

## **Perubahan Daya Saing Rempah Indonesia di Pasar Asia Sebelum dan Sesudah Sustainable Development Goals (SDGs)**

**Khoiru Rizqy Rambe<sup>1</sup>, Leo Rio Ependi Malau<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Research Centre for Economics of Industry, Services, and Trade, National Research and Innovation Agency (BRIN), [khoiru.rizqy.rambe@brin.go.id](mailto:khoiru.rizqy.rambe@brin.go.id)

<sup>2</sup>Research Centre for Behavioral and Circular Economics, National Research and Innovation Agency (BRIN), [leo.rio.ependi.malau@brin.go.id](mailto:leo.rio.ependi.malau@brin.go.id)

---

**Keywords:**

export,  
spice commodity,  
sustainable  
development,  
RCA

**Abstract:** Exports of Indonesian spices have spread to various countries. However, amid trade globalization, the competitiveness of Indonesian spices has the potential to disappear even though the export of these spices contributes to Indonesia's economic growth as one of the Sustainable Development Goals (SDGs). This study aims to analyze changes in the competitiveness of Indonesian spices in the Asian market after the SDGs agenda. This study used secondary data (2010-2021) with commodities, namely pepper, vanilla, cinnamon, cloves, nutmeg and cardamom, and ginger. Competitiveness analysis is carried out by calculating the Revealed Comparative Advantage (RCA) index. The results of the RCA index calculation show that only Indonesian clove commodities remain competitive before and after the SDGs in the Asian market. At the same time, cinnamon, vanilla, nutmeg and cardamom, and ginger do not have competitiveness in several destination countries both before and after the SDGs. The pepper commodity, which initially had competitiveness in all destination countries before the SDGs, experienced a loss of competitiveness in the Thai and Malaysian markets after the SDGs. The government needs to pay attention to the Malaysian market because almost all Indonesian spice commodities have experienced a decline in competitiveness after the SDGs.

**Kata Kunci:**

ekspor,  
komoditas rempah,  
pembangunan  
berkelanjutan,  
RCA

**Abstrak:** Ekspor rempah Indonesia telah menyebar ke berbagai negara. Namun di tengah globalisasi perdagangan, daya saing rempah Indonesia berpotensi hilang padahal ekspor rempah tersebut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagai salah satu tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan daya saing rempah Indonesia di pasar Asia sesudah diberlakukannya agenda SDGs. Penelitian ini menggunakan data sekunder (2010-2021) dengan komoditas yaitu lada, vanilla, kayu manis, cengkeh, pala dan kapulaga, dan jahe. Analisis daya saing dilakukan dengan perhitungan indeks Revealed Comparative Advantage (RCA). Hasil penghitungan indeks RCA menunjukkan hanya komoditas cengkeh Indonesia yang tetap berdaya saing sebelum dan sesudah SDGs di pasar Asia, sementara kayu manis, vanilla, pala dan kapulaga, serta jahe tidak memiliki daya saing di beberapa negara tujuan baik sebelum ataupun sesudah SDGs. Komoditas lada yang awalnya memiliki daya saing di semua negara tujuan sebelum SDGs, mengalami kehilangan daya saing di pasar Thailand dan Malaysia sesudah adanya SDGs. Pasar Malaysia perlu menjadi perhatian pemerintah karena hampir seluruh komoditas rempah Indonesia mengalami penurunan daya saing sesudah adanya SDGs.

---

**Article History:**

Received: 27-03-2023

Online : 05-04-2023



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### A. LATAR BELAKANG

Telah sejak lama rempah Indonesia dikenal dunia, dan bahkan menjadikan Indonesia sebagai pusat perdagangan rempah dunia yang menarik minat para pedagang dari berbagai negara (Setiawan & Widiputera, 2020). Hal ini didukung kondisi geografis yang memberikan keunggulan komparatif bagi Indonesia untuk memproduksi serta mengeksport berbagai komoditas pertanian (Tety et al., 2022). Ekspor rempah Indonesia yang terdiri dari lada, vanilla, cengkeh, kayu manis, pala, dan jahe telah menyebar hingga ke Amerika Serikat, India, Vietnam, Singapura, dan beberapa negara Eropa yang memiliki ketergantungan pada produk rempah Indonesia (Sulaiman et al., 2020). Pada tahun 2021, total nilai ekspor rempah Indonesia mencapai US\$ 764 juta. Nilai ekspor ini cukup berfluktuatif selama satu dekade terakhir dengan rata-rata terjadi peningkatan sebesar 2.35 persen pada tahun 2012-2021 (Trademap, 2022).

Pada perdagangan internasional, keunggulan komparatif biasa dimiliki oleh negara eksportir utama suatu komoditas (Hoang, 2021), termasuk Indonesia yang menjadi salah satu eksportir utama rempah dunia. Daya saing komparatif komoditas rempah Indonesia dinilai sangat kuat di pasar internasional (Anggrasari et al., 2021). Di pasar Uni Eropa, lada, cengkeh, dan pala Indonesia memiliki daya saing (Balqis & Yanuar, 2021; Zuhdi et al., 2020). Sementara di pasar ASEAN, komoditas pala, lawang, dan kapulaga menjadi produk rempah Indonesia yang terus mempertahankan daya saingnya sejak pra krisis hingga pasca krisis ekonomi (Hermawan, 2015). Penelitian lainnya juga mengindikasikan bahwa kayu manis dan cengkeh Indonesia masih memiliki daya saing komparatif meskipun menghadapi berbagai negara kompetitor di tengah arus globalisasi perdagangan (Pratama & Darwanto, 2019; Sa'diyah & Darwanto, 2020; Zuhdi & Rambe, 2021). Namun, daya saing jahe Indonesia dinilai berpotensi hilang karena penurunan pangsa pasar akibat pasokan negara lain masih lebih besar dibandingkan Indonesia (Kanaya & Firdaus, 2014).

Potensi kehilangan daya saing pada komoditas jahe ini juga dapat terjadi pada komoditas rempah lainnya di tengah globalisasi perdagangan yang semakin gencar dilakukan negara-negara di dunia. Padahal daya saing rempah selama ini telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sejalan dengan pencapaian salah satu tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang dicanangkan negara-negara anggota PBB sejak 2015. Untuk mendukung tujuan SDGs ini, daya saing rempah dapat dipertahankan dengan memberdayakan petani untuk menerapkan praktik pertanian yang baik dengan menghindari eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan (Nurdewi et al., 2020). Selain dari sisi produksi, aspek pemasaran juga berkontribusi pada perubahan daya saing rempah seperti pada komoditas kayu manis dimana Indonesia kesulitan mempertahankan peningkatan ekspor secara konsisten di pasar internasional (Sa'diyah & Darwanto, 2020). Dengan demikian, analisis perubahan daya saing rempah Indonesia akan terus dibutuhkan sebagai informasi awal untuk optimalisasi pasar tradisional atau diversifikasi pasar potensial dalam rangka peningkatan ekspor Indonesia (S. T. Wahyudi & Maipita, 2019).

Penelitian terdahulu telah banyak menganalisis daya saing rempah Indonesia di pasar internasional secara umum atau spesifik di kawasan regional atau negara tertentu dengan beberapa periode analisis seperti yang dilakukan (Anggrasari et al., 2021; Hermawan, 2015; Wardani & Sunyigono, 2021; Zuhdi et al., 2020). Namun, informasi terkait perubahan daya saing rempah Indonesia sejak diterapkannya agenda SDGs pada tahun 2016 khususnya di pasar Asia masih minim. Padahal informasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi pasar potensial pada perdagangan rempah

Indonesia khususnya di wilayah Asia untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia sesuai tujuan SDGs. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan daya saing rempah Indonesia di pasar Asia pasca diberlakukannya agenda SDGs.

### B. METODE

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dihimpun dari *ITC-Trademap* dan *Food and Agriculture Organization* (FAO) dalam kurun waktu 12 tahun (2010-2021). Komoditas rempah yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 6 kode HS yaitu lada (HS 0904), vanila (HS 0905), kayu manis (HS 0906), cengkeh (HS 0907), pala dan kapulaga (HS 0908), dan jahe (HS 0910). Data dikategorikan menjadi dua periode analisis yaitu periode sebelum ada agenda SDGs (2010-2015), dan periode sesudah adanya agenda SDGs (2016-2021). Penelitian ini membatasi cakupan wilayah analisis hanya di pasar Asia yang terdiri dari 11 negara importir rempah Indonesia antara lain Thailand, China, India, Vietnam, Singapura, Korea Selatan, China Taipei, Malaysia, Jepang, Arab Saudi, dan Hongkong.

Analisis daya saing rempah Indonesia ke pasar Asia dilakukan dengan perhitungan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA diperkenalkan Bela Balassa pada tahun 1965 dan diukur dengan membandingkan pangsa ekspor barang suatu negara terhadap pangsa ekspor barang tersebut secara global (Hoang, 2021). Secara matematis, indeks RCA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Dhamira & Yoga Prasada, 2021):

$$RCA = \frac{(X_{ajt}/X_{jt})}{(W_{jt}/W_t)} \quad (1)$$

Dimana  $X_{ajt}$  adalah nilai ekspor komoditas  $a$  oleh negara  $j$  pada tahun  $t$ ;  $X_{jt}$  adalah total nilai ekspor negara  $j$  pada tahun  $t$ ;  $W_{jt}$  adalah nilai ekspor dunia untuk komoditas  $j$  pada tahun  $t$ ; dan  $W_t$  adalah total nilai ekspor dunia pada tahun  $t$ .

Rempah Indonesia dianggap keunggulan daya saing dalam perdagangan internasional jika hasil perhitungan indeks RCA memiliki nilai lebih dari satu ( $RCA > 1$ ). Namun jika indeks RCA lebih kecil dari satu ( $RCA < 1$ ) dapat dikatakan bahwa rempah Indonesia tersebut tidak memiliki keunggulan daya saing dalam perdagangannya di pasar internasional.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Produksi dan Ekspor Rempah Indonesia

Indonesia telah dikenal dunia sebagai salah satu produsen serta eksportir utama dengan pangsa lebih dari 20 persen terhadap total rempah (Hermawan, 2015). Kontribusi rempah Indonesia dalam pasar dunia didorong oleh produksi rempah Indonesia yang besar. Hal ini didukung keunggulan sumberdaya alam dan iklim tropis yang dimiliki Indonesia sehingga potensial untuk perkebunan rempah (Amorita & Daryanto, 2021). Berdasarkan data *Food and Agriculture Organization* (FAO), komoditas rempah dengan produksi terbesar di Indonesia adalah jahe, cengkeh, dan lada. Dibandingkan komoditas lain, meskipun jahe terus menjadi komoditas dengan produksi terbesar namun produksinya berfluktuasi dalam 12 tahun terakhir, sementara produksi komoditas lain cenderung stabil perubahannya. Fluktuasi produksi jahe ini dipengaruhi oleh faktor cuaca seperti penyinaran matahari saat proses produksi (Choerunnisa et al., 2021).

## Seminar Nasional LPPM UMMAT

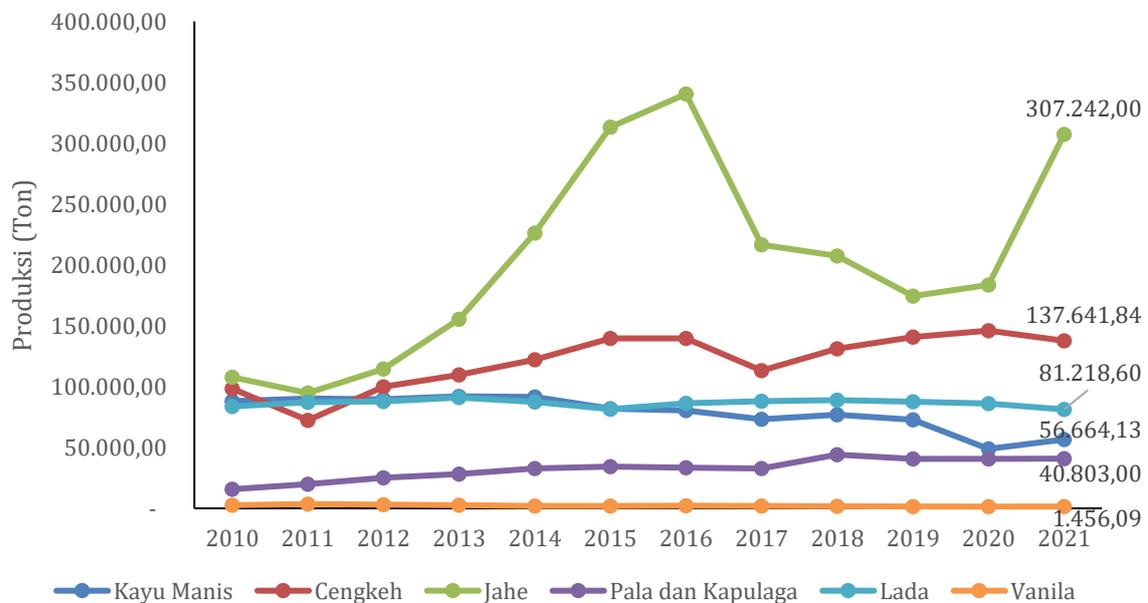
Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 102-110

Pada tahun 2021, produksi jahe Indonesia mencapai 307,242 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 13.94 persen (Gambar 1). Selain jahe, Indonesia juga memproduksi cengkeh dengan jumlah yang besar dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen cengkeh dunia, bersaing dengan Madagaskar dan Comoro (Zuhdi & Rambe, 2021). Produksi cengkeh Indonesia pada tahun 2021 telah mencapai 137,641 ton dan secara umum produksi cengkeh Indonesia mengalami peningkatan dengan rata-rata 4.48 persen pada periode 2010-2021. Sementara pada komoditas lada, meskipun produksi Indonesia pada tahun 2021 mencapai 81,218 ton, namun secara umum produksi lada Indonesia mengalami penurunan dengan rata-rata 0.2 persen. Trend penurunan produksi juga terjadi pada komoditas kayu manis dan vanilla Indonesia dengan rata-rata penurunan masing-masing 3.1 persen dan 4 persen pada periode tahun 2010-2021. Sementara perubahan positif ditunjukkan komoditas pala dan kapulaga dengan peningkatan rata-rata 9.88 persen dan produksi tahun 2021 telah mencapai 40,803 ton.

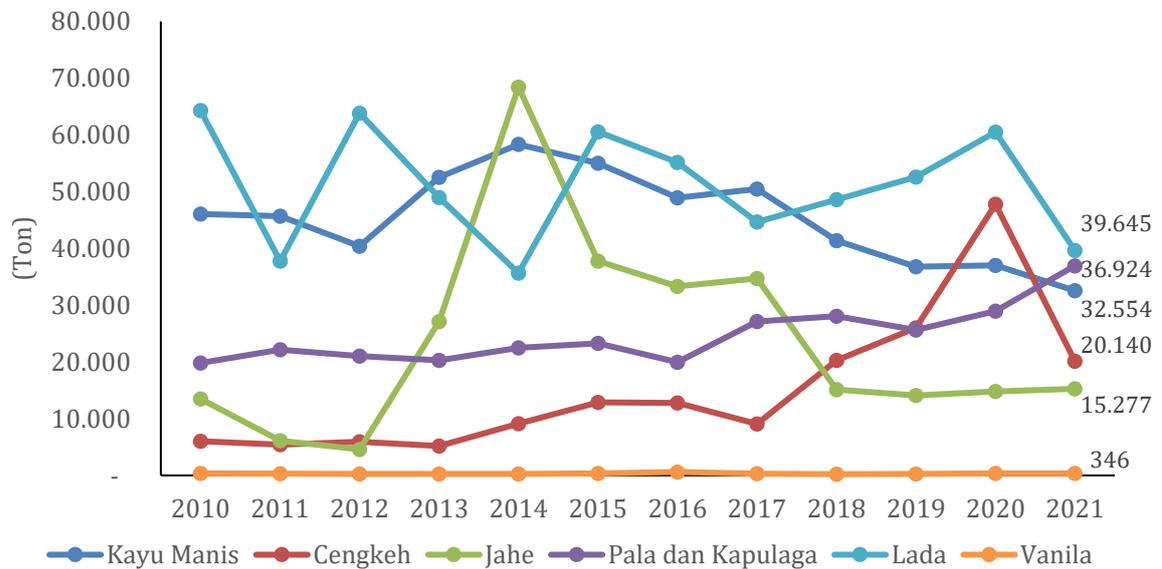


Sumber : FAO, 2023

**Gambar 1.** Produksi rempah Indonesia tahun 2010-2021 (dalam ton)

Produksi rempah Indonesia yang besar tidak hanya dikonsumsi di dalam negeri tetapi diekspor ke berbagai negara dunia. Berdasarkan data yang dihimpun dari ITC-Trademap, komoditas dengan jumlah ekspor rempah terbesar yang dilakukan Indonesia pada tahun 2021 adalah lada, pala dan kapulaga, serta kayu manis dengan masing-masing volume sebesar 39,645 ton, 36,924 ton, dan 32,554 ton (Gambar 2). Sementara ekspor cengkeh, jahe dan vanilla hanya mencapai 20,140 ton, 15,227 ton, dan 346 ton. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun produksi jahe dan cengkeh paling besar namun sebagian besar produksinya dikonsumsi di dalam negeri karena cengkeh menjadi salah satu bahan utama produksi rokok kretek di Indonesia (Nurhayati et al., 2018). Sementara untuk komoditas pala dan kapulaga, produk yang diekspor mencapai 90.5 persen dari total produksi Indonesia tahun 2021. Gambar 2 juga menunjukkan fluktuasi jumlah ekspor rempah

Indonesia menghadapi globalisasi perdagangan, dimana Indonesia harus bersaing dengan negara-negara produsen rempah lainnya.



Sumber : ITC-Trademap, 2023

**Gambar 2.** Ekspor produk rempah Indonesia tahun 2010-2021 (dalam ton)

## 2. Daya Saing Ekspor Rempah Indonesia

Globalisasi mendorong persaingan dalam perdagangan internasional sehingga tingkat daya saing menjadi aspek penting yang mempengaruhi jumlah ekspor suatu komoditas termasuk perdagangan rempah Indonesia di pasar internasional (Maslova et al., 2019). Hasil perhitungan indeks RCA menunjukkan bahwa secara umum rempah Indonesia memiliki daya di pasar Asia ( $RCA > 1$ ). Sebelum adanya SDGs (2010-2015), hanya komoditas lada dan cengkeh memiliki daya saing di semua negara tujuan. Sementara komoditas lainnya tidak memiliki daya saing di beberapa negara tujuan ekspor seperti vanila yang tidak berdaya saing di India, Korea Selatan, Malaysia, dan Jepang; kayu manis tidak berdaya saing di Jepang; pala tidak memiliki daya saing di Arab Saudi; serta jahe yang tidak memiliki daya saing di Thailand, Singapura, Malaysia, dan Jepang. Namun sesudah adanya SDGs (2016-2021), hanya komoditas cengkeh yang terus mempertahankan daya saingnya di pasar Asia, sementara lada kehilangan daya saing di negara Thailand dan Malaysia (Tabel 1).

## Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 102-110

**Tabel 1.** Indeks RCA ekspor rempah Indonesia sebelum dan sesudah SDGs

Negara Tujuan Ekspor	Sebelum SDGs (2010-2015)						Sesudah SDGs (2016-2021)					
	Lada	Vanila	Kayu Manis	Cengkeh	Pala	Jahe	Lada	Vanila	Kayu Manis	Cengkeh	Pala	Jahe
Thailand	3.29	5.07	36.41	24.08	29.38	0.60	0.25	11.99	31.37	27.19	28.70	0.12
India	6.72	0.83	1.70	1.23	7.57	2.94	5.39	10.69	1.57	7.86	9.44	3.87
China	21.28	32.95	57.15	2.61	69.36	1.76	7.97	12.48	59.35	37.04	65.13	0.49
Vietnam	34.20	1.51	35.83	15.97	46.74	6.37	22.13	2.28	24.26	34.41	49.34	4.76
Singapura	8.00	1.52	14.79	2.60	5.97	0.97	7.36	8.56	10.79	5.11	2.73	0.99
Korea Selatan	1.03	0.65	2.82	12.48	29.54	1.03	2.17	2.55	1.53	27.82	42.22	2.15
China Taipei	6.30	7.08	1.10	12.37	12.65	1.63	16.16	1.92	1.83	15.50	21.60	2.01
Malaysia	1.84	0.80	15.78	5.02	6.38	0.73	0.99	1.10	14.64	4.38	3.34	0.62
Jepang	6.48	0.06	0.22	2.95	19.99	0.31	7.10	0.23	0.39	5.71	19.47	0.35
Arab Saudi	8.61	0.00	1.36	21.49	0.01	17.48	2.46	0.26	1.50	70.97	0.00	15.86
Hongkong	30.35	4.05	5.70	73.80	107.55	12.61	43.25	2.07	3.92	145.02	83.27	6.02

Sumber : Data sekunder diolah (2023)

Pada periode sesudah SDGs (2016-2021), lada Indonesia mengalami penurunan daya saing di Thailand, India, China, Singapura, Malaysia, dan Arab Saudi. Penurunan ini dapat disebabkan kuatnya daya saing lada dari negara produsen lainnya seperti lada dari Vietnam yang memiliki daya saing paling kuat di pasar India (Wardani & Sunyigono, 2021). Kondisi berbeda terjadi pada komoditas vanila yang mengalami peningkatan daya saing di Thailand, India, Vietnam, Singapura, Korea Selatan, Malaysia, Jepang, dan Arab Saudi. Bahkan di pasar India, Korea Selatan, dan Malaysia, vanila Indonesia yang awalnya tidak memiliki daya saing berubah menjadi memiliki daya saing ( $RCA > 1$ ) sesudah adanya SDGs. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hermawan, 2015) yang menjelaskan bahwa vanila memang menjadi salah satu komoditas rempah yang potensial dipasarkan di pasar ASEAN.

Pada perdagangan kayu manis, tidak ada perubahan yang signifikan terhadap daya saingnya sebelum dan sesudah SDGs. Kayu manis Indonesia tetap memiliki daya saing di pasar Asia kecuali di negara Jepang, meskipun terjadi peningkatan indeks RCA namun nilainya hanya 0.39 atau kurang dari satu. Pada komoditas pala justru terjadi peningkatan daya saing yang signifikan di pasar Korea Selatan dan China Taipei, namun mengalami penurunan daya saing yang besar di pasar Hongkong sesudah adanya SDGs dengan indeks RCA 83.27 dari sebelum SDGs yang nilai indeks RCA mencapai 107.55. Berbeda dengan pala, cengkeh Indonesia justru mengalami peningkatan daya saing signifikan di pasar

## Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 102-110

Hongkong, China, Vietnam, dan Arab Saudi sesudah adanya SDGs. Sedangkan komoditas jahe yang memang banyak dikonsumsi di dalam negeri mengalami kehilangan daya saing di China. Kondisi ini terjadi karena China juga merupakan produsen jahe dan menjadi pesaing utama Indonesia pada perdagangan jahe di pasar internasional (Kanaya & Firdaus, 2014). Selain China, India dan Thailand juga merupakan produsen jahe dan pada perdagangan jahe secara internasional tingkat daya saing Indonesia masih lebih rendah dibandingkan kedua negara tersebut (Nurjati, 2022). Secara umum, pasar Malaysia perlu menjadi perhatian pemerintah karena hampir seluruh komoditas rempah Indonesia mengalami penurunan daya saing di negara tersebut sesudah adanya SDGs. Perubahan daya saing rempah Indonesia sebelum dan sesudah adanya SDGs dirangkum sebagai berikut:

**Tabel 2.** Perubahan daya saing rempah Indonesia sebelum dan sesudah SDGs

Negara Tujuan Ekspor	Perubahan Daya Saing					
	Lada	Vanila	Kayu Manis	Cengkeh	Pala	Jahe
Thailand	Menurun (kehilangan daya saing)	Meningkat	Menurun	Meningkat	Menurun	Menurun (tidak berdaya saing)
India	Menurun	Meningkat (menjadi berdaya saing)	Menurun	Meningkat	Meningkat	Meningkat
China	Menurun	Menurun	Meningkat	Meningkat	Menurun	Menurun (kehilangan daya saing)
Vietnam	Menurun	Meningkat	Menurun	Meningkat	Meningkat	Menurun
Singapura	Menurun	Meningkat	Menurun	Meningkat	Menurun	Meningkat (tidak berdaya saing)
Korea Selatan	Meningkat	Meningkat (menjadi berdaya saing)	Menurun	Meningkat	Meningkat	Meningkat
China Taipei	Meningkat	Menurun	Meningkat	Meningkat	Meningkat	Meningkat
Malaysia	Menurun (kehilangan daya saing)	Meningkat (menjadi berdaya saing)	Menurun	Menurun	Menurun	Menurun (tidak berdaya saing)
Jepang	Meningkat	Meningkat (tidak berdaya saing)	Meningkat (tidak berdaya saing)	Meningkat	Menurun	Meningkat (tidak berdaya saing)

## Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 102-110

Arab Saudi	Menurun	Meningkat (tidak berdaya saing)	Meningkat	Meningkat	Menurun (tidak berdaya saing)	Menurun
Hongkong	Meningkat	Menurun	Menurun	Meningkat	Menurun	Menurun

### D. SIMPULAN DAN SARAN

Indonesia sebagai negara produsen rempah dunia masih terus menunjukkan kemampuan produksi dengan trend meningkat pada beberapa komoditas seperti jahe, cengkeh, dan pala. Meskipun produksi rempah terbesar adalah jahe, cengkeh, dan lada, namun komoditas yang paling banyak diekspor Indonesia yaitu lada, pala dan kapulaga, dan kayu manis. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar produksi jahe dan cengkeh dikonsumsi di dalam negeri, sementara ekspor pala dan kapulaga mencapai 90.5 persen dari total produksi Indonesia tahun 2021. Hasil perhitungan indeks RCA menunjukkan, hanya komoditas cengkeh Indonesia yang tetap berdaya saing sebelum dan sesudah SDGs di pasar Asia, sementara kayu manis, vanilla, pala dan kapulaga, serta jahe tidak memiliki daya saing di beberapa negara tujuan baik sebelum ataupun sesudah SDGs. Komoditas lada yang awalnya memiliki daya saing di semua negara tujuan sebelum SDGs, mengalami kehilangan daya saing di pasar Thailand dan Malaysia sesudah adanya SDGs. Secara umum, perubahan daya saing sebelum dan sesudah SDGs pada komoditas cengkeh menunjukkan peningkatan kecuali di pasar Malaysia sedangkan komoditas kayu manis dan lada mengalami banyak penurunan daya saing di berbagai negara. Pasar Malaysia perlu menjadi perhatian pemerintah karena hampir seluruh komoditas rempah Indonesia mengalami penurunan daya saing sesudah adanya SDGs.

### REFERENSI

- Amorita, C., & Daryanto, A. (2021). Competitiveness Analysis of Indonesian Pepper in International Market. *International Journal of Research and Review*, 8(5), 38–52.
- Anggrasari, H., Perdana, P., & Mulyo, J. H. (2021). Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Rempah-Rempah Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Agrica*, 14(1), 9–19. <https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4396>
- Balqis, P., & Yanuar, R. (2021). Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa. *Forum Agribisnis*, 11(2), 182–194.
- Choerunnisa, R. A., Dewi, R. R., Bariklan, M., & Widodo, E. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Produksi Jahe Di Indonesia Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(2), 231–242.
- Dhamira, A., & Yoga Prasada, I. (2021). Indonesian natural rubber export potential in European market. *E3S Web of Conferences*, 305, 02003. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130502003>
- Hermawan, I. (2015). Daya Saing Rempah Indonesia Di Pasar Asean Periode Pra Dan Pasca Krisis Ekonomi Global. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 153–178. <https://doi.org/10.30908/bilp.v9i2.6>
- Hoang, M. L. (2021). Comparative advantage in Vietnam ' s agricultural exports to Australia. *International Journal of Education and Knowledge Management*, 4(4), 1–10.

## Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram  
Mataram, 05 April 2023  
ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023  
pp. 102-110

- Kanaya, I. A., & Firdaus, M. (2014). Daya Saing dan Permintaan Ekspor Produk Biofarmaka Indonesia di Negara Tujuan Utama Periode 2003-2012. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 11(3), 183–198.
- Maslova, V., Zaruk, N., Fuchs, C., & Avdeev, M. (2019). Competitiveness of agricultural products in the eurasian economic union. *Agriculture (Switzerland)*, 9(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/agriculture9030061>
- Nurdewi, N., Maskie, G., Multifiah, M., & Manzilati, A. (2020). Empowerment of Spice Farmers Community in Maluku Utara for Sustainable Agricultural Development. *Economic and Regional Studies / Studia Ekonomiczne i Regionalne*, 13(2), 245–249. <https://doi.org/10.2478/ers-2020-0017>
- Nurhayati, E., Hartoyo, S., & Mulatsih, S. (2018). Analisis Pengembangan Ekspor Cengkeh Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 7(1), 21–42.
- Nurjati, E. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Jahe Indonesia di Pasar Utama Internasional Periode Tahun 2008-2018. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 276–292. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.27>
- Pratama, A. P., & Darwanto, D. H. (2019). The competitiveness of indonesian cloves commodity in international market The competitiveness of indonesian cloves commodity in international market. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/346/1/012067>
- Sa'diyah, P. F. I., & Darwanto, D. H. (2020). Indonesian cinnamon competitiveness and competitor countries in international market. *Agraris*, 6(2), 123–135. <https://doi.org/10.18196/agr.6296>
- Setiawan, B., & Widiputera, F. (2020). Internalization Strategy of Conscious Awareness of Spices Lane as National Brand and National Pride of Indonesian Nation. *Technium Social Sciences Journal*, 7, 337–350.
- Sulaiman, A., Ali, M. S. S., & Ahmad, A. (2020). Encouraging comparative advantages of export-oriented Indonesian agriculture products. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/575/1/012073>
- Tety, E., Kurnia, D., & Andriani, Y. (2022). Competitiveness analysis of Indonesian processes and non-processed agricultural commodities in the ASEAN Region. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 978(1), 0–9. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/978/1/012033>
- Trademap. (2022). *List of importing markets for a product exported by Indonesia, Product: 09 Coffee, tea, maté and spices*. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C09%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C09%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1)
- Wardani, V. A. T., & Sunyigono, A. K. (2021). Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Lada Indonesia ke India. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(3), 655–666.
- Zuhdi, F., Lola, R., & Maulana, A. S. (2020). Daya Saing Ekspor Rempah Indonesia Ke European Union-15. *AGRIC: Jurnal Ilmu Pertanian*, 15(21), 139–152.
- Zuhdi, F., & Rambe, K. R. (2021). Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia Di Pasar Global. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 165. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i2.43784>