

ABSTRAK

Indonesia sebagai salah satu negara penghasil lada terbesar di dunia menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing ekspor lada di pasar ASEAN, terutama akibat fluktuasi produksi. Persaingan harga global dan perubahan selera pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan ekspor lada Indonesia, baik lada hitam maupun lada putih di pasar ASEAN (Vietnam, Singapura, dan Malaysia) dan analisis trend, serta menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif lada Indonesia di pasar ASEAN selama periode 2014 hingga 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, data yang dikumpulkan adalah data sekunder (*time series*) dengan metode pengolahan dan analisis data perkembangan volume dan nilai ekspor lada Indonesia di pasar ASEAN menggunakan analisis deskriptif dan analisis trend, *Revealed Comparative Advantages* (RCA) dan *Export Competitiveness Indeks* (ECI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan ekspor lada Indonesia di pasar ASEAN pada rentang tahun 2014-2023 menunjukkan tren yang berbeda antara lada hitam dan lada putih. Ekspor lada hitam cenderung menurun, khususnya ke Vietnam dan Singapura, dan diperkirakan terus turun hingga 2033. Sebaliknya, ekspor lada putih menunjukkan volume yang lebih kecil dan berfluktuasi, namun memiliki prospek positif ke pasar Malaysia dan Singapura. Hasil analisis RCA dan ECI menunjukkan nilai >1 , dapat diartikan bahwa lada Indonesia mempunyai daya saing secara komparatif maupun secara kompetitif. Kondisi ini perlu terus penguatan strategi ekspor agar mampu mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar ASEAN.

Kata kunci: daya saing, ekspor, lada Indonesia, lada hitam, lada putih.

ABSTRACT

Indonesia, as one of the world's largest pepper producers, faces challenges in maintaining the competitiveness of its pepper exports in the ASEAN market, mainly due to production fluctuations, global price competition, and changing consumer preferences. This study aims to analyze the development of Indonesian pepper exports—both black and white pepper—in ASEAN markets (Vietnam, Singapore, and Malaysia), including trend analysis, and to assess the comparative and competitive advantages of Indonesian pepper from 2014 to 2023. The research method used is a literature study with secondary (time series) data. The data were analyzed using descriptive and trend analysis methods, as well as the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Export Competitiveness Index (ECI). The results show that the development of Indonesian pepper exports to ASEAN from 2014 to 2023 demonstrates differing trends between black and white pepper. Black pepper exports tended to decline, particularly to Vietnam and Singapore, and are projected to continue decreasing until 2033. On the other hand, white pepper exports, although smaller and more volatile in volume, show promising prospects in Malaysia and Singapore. The RCA and ECI values are greater than 1, indicating that Indonesian pepper possesses both comparative and competitive advantages. These findings highlight the need to strengthen export strategies to sustain and enhance competitiveness in the ASEAN market.

Keywords: competitiveness, export, Indonesian pepper, black pepper, white pepper.