

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KELAPA INDONESIA DI PASAR CHINA DAN ASEAN (MALAYSIA, THAILAND, DAN SINGAPURA) DALAM KONTEKS EKSPOR BAHAN MENTAH

Yohanes Aditya Pratama¹, I Made Putra Yasa²

Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

Alamat: Jalan Raya Kampus UNUD, Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung – Bali

Korespondensi penulis: yhnsadityap@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar China dan ASEAN (Malaysia, Thailand, dan Singapura) selama periode 2014–2024, khususnya dalam konteks pergeseran struktur ekspor ke arah bahan mentah dan peluang hilirisasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-eksplanatori dengan data sekunder deret waktu bersumber dari UN Comtrade, BPS, dan Trademap. Analisis dilakukan melalui tiga indikator, yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dan *Export Product Dynamics* (EPD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor kelapa Indonesia secara umum memiliki daya saing kuat dan posisi *net eksportir* yang stabil, dengan keunggulan komparatif tertinggi pada kelapa segar, sementara minyak kelapa mentah/dara (CCO/VCO) sebagai satu-satunya produk olahan yang diteliti justru mengalami pelemahan daya saing di hampir seluruh pasar tujuan. Struktur dan tren ekspor menunjukkan penguatan kecenderungan ekspor bahan mentah, sementara produk olahan tumbuh melambat meski kontribusi nilainya masih lebih besar secara rata-rata. Temuan ini mengindikasikan bahwa peluang peningkatan daya saing ke depan terletak pada penguatan kapasitas hilirisasi kelapa nasional, bukan pada perluasan ekspor bahan mentah yang selama ini sudah unggul. Secara teoritis, temuan ini memperkuat kerangka tahapan pembangunan daya saing Porter (1990) dengan menunjukkan bahwa RCA tinggi pada produk mentah dapat menjadi sinyal terjebaknya suatu negara pada *factor-driven stage*. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam merumuskan strategi peningkatan nilai tambah ekspor kelapa Indonesia, termasuk pertimbangan bentuk intervensi kebijakan hilirisasi.

Kata kunci: daya saing ekspor, kelapa Indonesia, RCA, ISP, EPD, hilirisasi

Abstract. This study aims to analyze the export competitiveness of Indonesian coconut products in the China and ASEAN markets (Malaysia, Thailand, and Singapore) during the 2014–2024 period, with particular attention to the shifting export structure toward raw materials and the potential for downstream processing (hilirisasi). A quantitative descriptive-explanatory approach was employed using secondary time-series data sourced from UN Comtrade, BPS (Statistics Indonesia), and Trademap. The analysis was conducted using three indicators: Revealed Comparative Advantage (RCA), Trade Specialization Index (ISP), and Export Product Dynamics (EPD). The results show that Indonesian coconut exports generally exhibit strong competitiveness and a stable net-exporter position, with the highest comparative advantage found in fresh coconut, while crude/virgin coconut oil (CCO/VCO)—the only processed product examined—shows a declining competitiveness trend across nearly all destination markets. The export structure and trend reveal a strengthening tendency toward raw-material exports, while processed products, despite still contributing a larger average export value, show slowing growth. These findings indicate that future opportunities to improve export competitiveness lie in strengthening national coconut downstream processing capacity, rather than further expanding raw-material exports that are already competitive. Theoretically, these findings reinforce Porter's (1990) national

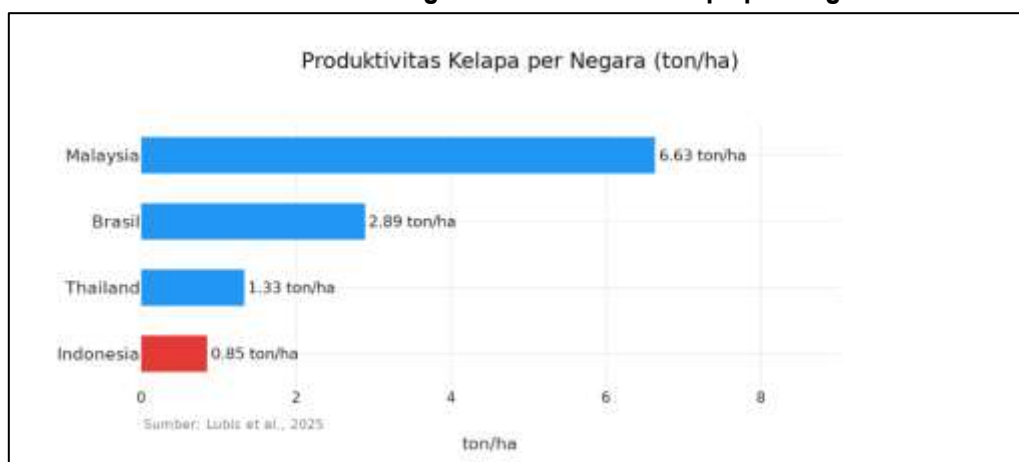
competitiveness staging framework by showing that a high RCA on raw products can signal that a country remains trapped in the factor-driven stage. Practically, this study is expected to provide input for industry players and policymakers in formulating strategies to increase the added value of Indonesian coconut exports, including considerations for downstream-policy intervention.

Keywords: export competitiveness, Indonesian coconut, RCA, ISP, EPD, downstream industrialization

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional berperan penting dalam perekonomian Indonesia, dengan nilai ekspor tahun 2024 mencapai USD 264,70 miliar atau meningkat 2,29 persen dibandingkan tahun sebelumnya, terutama ditopang ekspor nonmigas sebesar USD 248,83 miliar (Badan Pusat Statistik, 2025). Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan mencatat pertumbuhan ekspor sebesar 29,81 persen, menunjukkan besarnya potensi komoditas berbasis sumber daya alam (Kementerian Perdagangan, 2025), termasuk kelapa (*Cocos nucifera* L.) yang strategis bagi industri pangan, kosmetik, dan energi terbarukan (Kementerian PPN/Bappenas, 2024). Pasar kelapa dunia mencapai USD 44,4 miliar pada 2024 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 51,7 miliar pada 2035, dengan Indonesia, Filipina, dan India menyumbang sekitar 71 persen produksi global, sementara China menjadi importir terbesar dengan pangsa 51 persen dan pertumbuhan impor sebesar 15,5 persen (IndexBox, 2024). Meningkatnya tren makanan sehat, pola makan berbasis nabati, serta penggunaan produk turunan kelapa dalam industri pangan dan kosmetik turut memperkuat permintaan global. Indonesia sebagai salah satu produsen utama kelapa dunia memiliki sekitar 3,34 juta hektar perkebunan yang didominasi perkebunan rakyat dan melibatkan sekitar 5,6 juta rumah tangga petani (Kementerian PPN/Bappenas, 2024), dengan produksi tahun 2024 sebesar 2,82 juta ton setara kopra dan diproyeksikan mencapai 2,86 juta ton pada 2025 (Kementan, 2025). Namun, keunggulan tersebut masih menghadapi tantangan berupa penyusutan luas perkebunan dan rendahnya produktivitas yang hanya sekitar 0,83–0,86 ton per hektar per tahun, jauh di bawah Malaysia sebesar 6,63 ton, Brasil 2,89 ton, dan Thailand 1,33 ton per hektar (Hestina et al., 2022; Lubis et al., 2025).

Gambar 1. Perbandingan Produktivitas Kelapa per Negara



Rendahnya produktivitas kelapa Indonesia disebabkan oleh dominasi tanaman tua, minimnya penggunaan bibit unggul dan teknologi budidaya modern, serta terbatasnya akses petani terhadap input produksi dan penyuluhan, meskipun Indonesia memiliki areal dan jumlah petani kelapa yang besar. Dalam perdagangan internasional, ekspor kelapa Indonesia mencapai USD 1,71 miliar dengan volume 2,03 juta ton pada 2022, dengan Malaysia, China, dan Amerika Serikat sebagai pasar utama, sementara peran China terus meningkat hingga menyerap sebagian besar ekspor kelapa bulat Indonesia pada 2025 (Sehusman, 2023; BPS, 2025). Indonesia sebenarnya memiliki daya saing yang kuat, tercermin dari nilai ISP 0,873–0,971, RSCA 0,873–0,912, TSI 1,00, rata-rata RCA kopra 41,55, serta SSR sebesar 284–357 persen, yang menunjukkan keunggulan komparatif dan surplus produksi untuk ekspor (Heriyanto et al., 2018; Sehusman, 2023; Rahmawati et al., 2023). Namun, struktur ekspor masih didominasi bahan mentah dan semi-olahan sehingga nilai tambah yang diperoleh relatif rendah, tercermin dari harga ekspor kelapa Indonesia yang hanya sekitar USD 179 per ton dibandingkan Thailand sebesar USD 859 per ton, yang lebih banyak mengeksport produk olahan bernilai tinggi (Hestina et al., 2022; IndexBox, 2024).

Gambar 2. Perbandingan Harga Ekspor Kelapa Indonesia dan Thailand



Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) mengungkapkan posisi kompetitif yang mengkhawatirkan bagi produk-produk kelapa Indonesia di pasar internasional. Indonesia berada pada posisi *Falling Star* untuk *desiccated coconut*, posisi *Retreat* untuk *crude coconut oil*, dan posisi *Lost Opportunity* untuk *virgin coconut oil* (Andhika et al., 2022). Posisi-posisi ini menggambarkan bahwa Indonesia tengah kehilangan daya saing atau gagal memanfaatkan peluang pasar yang tumbuh untuk produk-produk turunan kelapa bernilai tinggi. Padahal, pelaku agribisnis yang mengolah produk turunan kelapa mampu memperoleh pendapatan 5 hingga 10 kali lebih tinggi dibandingkan hanya menjual kopra atau kelapa bulat (Andhika et al., 2022). Perbedaan pendapatan ini menunjukkan besarnya potensi nilai tambah yang hilang akibat ekspor bahan mentah.

Di sisi persaingan internasional, Indonesia semakin tertinggal dari Filipina dan Sri Lanka dalam hal ekspor produk kelapa olahan. Filipina telah berhasil membangun sistem sertifikasi yang kuat termasuk USDA Organic dan HACCP, menerapkan strategi *branding* yang agresif, serta

mengadopsi teknologi pengolahan modern. Sementara itu, sebagian besar industri pengolahan kelapa di Indonesia masih menggunakan metode tradisional dengan sertifikasi yang terbatas (Awaluddin et al., 2025). Data menunjukkan bahwa sekitar 40 persen produsen *virgin coconut oil* (VCO) di Indonesia belum memiliki sertifikasi internasional, hal ini menjadi hambatan serius untuk memasuki pasar ekspor. Kinerja ekspor produk hilir kelapa Indonesia juga menunjukkan tren yang menurun, dengan ekspor minyak kelapa olahan turun sebesar -11,20 persen per tahun dan bungkil kelapa (*coconut cake*) turun -6,53 persen per tahun pada periode 2014 hingga 2019 (Hestina et al., 2022).

Salah satu fenomena yang menjadi keresahan mendalam bagi pelaku industri kelapa nasional dan pemangku kebijakan adalah masuknya korporasi global ke hulu rantai pasok kelapa Indonesia. Pada bulan Maret 2025, Luckin Coffee, jaringan kedai kopi terbesar di China, menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan Pemerintah Kabupaten Kepulauan Banggai, Sulawesi Tengah, untuk membentuk apa yang disebut sebagai "Luckin Coffee Exclusive Coconut Island." Perjanjian ini memberikan Luckin Coffee dan mitra-mitranya hak eksklusif untuk mendapatkan pasokan kelapa dari wilayah tersebut. Dalam kesepakatan tersebut, Luckin Coffee berkomitmen untuk membeli sekitar 1 juta ton bahan baku kelapa berkualitas tinggi dari kawasan ini selama lima tahun ke depan, serta akan mendirikan pusat pertanian dan menyediakan bibit, dukungan teknologi, dan pelatihan bagi petani lokal.

Konteks bisnis di balik langkah agresif Luckin Coffee ini sangat jelas. Produk Coconut Latte milik Luckin Coffee telah menjadi fenomena konsumsi di China, dengan penjualan mencapai lebih dari 1,2 miliar cangkir sejak diluncurkan, dan 700 juta cangkir terjual hanya pada tahun 2024 saja.

Keresahan terhadap fenomena ini diperkuat oleh fakta bahwa KBRI Beijing turut memfasilitasi masuknya santan kelapa Indonesia ke gerai Luckin Coffee ke-30.000 di Shenzhen pada Februari 2026, yang menunjukkan bahwa langkah ini mendapat dukungan diplomatik. Namun, permasalahan fundamental yang muncul adalah bahwa skema ini pada hakikatnya merupakan ekspor bahan mentah, di mana kelapa segar dikirim langsung ke China tanpa melalui proses pengolahan di Indonesia.

Merespons situasi ini, berbagai pemangku kepentingan di Indonesia mulai menyuarakan keprihatinan dan mengambil langkah kebijakan. Pemerintah Indonesia mempertimbangkan penerapan pungutan ekspor (*export levy*) dan moratorium ekspor kelapa mentah untuk melindungi pasokan bahan baku domestik. Langkah yang lebih komprehensif diambil oleh Kementerian PPN/Bappenas yang meluncurkan Peta Jalan Hilirisasi Kelapa 2025-2045, sebuah dokumen strategis yang menetapkan arah pengembangan industri hilir kelapa nasional (Kementerian PPN/Bappenas, 2024). Penting juga dicatat bahwa China sendiri telah menginvestasikan USD 100 juta dalam proyek hilirisasi kelapa di Indonesia hingga November 2025, yang menunjukkan kesadaran akan potensi pengolahan lokal meskipun sebagian besar investasi masih berorientasi pada pengamanan bahan baku. Hilirisasi kelapa telah ditetapkan sebagai prioritas ke-5 dalam RPJMN 2025-2029, menggarisbawahi urgensi transformasi industri kelapa nasional dari orientasi bahan mentah menjadi produk bernilai tambah tinggi (Kumaat et al., 2025).

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji daya saing komoditas kelapa Indonesia menggunakan berbagai metode analisis perdagangan internasional. (Baskara, 2018) menganalisis daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar internasional dengan fokus pada industri kopra di

Jawa Timur menggunakan metode RCA. Rahmawati et al. (2023) melakukan kajian daya saing ekspor kopra Indonesia dalam perdagangan internasional pada periode 2017 hingga 2021 dengan menggunakan indikator RCA dan menemukan bahwa kopra Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat. Heriyanto et al. (2018) membandingkan daya saing kelapa Indonesia dengan negara-negara pesaing pada periode 2005 hingga 2016 menggunakan TSI dan RCA. Sa'adah et al. (2025) menganalisis tren dan ekspor kelapa Indonesia ke pasar China, namun tidak mengombinasikannya dengan indeks daya saing. Andhika et al. (2022) menganalisis *Export Product Dynamics* untuk tiga produk kelapa tetapi tidak memfokuskan analisis pada pasar China dan ASEAN secara spesifik.

Persoalan utama dalam konteks ini bukan semata apakah Indonesia memiliki daya saing ekspor kelapa, melainkan pada jenis produk apa daya saing tersebut terkonsentrasi dan apakah daya saing tersebut mendukung upaya hilirisasi. Pertanyaan inilah yang mendasari perlunya kajian lebih lanjut terhadap celah penelitian berikut.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu sangat penting dalam memahami posisi daya saing kelapa Indonesia, ada beberapa celah penelitian yang belum lengkap dan mendalam. Pertama, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis daya saing kelapa Indonesia dalam konteks ekspor bahan mentah versus produk olahan, terutama untuk pasar China dan ASEAN. Kedua, penelitian-penelitian sebelumnya belum menghubungkan analisis daya saing ekspor dengan fenomena penguatan kecenderungan ekspor bahan mentah dan implikasinya terhadap perekonomian Indonesia. Ketiga, belum terdapat kajian yang menjelaskan bagaimana strategi rantai pasok korporasi global, seperti pendekatan yang dilakukan oleh Luckin Coffee dan perusahaan China lainnya, berdampak terhadap posisi Indonesia dalam perdagangan kelapa internasional.

Celah penelitian yang paling signifikan adalah belum adanya studi lengkap yang menggabungkan analisis daya saing ekspor kelapa Indonesia menggunakan berbagai indikator seperti RCA, ISP, dan indeks daya saing lainnya untuk pasar China dan ASEAN secara spesifik, dengan fenomena peningkatan ketergantungan terhadap ekspor bahan mentah dalam konteks hilirisasi pada periode 2014 hingga 2024. Meskipun Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat, struktur ekspor yang belum sepenuhnya bertransformasi ke arah produk olahan menunjukkan bahwa keunggulan komparatif tersebut belum diikuti oleh keunggulan kompetitif yang setara. Periode ini dipilih karena terlihat dengan jelas dinamika penting dalam perdagangan kelapa Indonesia, mulai dari perubahan pola ekspor, meningkatnya permintaan dari China, hingga berbagai respons kebijakan hilirisasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis daya saing ekspor kelapa Indonesia secara spesifik di pasar China dan ASEAN dalam konteks penguatan kecenderungan ekspor bahan mentah, sehingga dapat memberikan kontribusi baru terhadap literatur perdagangan komoditas pertanian dan kebijakan hilirisasi di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul "**Analisis Daya Saing Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar China dan ASEAN dalam Konteks Ekspor Bahan Mentah**". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis dalam memahami dan meningkatkan posisi daya saing kelapa Indonesia di pasar internasional,

khususnya di tengah dinamika perdagangan global yang semakin kompleks dan tantangan hilirisasi yang semakin mendesak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan eksplanatori untuk menganalisis daya saing, pola, dan tren ekspor kelapa Indonesia serta keterkaitannya dengan penguatan ekspor bahan mentah dan potensi hilirisasi di pasar China dan ASEAN. Penelitian menggunakan data sekunder time series tahunan periode 2014–2024 dengan ruang lingkup negara tujuan China, Malaysia, Singapura, dan Thailand. China dipilih sebagai pasar dengan pertumbuhan permintaan yang tinggi, sedangkan Malaysia dan Thailand merupakan mitra dagang sekaligus negara yang telah mengembangkan industri pengolahan kelapa, serta Singapura berperan sebagai hub perdagangan regional. Objek penelitian meliputi kinerja ekspor berdasarkan nilai dan volume, daya saing ekspor, struktur ekspor bahan mentah dan olahan, serta potensi hilirisasi kelapa Indonesia. Unit observasi terdiri atas kombinasi 11 tahun, 4 negara tujuan, dan 3 kelompok produk, yaitu kelapa segar, kopra, serta crude coconut oil (CCO)/virgin coconut oil (VCO), sehingga menghasilkan 132 observasi dasar sebelum penyesuaian terhadap missing values. Pemilihan data dilakukan secara purposive berdasarkan ketersediaan dan konsistensi data perdagangan selama periode penelitian (UN Comtrade, 2024; BPS, 2024; Kementerian Pertanian, 2024).

Data yang digunakan berupa data kuantitatif sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi dari basis data perdagangan internasional, seperti UN Comtrade, BPS, Kementerian Pertanian, Kementerian PPN/Bappenas, serta jurnal dan laporan penelitian terdahulu. Variabel utama daya saing diukur menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dan Export Product Dynamics (EPD), sedangkan struktur ekspor dianalisis berdasarkan proporsi produk bahan mentah dan olahan serta tren ekspor melalui pertumbuhan tahunan dan Compound Annual Growth Rate (CAGR). RCA digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan komparatif, dengan nilai $RCA > 1$ menunjukkan adanya keunggulan komparatif (Hinloopen & van Marrewijk, 2001); ISP digunakan untuk menentukan posisi Indonesia sebagai net exporter atau net importer, sedangkan EPD digunakan untuk mengidentifikasi dinamika daya saing berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar dan permintaan dunia. Analisis struktur ekspor membandingkan proporsi bahan mentah dan produk olahan, sementara analisis tren digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan ekspor selama 2014–2024 dengan pendekatan pertumbuhan tahunan dan CAGR (Hestina et al., 2022).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan data extraction sheet yang memuat kode HS, jenis produk, negara tujuan, tahun, nilai dan volume ekspor, serta variabel yang diperlukan dalam perhitungan indikator daya saing. Validasi data dilakukan melalui pemeriksaan sumber resmi, konsistensi kode HS, missing values, outlier, dan perbandingan mirror statistics antara data ekspor Indonesia dan data impor negara tujuan. Analisis data dilakukan secara kuantitatif deskriptif melalui RCA, ISP, EPD, analisis struktur dan tren ekspor, kemudian dilanjutkan dengan analisis deskriptif interpretatif untuk mengintegrasikan seluruh hasil dan mengidentifikasi peluang hilirisasi. Interpretasi potensi hilirisasi didasarkan pada perubahan struktur ekspor, perkembangan daya saing, serta perbedaan nilai tambah produk, dengan mempertimbangkan temuan penelitian

terdahulu mengenai hilirisasi kelapa (Andhika et al., 2022; Kumaat et al., 2025). Dengan demikian, metode penelitian diarahkan untuk memberikan gambaran empiris mengenai posisi daya saing ekspor kelapa Indonesia sekaligus mengidentifikasi peluang peningkatan nilai tambah melalui pengembangan produk olahan di pasar China dan ASEAN (Andhika et al., 2022; Kumaat et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perkembangan Ekspor Kelapa Indonesia ke Pasar China dan ASEAN

Penelitian ini menganalisis ekspor kelapa Indonesia ke China, Malaysia, Singapura, dan Thailand selama periode 2014–2024 yang mencakup kelapa segar utuh (HS 080112), kopra (HS 1203), serta minyak kelapa mentah/dara (CCO/VCO, HS 151311) menggunakan data sekunder dari UN Comtrade. Selama periode tersebut, total nilai ekspor ketiga produk berfluktuasi dari titik terendah sebesar USD 124,5 juta pada 2019 hingga tertinggi USD 365,9 juta pada 2022, yang menunjukkan adanya lonjakan permintaan sebelum kembali menurun pada tahun-tahun berikutnya. Pola tersebut menunjukkan bahwa ekspor kelapa Indonesia ke pasar China dan ASEAN belum mengalami pertumbuhan yang stabil dan terstruktur, tetapi masih dipengaruhi oleh perubahan permintaan jangka pendek di masing-masing negara tujuan.

Analisis Struktur Ekspor Kelapa Indonesia: Pergeseran Bahan Mentah dan Produk Olahan
Tabel 1. Struktur Ekspor Kelapa Indonesia ke Pasar China dan ASEAN Berdasarkan Kategori Produk, 2014-2024

Tahun	Nilai Bahan Mentah (USD)	Nilai Produk Olahan (USD)	Share Mentah (%)	Share Olahan (%)
2014	50.400.131	134.425.790	27,3	72,7
2015	62.477.979	141.499.846	30,6	69,4
2016	61.484.487	133.134.236	31,6	68,4
2017	117.881.476	112.366.715	51,2	48,8
2018	54.444.174	129.019.204	29,7	70,3
2019	38.988.447	85.480.162	31,3	68,7
2020	50.633.762	109.693.363	31,6	68,4
2021	97.394.129	177.429.121	35,4	64,6
2022	65.584.243	300.273.471	17,9	82,1
2023	73.114.373	152.852.353	32,4	67,6
2024	104.866.556	109.385.684	48,9	51,1

Sumber: UN Comtrade, diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwa selama periode 2014–2024, produk olahan CCO/VCO masih mendominasi struktur ekspor kelapa Indonesia ke China dan ASEAN dengan kontribusi rata-rata 66,6%, sedangkan bahan mentah sebesar 33,4%. Namun, nilai ekspor bahan mentah tumbuh dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 7,6% per tahun, sementara produk olahan mengalami kontraksi sebesar 3,9% per tahun. Kondisi tersebut menyebabkan pangsa bahan mentah meningkat dari 27,3% pada 2014 menjadi 48,9% pada 2024, yang menunjukkan pergeseran struktur ekspor ke arah komoditas primer dan belum optimalnya hilirisasi melalui produk olahan seperti CCO/VCO. Pangsa tersebut dihitung dengan membandingkan nilai ekspor masing-masing kelompok produk terhadap total ekspor, seperti pada 2014 ketika bahan mentah menyumbang 27,3% dan produk olahan 72,7%, kemudian perhitungan yang sama diterapkan untuk seluruh periode 2014–2024.

Analisis Tren Ekspor Kelapa Indonesia

Tren ekspor kelapa Indonesia ke pasar China dan ASEAN selama 2014–2024 menunjukkan pola fluktuatif, dengan nilai terendah sebesar USD 124,5 juta pada 2019, kemudian meningkat hingga mencapai puncak USD 365,9 juta pada 2022 sebelum kembali menurun pada 2023–2024. Berdasarkan kategori produk, ekspor CCO/VCO cenderung melemah pada paruh kedua periode penelitian, sedangkan kelapa segar dan kopra menguat, menunjukkan perbedaan arah daya saing yang selanjutnya dianalisis melalui *Export Product Dynamics* (EPD). Secara keseluruhan, nilai ekspor meningkat dari USD 184,8 juta pada 2014 menjadi USD 214,3 juta pada 2024 dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 1,49% per tahun, tetapi pertumbuhan tersebut menyembunyikan perbedaan yang cukup besar antarkategori produk. Bahan mentah mencatat CAGR sebesar 7,6% per tahun, sedangkan produk olahan mengalami kontraksi sebesar 3,9% per tahun, yang mengonfirmasi adanya pergeseran pertumbuhan ekspor menuju produk kelapa mentah.

Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA)

Analisis RCA digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama mengenai tingkat daya saing ekspor kelapa Indonesia di masing-masing pasar tujuan, dengan membandingkan porsi suatu komoditas kelapa dalam ekspor Indonesia ke pasar tujuan tertentu terhadap porsi komoditas tersebut dalam perdagangan dunia. Nilai RCA yang lebih besar dari satu menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas tersebut di pasar yang bersangkutan, sedangkan nilai di bawah satu menunjukkan tidak adanya keunggulan komparatif. Mengikuti klasifikasi Hinloopen dan van Marrewijk, kekuatan keunggulan komparatif dibedakan menjadi tidak ada keunggulan (0-1), lemah (1-2), sedang (2-4), dan kuat (lebih dari 4).

Sebagai ilustrasi, berikut contoh perhitungan RCA untuk CCO/VCO ke pasar China tahun 2017:

$$X_{ij} = \text{USD } 9.700.586 \mid X_{it} = \text{USD } 23.083.091.151 \mid X_{wj} = \text{USD } 1.569.154.081 \mid X_{wt} = \text{USD } 17.730.000.000.000$$

$$\text{RCA} = (9.700.586 / 23.083.091.151) / (1.569.154.081 / 17.730.000.000.000) = 0,000420 / 0,0000885 = 4,75 \rightarrow \text{Keunggulan Sedang}$$

Perhitungan ini diulang untuk seluruh kombinasi tahun, negara tujuan, dan produk, kemudian dirata-ratakan sehingga menghasilkan Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Nilai RCA Ekspor Kelapa Indonesia per Pasar Tujuan, 2014-2024

Negara Tujuan	CCO/VCO	Kopra	Kelapa Segar
China	3,38 (Sedang)	0,09 (Tidak Ada)	166,01 (Sangat Kuat)
Malaysia	157,16 (Sangat Kuat)	1,18 (Lemah)	176,40 (Sangat Kuat)
Singapura	0,09 (Tidak Ada)	0,06 (Tidak Ada)	0,77 (Tidak Ada)
Thailand	17,80 (Sangat Kuat)	0,35 (Tidak Ada)	146,74 (Sangat Kuat)

Sumber: UN Comtrade, diolah oleh peneliti (2025)

Hasil analisis RCA pada Tabel 2 menunjukkan pola yang sangat mencolok. Kelapa segar memiliki nilai RCA tertinggi dan masuk kategori sangat kuat di tiga dari empat pasar tujuan (China: 166,01; Malaysia: 176,40; Thailand: 146,74), kecuali di Singapura yang nilainya di bawah satu. Nilai RCA yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa porsi kelapa segar dalam komposisi ekspor Indonesia ke pasar-pasar tersebut jauh lebih terkonsentrasi dibandingkan porsi kelapa segar dalam keseluruhan perdagangan dunia, mengindikasikan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi pada produk paling mentah dalam rantai nilai kelapa.

CCO/VCO juga menunjukkan keunggulan komparatif yang kuat di Malaysia (157,16) dan Thailand (17,80), serta keunggulan kategori sedang di China (3,38), namun tidak memiliki keunggulan komparatif sama sekali di Singapura (0,09). Sementara itu, kopra justru menunjukkan nilai RCA yang rendah hampir di seluruh pasar tujuan, di bawah satu kecuali keunggulan lemah di Malaysia sebesar 1,18. Rendahnya RCA kopra pada level bilateral ini sejalan dengan karakteristik perdagangan kopra Indonesia yang secara historis lebih terdiversifikasi ke berbagai negara tujuan dan belum terkonsentrasi secara khusus pada keempat pasar yang diteliti, meskipun secara agregat dunia kopra Indonesia tetap kompetitif sebagaimana ditemukan pada penelitian-penelitian terdahulu.

Secara keseluruhan, hasil RCA mengonfirmasi rumusan masalah pertama bahwa Indonesia memiliki daya saing yang sangat tinggi untuk produk kelapa di pasar China dan ASEAN, namun keunggulan tersebut justru terkonsentrasi pada produk dengan tingkat pengolahan paling rendah, yakni kelapa segar, bukan pada produk yang telah melalui proses pengolahan seperti CCO/VCO. Pola ini menjadi indikasi awal yang kuat mengenai penguatan kecenderungan ekspor bahan mentah sebagaimana menjadi fokus utama penelitian ini.

Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Analisis ISP digunakan untuk mengetahui posisi Indonesia sebagai eksportir atau importir komoditas kelapa pada level perdagangan Indonesia dengan dunia, dengan membandingkan selisih nilai ekspor dan impor terhadap jumlah keduanya. Nilai ISP berkisar antara -1 hingga +1, dengan nilai yang mendekati +1 menunjukkan posisi sebagai eksportir dominan, mendekati -1 menunjukkan posisi sebagai importir, dan mendekati 0 menunjukkan perdagangan yang relatif seimbang.

Sebagai ilustrasi, berikut contoh perhitungan ISP untuk CCO/VCO pada tahun 2016:

$X = \text{USD } 391.060.701$ (ekspor ke dunia) | $M = \text{USD } 9.196.564$ (impor dari dunia)
 $\text{ISP} = (391.060.701 - 9.196.564) / (391.060.701 + 9.196.564) = 381.864.137 / 400.257.265$
 $= 0,95 \rightarrow \text{Net eksportir kuat}$

Perhitungan diulang untuk setiap tahun dan produk, kemudian dirata-ratakan sehingga menghasilkan Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Produk Kelapa Indonesia, 2014-2024

Produk	Rata-rata ISP (2014-2024)	Interpretasi
CCO/VCO (Minyak Kelapa Mentah)	0,79	Eksportir dominan, namun cenderung melemah
Kopra	0,98	Eksportir sangat dominan dan stabil
Kelapa Segar (Utuh)	1,00	Eksportir murni (praktis tanpa impor)

Sumber: UN Comtrade, diolah oleh peneliti (2025)

Ketiga produk kelapa yang dianalisis seluruhnya menunjukkan nilai ISP positif, mengonfirmasi bahwa Indonesia secara konsisten berperan sebagai *net eksportir* untuk seluruh produk kelapa yang diteliti sepanjang 2014-2024. Kelapa segar mencatatkan ISP tertinggi (1,00), diikuti kopra (0,98), yang berarti Indonesia hampir tidak pernah mengimpor kedua produk bahan mentah tersebut dari negara lain. Sebaliknya, CCO/VCO yang merupakan produk dengan tingkat pengolahan tertinggi di antara ketiga kelompok, memiliki rata-rata ISP terendah (0,79).

Temuan yang lebih penting muncul dari tren ISP CCO/VCO sepanjang periode penelitian, yang menurun dari 1,00 pada tahun 2015 menjadi hanya 0,55 pada tahun 2024, dengan nilai impor Indonesia untuk CCO/VCO yang terus meningkat dari sekitar USD 9,2 juta pada tahun 2016 menjadi USD 118,1 juta pada tahun 2024. Penurunan ISP ini, meskipun Indonesia tetap berstatus *net eksportir*, mengindikasikan ketergantungan yang terus meningkat terhadap pasokan CCO/VCO dari luar negeri. Pola ini selaras dengan hasil pada Sub-bab 4.2 dan 4.4: daya saing Indonesia paling kuat dan paling stabil justru pada produk dengan tingkat pengolahan paling rendah, sementara untuk produk yang telah mengalami pengolahan lebih lanjut, posisi *net eksportir* Indonesia justru mulai tergerus.

Analisis Export Product Dynamics (EPD)

Analisis EPD digunakan untuk mengidentifikasi posisi daya saing dinamis produk kelapa Indonesia di masing-masing pasar tujuan, dengan menggabungkan dua dimensi pertumbuhan, yaitu pertumbuhan pangsa pasar Indonesia di pasar tujuan dan pertumbuhan permintaan pasar tujuan terhadap komoditas yang bersangkutan, dihitung sebagai rata-rata pertumbuhan tahunan selama 2014-2024. Kombinasi kedua dimensi menghasilkan empat posisi: *Rising Star* ketika pangsa pasar dan permintaan pasar sama-sama meningkat, *Falling Star* ketika pangsa pasar meningkat namun permintaan pasar menurun, *Lost Opportunity* ketika pangsa pasar menurun namun permintaan pasar meningkat, dan *Retreat* ketika kedua dimensi sama-sama menurun.

Khusus untuk kombinasi pertumbuhan 0,0% pada salah satu atau kedua dimensi, posisi tidak secara otomatis dikategorikan *Rising Star*, melainkan ditandai sebagai Stagnan atau digabungkan dengan arah dimensi lain, mengingat pertumbuhan nol umumnya mencerminkan nilai perdagangan yang sangat kecil atau tidak aktif secara konsisten, bukan sinyal daya saing yang menguat.

Sebagai ilustrasi, berikut contoh perhitungan untuk Kelapa Segar di pasar China pada pasangan tahun 2023→2024:

Pangsa Pasar 2023 = $71.809.402 / 580.853.795 = 12,36\%$ | Pangsa Pasar 2024 = $102.506.903 / 459.322.438 = 22,32\%$

Pertumbuhan Pangsa Pasar = $(22,32 - 12,36) / 12,36 = +80,6\%$ (satu pasangan tahun)

Pertumbuhan Permintaan = $(459.322.438 - 580.853.795) / 580.853.795 = -20,9\%$ (satu pasangan tahun)

Langkah ini diulang untuk 10 pasangan tahun, lalu diambil median. Hasil: pangsa pasar +6,6% dan permintaan +24,3% → *Rising Star*. Klasifikasi posisi EPD seluruh kombinasi produk dan pasar tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. Posisi Export Product Dynamics (EPD) Produk Kelapa Indonesia per Pasar Tujuan, 2014-2024

Negara Tujuan	Produk	Pertumb. Pangsa Pasar	Pertumb. Permintaan Pasar	Posisi EPD
China	CCO/VCO	-18,2%	-2,0%	<i>Retreat</i>
China	Kopra	0,0%	+237,1%	<i>Lost Opportunity*</i>
China	Kelapa Segar	+6,6%	+24,3%	<i>Rising Star</i>
Malaysia	CCO/VCO	-2,2%	+13,5%	<i>Lost Opportunity</i>
Malaysia	Kopra	+22,2%	-8,9%	<i>Falling Star</i>
Malaysia	Kelapa Segar	0,0%	0,0%	Stagnan*
Singapura	CCO/VCO	-20,8%	-2,3%	<i>Retreat</i>
Singapura	Kopra	0,0%	0,0%	Stagnan*
Singapura	Kelapa Segar	-3,7%	0,0%	<i>Retreat*</i>
Thailand	CCO/VCO	-0,9%	+22,4%	<i>Lost Opportunity</i>
Thailand	Kopra	0,0%	-38,7%	<i>Retreat*</i>
Thailand	Kelapa Segar	-47,6%	0,0%	<i>Retreat*</i>

Sumber: UN Comtrade, diolah oleh peneliti (2025)

Hasil EPD menunjukkan pola yang konsisten dan saling memperkuat temuan RCA dan ISP. CCO/VCO, sebagai produk dengan tingkat pengolahan tertinggi, tidak satu pun menempati posisi *Rising Star* di keempat pasar tujuan: berada pada posisi *Retreat* di China dan Singapura, serta *Lost Opportunity* di Malaysia dan Thailand. Posisi *Lost Opportunity* di kedua pasar ini bermakna bahwa permintaan pasar terhadap CCO/VCO sesungguhnya masih tumbuh (Malaysia: +13,5%; Thailand: +22,4%), namun pangsa pasar Indonesia justru menurun (Malaysia: -2,2%; Thailand: -0,9%), sehingga peluang pasar yang tersedia belum berhasil dimanfaatkan oleh produk olahan

Indonesia. Secara keseluruhan, hal ini mengindikasikan bahwa daya saing dinamis produk olahan kelapa Indonesia sedang melemah secara konsisten di seluruh pasar utama yang diteliti, baik melalui penurunan pangsa pasar langsung (China, Singapura) maupun kegagalan merebut pertumbuhan permintaan yang tersedia (Malaysia, Thailand).

Kopra menunjukkan pola yang berbeda antara Malaysia dan Thailand. Di Malaysia, kopra berada pada posisi *Falling Star*: pangsa pasar Indonesia meningkat tajam (+22,2%) di tengah permintaan pasar yang justru menurun (-8,9%), yang berarti kenaikan pangsa tersebut bersifat defensif, yakni Indonesia merebut porsi yang lebih besar dari pasar yang sedang menyusut, bukan hasil dari ekspansi permintaan yang sehat. Di Thailand, kopra berada pada posisi *Retreat*, dengan pangsa pasar yang stagnan (0,0%) di tengah permintaan pasar yang menurun tajam (-38,7%), sehingga tidak menunjukkan tanda-tanda daya saing dinamis yang dapat dipercaya.

Kelapa segar menunjukkan hasil yang paling menjanjikan di pasar China, dengan posisi *Rising Star* yang didukung oleh pertumbuhan pangsa pasar (+6,6%) maupun pertumbuhan permintaan pasar yang kuat (+24,3%), namun justru berada pada posisi *Retreat* di Singapura dan Thailand, dengan pangsa pasar yang menurun (Singapura: -3,7%; Thailand: -47,6%) di tengah permintaan pasar yang stagnan (0,0%) di kedua negara tersebut. Variasi hasil antar pasar ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif yang sangat tinggi pada analisis RCA (Sub-bab 4.4) belum tentu diiringi dengan dinamika pasar yang positif secara konsisten di semua negara tujuan.

Secara keseluruhan, temuan EPD memperkuat simpulan dari analisis RCA dan ISP bahwa daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar China dan ASEAN masih bertumpu pada komoditas bahan mentah, sementara produk yang telah melalui tahap pengolahan lebih lanjut (CCO/VCO) justru menunjukkan tren pelemahan daya saing yang dinamis dan konsisten di seluruh pasar utama.

Pembahasan: Daya Saing, Pergeseran Struktur Ekspor, dan Peluang Hilirisasi

Sub-bab ini mengintegrasikan hasil analisis RCA, ISP, EPD, struktur ekspor, dan tren ekspor secara deskriptif interpretatif untuk menjawab ketiga rumusan masalah penelitian secara komprehensif, tanpa menggunakan pendekatan ekonometrika inferensial, melainkan menekankan interpretasi berbasis data empiris sebagaimana ditetapkan dalam metode penelitian.

Pertama, terkait daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar China dan ASEAN (rumusan masalah 1), ketiga indikator menunjukkan hasil yang konsisten dan saling melengkapi. Indonesia secara umum memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat (RCA tinggi) dan status net eksportir yang stabil (ISP positif) untuk seluruh produk kelapa yang diteliti. Namun, keunggulan tersebut tidak terdistribusi secara merata antar produk: kelapa segar menunjukkan keunggulan komparatif paling ekstrem dan ISP paling tinggi, sementara CCO/VCO sebagai satu-satunya produk olahan dalam penelitian ini justru menunjukkan ISP yang menurun dan posisi EPD yang lemah (*Retreat/Falling Star*) di seluruh pasar tujuan. Proposisi pertama penelitian ini (P1), yang menyatakan bahwa ekspor kelapa Indonesia memiliki daya saing di pasar China dan ASEAN, secara umum terkonfirmasi, namun dengan catatan penting bahwa daya saing tersebut bersifat tidak seimbang antar tingkat pengolahan produk.

Kedua, terkait struktur dan tren ekspor (rumusan masalah 2), hasil menunjukkan bahwa meskipun produk olahan (CCO/VCO) masih mendominasi nilai ekspor secara rata-rata (66,6%),

tren pertumbuhannya justru negatif (-3,9% per tahun), berbanding terbalik dengan produk bahan mentah yang tumbuh positif (+7,6% per tahun). Pergeseran struktural ini, yang membuat share bahan mentah meningkat dari 27,3% pada 2014 menjadi 48,9% pada 2024, merupakan bukti empiris yang kuat bahwa ekspor kelapa Indonesia ke pasar China dan ASEAN semakin bertumpu pada komoditas primer, bukan produk bernilai tambah.

Ketiga, terkait peluang peningkatan daya saing melalui hilirisasi (rumusan masalah 3), temuan-temuan di atas secara konsisten mengarah pada satu kesimpulan: persoalan utama daya saing ekspor kelapa Indonesia bukan terletak pada ketidakmampuan bersaing secara umum, melainkan pada ketidakmampuan mempertahankan dan memperluas daya saing pada tahap pengolahan yang lebih tinggi. Sebagaimana dikemukakan Porter (1990) dalam kerangka tahapan pembangunan daya saing nasional, RCA yang sangat tinggi pada produk primer (*factor-driven stage*) justru dapat menjadi sinyal paradoks: semakin tinggi konsentrasi keunggulan komparatif pada produk mentah, semakin kuat pula indikasi bahwa industri belum bertransisi ke tahap *investment-driven* atau *innovation-driven* yang ditandai oleh ekspor produk olahan bernilai tambah. Temuan CCO/VCO yang secara konsisten menempati posisi *Retreat* dan *Falling Star* pada analisis EPD, diiringi tren ISP yang menurun, mengindikasikan bahwa kapasitas hilirisasi kelapa nasional saat ini belum mampu mengimbangi pertumbuhan permintaan pasar terhadap produk olahan, sehingga peluang nilai tambah yang seharusnya dapat diraih melalui strategi hilirisasi, sebagaimana diamanatkan dalam Peta Jalan Hilirisasi Kelapa 2025-2045, belum termanfaatkan secara optimal.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa strategi peningkatan daya saing ekspor kelapa Indonesia ke depan perlu diarahkan pada penguatan kapasitas pengolahan domestik untuk produk-produk seperti CCO/VCO, alih-alih semakin memperkuat spesialisasi pada ekspor kelapa segar dan kopra yang bernilai tambah rendah. Tanpa intervensi kebijakan dan investasi pada hilirisasi, pola yang teridentifikasi dalam penelitian ini, yakni pelemahan daya saing dinamis pada produk olahan diiringi peningkatan ketergantungan terhadap bahan mentah, berisiko terus berlanjut, sehingga semakin menjauhkan Indonesia dari tahap pembangunan daya saing yang lebih maju sebagaimana dicita-citakan dalam visi hilirisasi nasional.

Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu: pelemahan daya saing dinamis CCO/VCO yang ditemukan pada Sub-bab 4.6 mengonfirmasi kekhawatiran Hestina et al. (2022) mengenai tren penurunan ekspor produk hilir kelapa Indonesia, sekaligus memperkuat temuan Andhika et al. (2022) yang juga menempatkan produk olahan kelapa Indonesia pada posisi EPD yang lemah (*Falling Star*, *Lost Opportunity*, dan *Retreat*). Dalam kerangka Ricardo (1817) dan Heckscher-Ohlin, tingginya RCA kelapa segar mencerminkan keunggulan komparatif alamiah Indonesia dari kelimpahan lahan dan tenaga kerja, namun sebagaimana ditegaskan pada Sub-bab 2.1.2, keunggulan komparatif tersebut belum bertransformasi menjadi keunggulan kompetitif (Porter, 1990) pada produk olahan bernilai tambah, sehingga daya saing Indonesia dalam kerangka tahapan pembangunan Porter masih bertumpu pada *factor-driven stage*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai daya saing ekspor kelapa Indonesia di pasar China dan ASEAN dalam konteks ekspor bahan mentah, dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

Pertama, menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian pertama mengenai tingkat daya saing ekspor kelapa Indonesia, hasil analisis RCA, ISP, dan EPD secara konsisten menunjukkan bahwa ekspor kelapa Indonesia ke pasar China dan ASEAN secara umum memiliki daya saing yang kuat, ditandai dengan nilai RCA di atas satu dan posisi ISP positif (*net eksportir* yang stabil) untuk seluruh produk kelapa yang diteliti. Namun, daya saing tersebut tidak terdistribusi secara seimbang antar produk maupun antar pasar tujuan: RCA paling kuat terletak pada kelapa segar (mencapai 166,01 di China dan 176,40 di Malaysia) sebagai produk dengan tingkat pengolahan paling rendah, sementara minyak kelapa mentah atau dara (CCO/VCO), sebagai satu-satunya produk olahan dalam penelitian ini, menunjukkan ISP yang menurun dari 1,00 menjadi 0,55 serta posisi EPD yang lemah (*Retreat* di China dan Singapura, *Lost Opportunity* di Malaysia dan Thailand) di hampir seluruh pasar tujuan yang diteliti.

Kedua, menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian kedua mengenai struktur, pola, dan tren ekspor, hasil analisis menunjukkan bahwa struktur dan tren ekspor kelapa Indonesia ke pasar China dan ASEAN mengarah pada penguatan kecenderungan ekspor bahan mentah, dengan share bahan mentah meningkat dari 27,3% pada 2014 menjadi 48,9% pada 2024. Meskipun produk olahan masih memiliki kontribusi nilai ekspor yang lebih besar secara rata-rata (66,6%), pertumbuhannya justru melambat dengan CAGR -3,9% per tahun, berbanding terbalik dengan produk bahan mentah yang tumbuh dengan CAGR +7,6% per tahun sepanjang periode penelitian. Pergeseran ini menunjukkan bahwa ketergantungan ekspor kelapa Indonesia terhadap komoditas primer tidak berkurang, melainkan justru semakin menguat dari tahun ke tahun.

Ketiga, menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian ketiga mengenai peluang peningkatan daya saing melalui hilirisasi, temuan-temuan di atas mengindikasikan bahwa peluang peningkatan daya saing ekspor kelapa Indonesia ke depan terletak pada penguatan kapasitas hilirisasi, bukan pada perluasan ekspor bahan mentah yang selama ini sudah unggul. Pelemahan daya saing yang konsisten pada produk olahan, termasuk posisi *Retreat* pada analisis EPD, menunjukkan bahwa industri pengolahan kelapa nasional belum mampu mengimbangi pertumbuhan permintaan pasar terhadap produk bernilai tambah, sehingga potensi keuntungan ekonomi yang lebih besar dari proses hilirisasi belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Akhmadi, F. (2024). Analisis Dampak Hilirisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(1).
- Dewi, N. K. R. F., & Yudha, I. M. E. K. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan pengrajin gula merah di Desa Besan, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 14(6), 502–524.
- Andhika, I., Pambudy, R., & Winandi, R. (2022). Daya Saing Produk Kelapa Indonesia di Negara Tujuan. *JEPA*, 6(4), 1632-1643.
- Astuti, W., & Paksi, A. K. (2022). A Study about Indonesia's Crude Coconut Oil as Export Commodity. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(9),

402-411.

- Awaluddin, S. P., Muntasir, M., Imran, U. D., Kamaluddin, L. O. A., & Thalib, M. K. (2025). Analysis of Export Development Potential for Virgin Coconut Oil. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 6(1), 76-87.
- Baskara, A. Y. (2018). Analisis Daya Saing Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar Internasional (Studi Pada Industri Kopra Jawa Timur). Skripsi, Universitas Brawijaya.
- BPS. (2025). Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia: Ekspor Menurut Komoditi dan Negara Tujuan. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Fauzy, A. (2019). Hilirisasi Hasil Penelitian untuk Meningkatkan Daya Saing Bangsa. *Research Fair Unisri*, 3(1), 413-420.
- Heriyanto, H., Karya, D., & Asrol, A. (2018). Indonesian Coconut Competitiveness In International Markets. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 1(3), 46-50.
- Hestina, J., Purba, H. J., Yusuf, E. S., Dabukke, F. B. M., Erwidodo, Azhari, D., & Darwis, V. (2022). Industri Kelapa Indonesia: Kinerja dan Perspektif Pengembangan Menuju Peningkatan Nilai Tambah dan Daya Saing. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 40(1), 55-69.
- IndexBox. (2024). *World Coconut Market Report: Trends, Analysis, and Forecasts to 2035*. IndexBox Market Intelligence Platform.
- Kementan. (2025). Outlook Komoditas Perkebunan: Kelapa. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2024). Peta Jalan Hilirisasi Kelapa 2025-2045. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Kumaat, A. P., Maramis, D. R. S., Sudarto, K. A. C., & Manengal, D. M. (2025). Mendorong Hilirisasi Komoditas Kelapa Berkelanjutan di Sulawesi Utara. *Jurnal MABP*, 7(2).
- Latifah, Z., & Novianti, T. (2022). The Advantages Between Exporting Processed Agricultural Products and Raw Commodities for Indonesian Economy. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Economics, and Business*, 18(4), 953-964.
- Lubis, N., Rangkuti, K., & Hafidzun, M. (2025). Analisis Perbandingan Produktivitas Komoditi Kelapa di Indonesia dan Malaysia. *Journal of Food System and Agribusiness*, 9(1), 86-94.
- Pangestu, A. D., Dharmawan, B., & Satriani, R. (2022). Daya Saing Ekspor Minyak Kelapa (Crude Coconut Oil) Indonesia di Pasar Internasional. *JEPA*, 6(1), 51-61.
- Rahmawati, E., Nuraini, C., & Mutolib, A. (2023). Export Competitiveness of Indonesian Copra in International Trade 2017-2021. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(9), 3621-3630.
- Sa'adah, F., Relawati, R., & Tain, A. (2025). Analisis Trend dan Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar China. *Mimbar Agribisnis*, 11(1), 277-284.
- Safrida, Indra, Darnita, S., & Ginting, L. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar Malaysia. *Jurnal Agrikultura Saintifika*, 6(1).
- Sehusman. (2023). Analisis Kinerja Perdagangan Komoditas Kelapa. Vol. 13 No. 1D. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Tyasti, A. E. (2022). Analisis Pengaruh Ekspor Kelapa Ke Negara Belanda. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6), 5431-5442.
- Yudha, E. P., & Griselda, E. (2022). Analisis Daya Saing dan Kinerja Perdagangan Kelapa Kering Indonesia di Pasar Internasional. ISSN 3025-0439.
- Yuliani, F., Hermawan, H., & Suryana, E. A. (2025). Kebijakan Hilirisasi dalam Rangka Pemanfaatan Perjanjian Kerjasama Internasional. *Cendekia Niaga*, 9(2), 113-130.
- Mahendra, I Gede Yoga dan I Wayan Wita Kesumajaya. 2015. Analisis Pengaruh Investasi, Inflasi, Kurs Dollar Amerika Serikat dan Suku Bunga Kredit Terhadap Ekspor Indonesia Tahun 1992–2012. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4(5): 525–545.