per tahun pada periode yang sama, meskipun jumlah produksi Indonesia lebih besar dibandingkan kedua negara tersebut. Kondisi tersebut memperlihatkan ketertinggalan posisi daya saing ekspor pisang Indonesia bila dibandingkan dengan capaian yang diraih oleh negara-negara kompetitor di Asia Tenggara.

Tabel 1.7 Volume Ekspor Pisang Asia Tenggara Tahun 2020 – 2024 (000 Ton)

Negara	2020	2021	2022	2023	2024
Indonesia	12.345	13.656	22.113	24.827	26.249
Filipina	3.725.774	2.428.194	2.275.548	2.354.576	2.333.225
Vietnam	293.067	358.111	430.964	356.038	423.512

Sumber: Trade Map (2026)

Daya saing secara umum digunakan untuk menganalisis kinerja ekonomi suatu negara dan menjadi salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan negara dalam meningkatkan pendapatan serta pertumbuhan ekonominya. Daya saing berkaitan erat dengan produktivitas yang dapat dipengaruhi oleh peningkatan jumlah modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input produksi, serta kemajuan teknologi (Azwardi *et. al.*, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai daya saing yang meliputi keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, serta spesialisasi perdagangan komoditas pisang Indonesia di pasar internasional menjadi

penting sebagai dasar dalam memaksimalkan potensi pisang Indonesia agar mampu bersaing di pasar internasional.

Indonesia sebagai salah satu negara produsen pisang terbesar ketiga di dunia seharusnya memiliki potensi yang besar untuk berkembang di pasar internasional. Namun berdasarkan data ekspor, pangsa ekspor pisang Indonesia masih tergolong rendah dan tidak sejalan dengan tingkat produksinya yang tinggi. Filipina dan Vietnam dipilih sebagai negara pembanding dengan beberapa pertimbangan. Pertama, kedua negara pembanding tersebut merupakan negara eksportir pisang di Asia Tenggara yang aktif melakukan kegiatan ekspor di pasar internasional dan bersaing di pasar tujuan ekspor yang sama dengan Indonesia. Kedua, meskipun produksi pisang ketiga negara tersebut lebih rendah dari Indonesia, ekspor pisang Filipina dan Vietnam masih di atas Indonesia. Kedua negara pembanding juga memiliki kesamaan geografis karena terletak di Asia Tenggara sehingga iklim, karakteristik produk, serta akses pasar yang dimiliki negara relatif sama. Untuk itu diperlukan analisis mendalam mengenai tingkat daya saing ekspor pisang Indonesia dibandingkan dengan negara pesaing di pasar internasional guna mengetahui tingkat daya saing dan posisi Indonesia dalam persaingan ekspor pisang global. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Daya Saing Ekspor Pisang Indonesia di Pasar Internasional”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, diketahui bahwa Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara dengan produksi pisang terbesar di dunia. Namun tingginya produksi tersebut tidak sejalan dengan tingkat ekspor pisang Indonesia ke pasar internasional. Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat

dirumuskan rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana keunggulan komparatif komoditas pisang Indonesia di pasar internasional?
2. Bagaimana keunggulan kompetitif komoditas pisang Indonesia di pasar internasional?
3. Bagaimana spesialisasi perdagangan komoditas pisang Indonesia di pasar internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis keunggulan komparatif komoditas pisang Indonesia di pasar internasional.
2. Menganalisis keunggulan kompetitif komoditas pisang Indonesia di pasar internasional.
3. Menganalisis spesialisasi perdagangan komoditas pisang Indonesia di pasar internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Melatih mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai ilmu yang telah dipelajari. Peneliti dapat mengaplikasikan pengalaman penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan ke depannya

1.4.2 Bagi Masyarakat / praktisi

Dapat menjadi sarana referensi, acuan, dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang tepat sebagai upaya meningkatkan daya saing komoditas pisang

Indonesia di pasar internasional

1.4.3 Bagi Perguruan Tinggi / peneliti

Sarana tambahan referensi khususnya mengenai daya saing pisang Indonesia yang nantinya dapat menjadi acuan dalam penelitian atau penulisan karya tulis sejenis.