

Analysis of the Indonesian Competitiveness on Pepper Products in the World

Abi Antono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20236846&lokasi=lokal>

Abstrak

Lada (Pepper *ningrum linn*) merupakan produk rempah-rempah yang memiliki peran penting dalam perekonomian antara lain sebagai sumber devisa, memberikan lapangan pekerjaan, bahan mentah industri dan konsumsi di dalam negeri. Lada berasal dari India Barat dan dikenal sebagai Rajanya rempah-rempah.

Untuk menganalisa daya saing produk lada Indonesia di pasar dunia, maka dalam penulisan thesis ini di gunakan dua metode, yaitu Constant Market Share Analysis (CMSA) dan Competitiveness Matrix. CMSA digunakan untuk menganalisa produk lada Indonesia dan negara-negara pesaingnya, sedangkan Competitiveness Matrix digunakan untuk melihat daya saing produk lada Indonesia di negara-negara tujuan ekspornya.

Analisa CMS menunjukkan bahwa lada Indonesia untuk HS 090411 tidak kompetitif di pasar dunia. Indonesia memiliki efek daya saing negative yaitu -0,22. Negara pesaing utama Indonesia untuk lada utuh atau yang tidak di tumbuk adalah Vietnam, Brazil, European Union, Jerman dan China. Untuk lada bubuk atau produk lada HS 090412, analisa CMS menunjukkan bahwasannya Indonesia memiliki efek daya saing positif yaitu 0,75. India, Vietnam, China, Malaysia, USA, dan Singapura merupakan negara-negara pesaing Indonesia untuk produk ini.

Competitiveness Matrix menunjukkan bahwa pasar yang sesuai untuk lada utuh Indonesia adalah Kanada, Jerman, Malaysia dan Afrika Selatan. Negara-negara tersebut memiliki pertumbuhan yang positif dan diklasifikasikan sebagai rising stars. Sedangkan pasar yang sesuai untuk lada bubuk adalah Jepang dan Korea yang memiliki nilai baik untuk setiap variable daya saing.

Pepper (Pepper ningrum Linn) is one of the spice products that has a significant role on the economy such as national foreign exchange earnings, providing job opportunity, raw material of internal country industry and direct consumption in the country. Pepper comes from West India and is called by 'King of Spices'.

To examine the competitiveness of Indonesian pepper product in the world market, uses two methods; constant market share analysis (CMS) and competitiveness matrix. CMS Analysis is to measure Indonesia and its main competitors, while Competitiveness Matrix is to examine Indonesian pepper product competitiveness in Indonesia's destination exporting countries. CMS analysis shows that Indonesian pepper HS 090411 is not competitive in the global market.

Indonesia has negative competitiveness effect (-0.22). Indonesian main competitor for pepper neither

crushed nor ground are Vietnam, Brazil, European Union, Germany and China. For pepper crushed or ground CMS analysis shows that Indonesia has positive competitiveness (0.75). India, Vietnam, China, Malaysia, USA, and Singapore are Indonesia's competitors for pepper crushed or ground.

Competitiveness matrix result shows that the appropriate markets for Indonesia's pepper neither crushed nor ground are Canada, Germany, Malaysia, and South Africa, which have a positive growth and graded as rising stars. Meanwhile, for Indonesia's pepper crushed or ground, the appropriate markets are Japan and Korea that have a good remark in all variables of competitiveness.</i>