

INDEKS DAYA SAING DAN FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI EKSPOR VANILI INDONESIA PERIODE 2004 – 2021

Nur Hasanah¹, Darsono², Sri Marwanti³

^{1,2,3}*Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret*

Email korespondensi: nurhasanah01@student.uns.ac.id

ABSTRAK

Vanili menjadi salah satu rempah yang memiliki banyak manfaat dan harga fantastis. Tingginya permintaan vanili dunia membuat daya saing antar eksportir semakin ketat. Setiap eksportir berusaha mempertahankan kualitas vanili mereka dan pasar negara tujuan. Selain itu, faktor lain dapat memengaruhi ekspor vanili dari setiap eksportir ke negara tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indeks daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili dari Indonesia ke negara tujuan. Metode dalam penelitian ini menggunakan ECI dan analisis regresi data panel. Hasil nilai rata – rata ECI menunjukkan bahwa vanili dari Indonesia memiliki indeks daya saing yang kuat di negara-negara tujuan ekspornya antara lain China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand. Hal ini terlihat dari nilai rata – rata ECI vanili Indonesia > 1. Faktor – faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili Indonesia yaitu nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat dan volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan berpengaruh secara positif dan signifikan. Jumlah penduduk negara tujuan dan GDP per kapita negara tujuan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dummy pandemi covid 19 berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Kata kunci: Ekspor, Vanili, ECI, Analisis Regresi Data Panel

ABSTRACT

Vanilla is one of the spices that has many benefits and a fantastic price. The high world demand for vanilla makes the competitiveness between exporters tighter. Each exporter tries to maintain the quality of their vanilla and the destination country market. In addition, other factors can affect vanilla exports from each exporter to the destination country. This study aims to determine the level of competitiveness and factors that affect the value of vanilla exports from Indonesia to destination countries. The method in this study uses ECI and panel data regression analysis. The results of the average ECI value show that vanilla from Indonesia has a strong competitiveness index in its export destination countries including China, India, the United States, the Netherlands and Thailand. This can be seen from the average value of ECI > 1. Factors that affect the value of Indonesian vanilla exports are the exchange rate of the rupiah against the United States dollar and the volume of Indonesian vanilla exports to destination countries which have a positive and significant effect. The population of the destination country and the GDP per capita of the destination country have a positive and insignificant effect. The covid 19 pandemic dummy has a negative and insignificant effect.

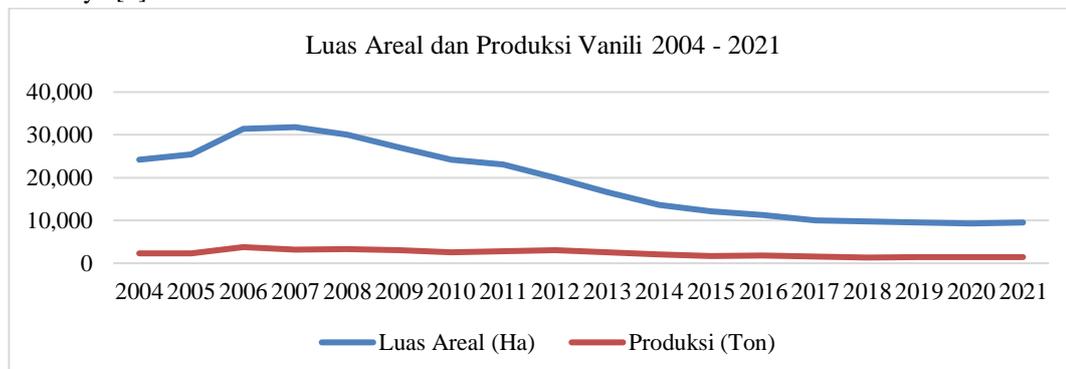
Keywords: Export, Vanilla, ECI, Panel Data Regression Analysis

PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu produsen rempah – rempah di dunia sehingga Indonesia menjadi salah satu eksportir rempah – rempah. Indonesia dikenal sebagai “*Mother of spices*” karena memiliki hasil produksi rempah – rempah yang melimpah, dan memiliki keunggulan geografis yang sangat diperhitungkan. Rata-rata kontribusi rempah – rempah Indonesia terhadap total pasar rempah dunia adalah 21,06%. Menurut data oleh UN COMTRADE, kontribusi total nilai ekspor rempah Indonesia yang di ekspor ke wilayah ASEAN pada tahun 2013 adalah 31,42% [13].

Vanili menjadi salah satu komoditas non unggulan perkebunan Indonesia. Vanili dikenal sebagai “emas hijau” karena memiliki harga yang cukup fantastis setiap kilogramnya. Di bulan November 2022, harga vanili (kering) per kilogram mencapai 1,5 juta rupiah. Vanili memiliki banyak manfaat. Vanili bukan komoditas asli perkebunan di Indonesia namun vanili merupakan tanaman dari Amerika Tengah dan Amerika Selatan kemudian dibudidayakan di beberapa negara tropis seperti Indonesia, Madagaskar, dan lain – lainnya [6].

Indonesia pernah berada di posisi sebagai negara pengekspor terbesar vanili di dunia pada tahun 1960 – 1970. Dimana di tahun tersebut menjadi masa kejayaan vanili di Indonesia yang memiliki kualitas tinggi yang mampu mengalahkan kualitas vanili dari Meksiko. Pada tahun 1960 – 1970, vanili Indonesia banyak diproduksi dan dihasilkan di daerah Jawa sehingga saat itu vanili Indonesia dikenal dengan nama “*Java Vanilla*”. Namun popularitas vanili Indonesia tidak bertahan cukup lama. Pada tahun 2005 sampai 2016, popularitas vanili Indonesia semakin meredup. Hal ini disebabkan karena kualitas dan mutu vanili Indonesia yang menurun. Banyak terjadi kecurangan dalam kegiatan ekspor yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab seperti menambahkan paku supaya berat vanili yang akan di ekspor bertambah, menyuntik polong vanili dengan pasir besi, dan melakukan oplos dengan vanili yang masih berusia muda. Hal ini yang menyebabkan Indonesia terkena daftar hitam di pasar internasional dan membuat harga vanili Indonesia semakin menurun. Petani vanili menjadi merasa dirugikan dengan adanya penurunan harga vanili sehingga banyak petani yang memilih beralih komoditas budidaya dan memusnakan kebun vanilinya [7].



Sumber: Kementerian Pertanian, 2022

Gambar 1. Luas Areal dan Produksi Vanili 2004 - 2021

Luas areal untuk penanaman vanili Indonesia berdasarkan perkebunan yang dikelola oleh rakyat, pemerintah dan swasta dari tahun 2004 hingga tahun 2021 cenderung menurun. Produksi vanili yang dihasilkan pada tahun 2004 sampai dengan 2021 selalu mengalami fluktuasi setiap tahunnya namun cenderung menunjukkan penurunan. Hal ini disebabkan karena hanya ada sedikit pekebun yang membudidayakan vanili Indonesia. Selain itu, rendahnya produksi vanili Indonesia disebabkan karena para pekebun yang masih belum memahami dalam teknik budidaya vanili dalam proses persiapan tanam, pengelolaan lahan, pemilihan bibit, dan serangan organisme pengganggu tumbuhan (OPT) [6]. Selain itu, penurunan produksi vanili Indonesia disebabkan oleh harga yang tidak stabil dan terus menurun [17].

Penurunan hasil produksi vanili Indonesia tidak menyurutkan kegiatan ekspor yang dilakukan Indonesia. Peningkatan permintaan komoditas vanili di dunia tahun 2017 berasal dari Amerika Serikat dan negara di Kawasan Eropa. Hal ini membuat Kementerian Pertanian berusaha memperbaiki dan meningkatkan kualitas vanili Indonesia agar mampu memasuki pasar internasional. Sebagai upaya untuk memperbaiki rendahnya produktivitas dan mutu vanili Indonesia, Kementerian Pertanian menerbitkan Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia

Nomor 08/KPTS/KB.020/1/2018 tentang Produksi, Sertifikasi, Distribusi, dan Pengawasan Benih Vanili [14]. Informasi yang diperoleh dari ITC Export Potential Map menunjukkan adanya potensi perluasan pasar ekspor vanili asal Indonesia ke seluruh dunia senilai 59 juta dolar Amerika Serikat. Pada tahun 2022, vanili Indonesia di ekspor ke lima negara berbeda yaitu Amerika Serikat sebesar 64,93%, Jerman sebesar 8,62%, Belanda sebesar 7,53%, Singapura sebesar 2,63%, dan Kanada sebesar 2,50%.

Besarnya nilai ekspor vanili Indonesia tersebut tidak lepas dari adanya persaingan antar eksportir di negara tujuan. Pada tahun 2021, dilihat dari nilai ekspor vanili terdapat lima eksportir terbesar di dunia yaitu Madagaskar, Prancis, Jerman, Indonesia, dan Kanada. Madagaskar menjadi eksportir pertama yang memiliki nilai ekspor terbesar dari semua eksportir vanili di dunia. Madagaskar memiliki nilai ekspor vanili sebesar 617.284 ribu USD. Prancis menjadi eksportir kedua dengan nilai ekspor vanili sebesar 69.728 ribu USD. Jerman menjadi eksportir ketiga dengan nilai ekspor vanili sebesar 47.631 ribu USD. Indonesia menjadi eksportir keempat dengan nilai ekspor vanili sebesar 39.930 ribu USD. Kanada menjadi eksportir kelima dengan nilai ekspor sebesar 31.250 ribu USD [8].

Berdasarkan latar belakang tersebut, keterbaruan dalam penelitian yaitu negara tujuan, tahun yang digunakan yaitu 2004 – 2021, adanya variabel pandemi covid 19 sebagai variabel dummy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indeks daya saing vanili Indonesia dan faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili Indonesia.

METODE

Jenis data yang digunakan adalah data panel. Dimana data *time series* selama 18 tahun dimulai tahun 2004 hingga 2021 yang mencakup mengenai nilai ekspor vanili, nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat, jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, volume ekspor vanili, dan dummy pandemi covid 19. Data *cross section* menggunakan lima negara tujuan ekspor yaitu China, India, Amerika Serikat, Belanda, dan Thailand. Sumber data yang digunakan diperoleh dari berbagai sumber informasi dan database seperti *Food and Agriculture Organization* (FAO), UN Comtrade, *International Trade Center*, Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS), Worldometer, dan Federal Reserve Bank of St. Louis.

ECI adalah metode perhitungan yang menunjukkan perbandingan rasio ekspor komoditas dan periode tertentu suatu negara pada pangsa pasar [21]. Daya saing suatu komoditas meningkat jika nilai ECI lebih dari 1, dan menurun jika nilai ECI kurang dari 1 [3]. Adapun persamaan (1) sebagai berikut:

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ki}}{X_w}\right)_t}{\left(\frac{X_{ki}}{X_w}\right)_{t-1}} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana: X_{ki} : Nilai ekspor komoditi vanili negara Indonesia ke negara tujuan (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) (USD), X_w : Nilai ekspor komoditas vanili dunia ke negara tujuan (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) (USD), t : Periode tahun berjalan, t-1: Periode tahun sebelumnya

Analisis regresi data panel menggunakan model estimasi *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

a. *Common Effect Model* (CEM), mengasumsikan bahwa setiap objek memiliki intersep yang berbeda, namun nilai koefisiennya sama. Pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan dalam estimasi CEM. Persamaan ditulis sebagai berikut [19]:

$$y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan : y_{it} : Variabel terikat , α : Konstanta, β: Koefisien regresi, X : Variabel bebas,
 i : Cross section, t : Time series, ε : Error

b. *Fixed Effect Model* (FEM) mengasumsikan adanya perbedaan antar individu yang dihasilkan dari perbedaan intersep. Variabel dummy digunakan dalam estimasi FEM yang bertujuan untuk melihat perbedaan intersep dari setiap objek. Istilah lain untuk analisis perbedaan intersep adalah pendekatan *Least Square Dummy Variable* (LSDV). Persamaannya ditulis sebagai berikut [19]:

$$y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \beta_2 X_{it} + \beta_3 X_{it} + \beta_n X_{it} + \dots + \dots + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan : y_{it} : Variabel terikat, α : Konstanta, β : Koefisien regresi, X: Variabel bebas, i : Cross Section, t : Time series, ε : Error

c. *Random Effect Model* (REM) mengasumsikan setiap variabel memiliki perbedaan intersep dan slope hasil estimasi yang disebabkan oleh perbedaan antar individu dan antar waktu secara langsung, namun intersep tersebut bersifat acak atau stokastik. *Random Effect Model* memiliki keuntungan dalam menghilangkan heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan menggunakan *Generalized Least Square* (GLS) untuk penduga parameternya. Persamaannya ditulis sebagai berikut [19]:

$$y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \beta_2 X_{it} + \beta_3 X_{it} + \beta_n X_{it} + \dots + \dots + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan : y_{it} : Variabel terikat, α : Konstanta, β : Koefisien regresi, X : Variabel bebas, i : Cross section, t : Time series, ε : Error

Model estimasi yang paling tepat dari *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model* dipilih menggunakan tiga pengujian berbeda: uji Chow, uji Hausman, dan uji Breusch – Pagan Lagrange Multiplier.

1. Uji Chow

Uji Chow untuk memilih antara *Common Effect Model* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Adapun indikator yang digunakan [20]:

H_0 : Common Effect Model (CEM)

H_1 : Fixed Effect Model (FEM)

Jika nilai probabilitas F lebih besar dari tingkat signifikansi (α : 0,05) seperti yang ditunjukkan oleh uji Chow, maka menerima H_0 dan menolak H_1 , yang menunjukkan bahwa *Common Effect Model* adalah model yang terbaik. Sedangkan *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang terbaik digunakan jika nilai probabilitas F kurang dari tingkat signifikansi (α : 0,05) seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji Chow, sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

2. Uji Hausman

Uji Hausman menjadi langkah selanjutnya setelah estimasi FEM terpilih dalam Uji hausman memilih diantara *Random Effect Model* (REM) atau *Fixed Effect Model* (FEM) sebagai model terbaik. Adapun indikator yang digunakan [20]:

H_0 : Random Effect Model (REM)

H_1 : Fixed Effect Model (FEM)

Jika nilai probabilitas χ^2 lebih besar dari tingkat signifikansi (α : 0,05) maka dipilih model REM. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Jika nilai probabilitas χ^2 kurang dari tingkat signifikansi (α : 0,05) maka dipilih model FEM, sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

3. Uji Breusch Pagan – Lagrange Multiplier

Uji Breusch Pagan – Lagrange Multiplier digunakan dalam proses pemilihan antara Common Effect Model (CEM) dan Random Effect Model (REM). Indikator yang digunakan dalam uji Breusch Pagan - Lagrange Multiplier, antara lain sebagai berikut:

H_0 : Common Effect Model (CEM)

H_1 : Random Effect Model (REM)

Apabila nilai probabilitas χ^2 lebih besar dari tingkat signifikansi (α : 0,05) maka model CEM. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Apabila nilai probabilitas

Chibar₂ kurang dari tingkat signifikansi ($\alpha : 0,05$) maka dipilih model REM, sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

Model regresi data panel adalah model yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pemodelan analisis regresi dalam data panel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{LnY}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnX}_1 + \beta_2 \text{LnX}_2 + \beta_3 \text{LnX}_3 + \beta_4 \text{LnX}_4 + \beta_5 \text{X}_5 + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

- Y_{it} : Nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) pada tahun t (USD)
 X_1 : Nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat pada tahun t (Rp/USD)
 X_2 : Jumlah penduduk negara tujuan ekspor (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) (jiwa)
 X_3 : GDP per kapita negara tujuan utama ekspor (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) (USD)
 X_4 : Volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand) (kg)
 X_5 : Dummy Pandemi Covid 19
 0 : Keadaan sebelum terjadi pandemi Covid 19
 1 : Keadaan saat pandemi Covid 19
 t : Data time series (2004 – 2021)
 i : Negara tujuan (China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand)
 Ln : Logaritma natural
 β_0 : Intersep
 β_1, \dots, β_5 : Koefisien regresi
 ε_{it} : Error term

Data panel memiliki beberapa keuntungan yaitu untuk meningkatkan jumlah pengamatan, mendapatkan perbedaan variasi antar unit berdasarkan ruang dan waktu, sedikit kemungkinan terjadi multikolinearitas karena sedikit terjadi kolinearitas antar variabel pada data panel [11]. Regresi data panel tidak semua dilakukan uji asumsi klasik hanya uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas pada metode OLS.

1) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan lain dalam sebuah regresi. Homoskedastisitas terjadi apabila nilai residualnya tetap. Heteroskedastisitas terjadi apabila nilai residualnya berbeda [10]. Uji Breusch Pagan Godfrey digunakan dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas yang didasarkan pada kriteria yaitu jika nilai prob chi-square $< 0,05$, menunjukkan terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai prob chi-square $> 0,05$, menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Uji Multikolinearitas

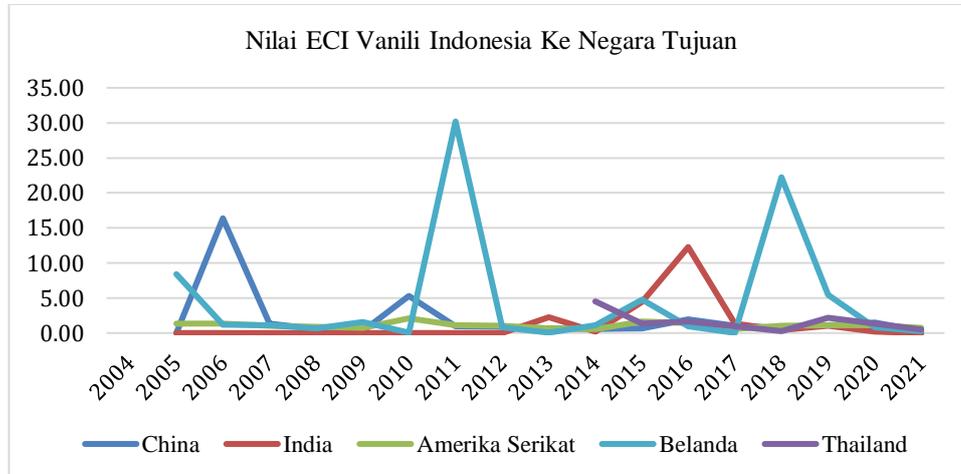
Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen dalam sebuah regresi. Dimana model yang tidak memiliki korelasi antar variabel independen dinyatakan sebagai model regresi yang baik [10]. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) digunakan sebagai indikator terjadi atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini. Nilai VIF < 10 , berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian. Namun jika nilai VIF > 10 maka terjadi permasalahan multikolinearitas [9].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ulasan mengenai indeks daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili dari Indonesia ke negara tujuan.

1. Indeks Daya Saing

Indeks daya saing dihitung menggunakan metode ECI. Dimana nilai ECI akan menunjukkan daya saing yang dimiliki oleh vanili dari Indonesia kelima negara tujuan. Apabila nilai rata – rata ECI lebih dari satu maka negara eksportir tersebut memiliki daya saing yang kuat [2].



Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Gambar 2. Hasil Estimasi Nilai ECI Vanili Indonesia Ke Negara Tujuan

Tabel 1. Nilai Rata – Rata ECI Vanili Indonesia di Negara Tujuan

Negara Tujuan	Nilai Rata – Rata ECI
China	2,13
India	2,47
Amerika Serikat	1,08
Belanda	4,69
Thailand	1,59

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023

Tabel 1, Vanili Indonesia pada negara tujuan China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand memiliki indeks daya saing yang kuat dikarenakan nilai rata – rata ECI > 1 pada tahun 2004 sampai 2021. Hasil penelitian sejalan dengan temuan Dwitama (2022) yang menemukan bahwa rata-rata nilai ECI vanili Indonesia lebih dari 1 yaitu 1,1 pada tahun 2010 hingga 2019.

2. Faktor – faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili Indonesia

Common Effect Model (CEM), *Fixed Effect Model (FEM)*, dan *Random Effect Model (REM)*, merupakan model terbaik yang akan dipilih. Penelitian ini menggunakan variabel independen berikut nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat, jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan, dan dummy pandemi Covid 19. Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Breusch Pagan Lagrangian Multiplier digunakan agar berhasil memilih model yang terbaik.

Tabel 2. Hasil Model Terbaik

Model Uji	Uji Chow	Uji Hausman	Uji Breusch Pagan Lagrangian Multiplier	Model Terpilih
	Prob > F	Prob > Chi2	Prob > Chibar2	
Komoditas				
Vanili	0,2854	0,3256	1,0000	CEM

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023

Tabel 2, menunjukkan bahwa hasil uji chow model yang dipilih adalah CEM. Hasil uji hausman model yang terpilih adalah REM. Hasil uji breusch pagan lagrangian multiplier model terpilih adalah CEM. Hasil ketiga uji menunjukkan bahwa CEM terpilih sebanyak dua kali, sehingga model terbaik yang dipilih adalah CEM.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Metode Analisis	Prob > Chi2
Uji Breusch Pagan Godfrey	0,1931

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023

Tabel 3, menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Breusch Pagan Godfrey, menunjukkan nilai probabilitas chi-square lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,1931. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada komoditas vanili Indonesia ke negara tujuan.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dolar Amerika Serikat (X1)	1,28
Jumlah Penduduk Negara Tujuan (X2)	2,76
GDP Per Kapita Negara Tujuan (X3)	3,94
Volume Ekspor Vanili Indonesia (X4)	2,69
Dummy Pandemi Covid 19 (X5)	1,20

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023

Tabel 4, menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing – masing variabel independen mempunyai nilai kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada masing – masing variabel independen.

Tabel 5. Hasil Estimasi *Common Effect Model* (CEM)

Variabel	Coefficient	Std. err	t	p> t
Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dolar Amerika Serikat (X1)	6,160345***	0,6871688	8,98	0,000
Jumlah Penduduk Negara Tujuan (X2)	0,0791469 ^{ns}	0,1027908	0,77	0,444
GDP Per Kapita Negara Tujuan (X3)	0,2221126 ^{ns}	0,1628165	1,36	0,177
Volume Ekspor Vanili Indonesia (X4)	0,8983665***	0,0678051	13,25	0,000
Dummy pandemi covid 19 (X5)	-0,3777779 ^{ns}	0,3463052	-1,09	0,279
Cons	-56,42167	6,993699	-8,07	0,000
R-Squared	0,8853			
Prob > F	0,0000			

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023. ***: Signifikan pada tingkat signifikansi 1%, **: Signifikan pada tingkat signifikansi 5%, * : Signifikan pada pada tingkat signifikansi 10%, ns : tidak signifikan

Tabel 5, menunjukkan nilai statistik R-Squared sebesar 0,8853. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan dipengaruhi oleh variabel independen (nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat, jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan dan dummy pandemi covid 19) sebesar 88,53%. Variabel lainnya yang tidak diteliti berpengaruh sebesar 11,47%.

Hasil uji F yang diperoleh dari nilai Prob > F sebesar 0,0000 < 0,05 pada tabel 5, menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan secara

simultan dipengaruhi oleh seluruh variabel independen (nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat, jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan, volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan dan dummy pandemi covid 19).

Hasil uji t pada tabel 5, menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat dan volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan berpengaruh secara signifikan pada tingkat signifikansi 1% dan berpengaruh positif. Artinya nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat dan volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan memberikan pengaruh secara parsial terhadap nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan. Variabel jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan dan dummy pandemi covid 19 tidak berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 10%. Jumlah penduduk negara tujuan dan GDP per kapita negara tujuan berpengaruh positif. Sedangkan dummy pandemi covid 19 berpengaruh negatif. Artinya jumlah penduduk negara tujuan, GDP per kapita negara tujuan dan dummy pandemi covid 19 secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan.

Variabel nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor vanili Indonesia. Dimana nilai koefisien variabel nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat adalah 6,160345. Artinya jika nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat meningkat sebesar 1% akan meningkatkan nilai ekspor vanili Indonesia sebesar 6,16%. Peningkatan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat akan meningkatkan volume permintaan ekspor vanili Indonesia dari negara importir. Hasil ini selaras dengan penelitian dari Aritonang (2018) yang menemukan bahwa nilai tukar secara signifikan memengaruhi ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan.

Variabel jumlah penduduk negara tujuan berpengaruh positif dan tidak signifikan pada taraf signifikansi 10% terhadap nilai ekspor vanili Indonesia ($0,444 > 0,1$). Nilai koefisien 0,0791469, menunjukkan apabila ada peningkatan jumlah penduduk negara tujuan sebesar 1% akan meningkatkan nilai ekspor vanili Indonesia sebesar 0,07%. Hal tersebut juga terjadi pada penelitian dari Lestari & Supriana (2018) yang menyatakan jumlah penduduk negara tujuan tidak berpengaruh signifikan karena jumlah penduduk negara tujuan akan lebih meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara masing – masing.

Variabel GDP per kapita negara tujuan berpengaruh positif dan tidak signifikan pada tingkat signifikansi 10% terhadap nilai ekspor vanili Indonesia ($0,177 > 0,1$). Nilai koefisien sebesar 0,2221126, menunjukkan apabila ada peningkatan GDP per kapita negara tujuan sebesar 1% akan meningkatkan nilai ekspor vanili Indonesia sebesar 0,22%. Hal tersebut juga terjadi pada penelitian dari Akbar (2022), yang menjelaskan ketidak signifikan pada GDP per kapita menunjukkan bahwa Indonesia akan tetap melakukan ekspor komoditas unggulan Indonesia dalam kondisi apapun. Menurut penelitian Nuzula (2013), ekspor vanili Indonesia akan meningkat jika terjadi peningkatan pendapatan masyarakatnya.

Variabel volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor vanili Indonesia. Nilai koefisien sebesar 0,8983665, menunjukkan apabila ada peningkatan volume ekspor vanili Indonesia sebesar 1%, akan meningkatkan nilai ekspor vanili Indonesia sebesar 0,89%. Hal tersebut juga terjadi pada penelitian Maulana & Nubatonis (2020), yang menyatakan apabila ada peningkatan volume ekspor total Indonesia akan meningkatkan nilai ekspor komoditas pertanian. Hal ini karena komoditas pertanian menjadi komoditas unggulan Indonesia.

Covid 19 adalah variabel dummy dalam penelitian yang menunjukkan ada tidaknya pengaruh pandemi covid 19 terhadap nilai ekspor vanili Indonesia. Nilai koefisien -0,3777779, artinya apabila ada penambahan kasus covid 19 di Indonesia akan menyebabkan nilai ekspor vanili Indonesia menurun sebesar 0,37. Variabel dummy pandemi covid 19 berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada tingkat signifikansi 10% terhadap nilai ekspor vanili Indonesia ($0,279 > 0,1$)

menunjukkan bahwa meskipun ada penurunan permintaan ekspor vanili Indonesia yang menyebabkan nilai ekspor vanili Indonesia menurun. Indonesia tetap melakukan ekspor vanili ke negara tujuan. Hal tersebut juga terjadi pada penelitian Maulana & Nubatonis (2020) yang menyatakan bahwa ekspor komoditas pertanian Indonesia tetap dilakukan selama pandemi covid 19 meskipun terjadi penurunan akan nilai ekspor komoditas pertanian.

SIMPULAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa indeks daya saing vanili Indonesia di negara tujuan menunjukkan bahwa negara tujuan China, India, Amerika Serikat, Belanda dan Thailand menunjukkan indeks daya saing yang kuat. Dimana indeks daya saing yang kuat ini dilihat dari nilai rata – rata ECI yang menunjukkan lebih dari 1.

Faktor – faktor yang memengaruhi nilai ekspor vanili Indonesia antara lain nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat dan volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan yang berpengaruh positif dan signifikan. Artinya apabila ada kenaikan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat dan volume ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan maka nilai ekspor vanili Indonesia akan ikut meningkat. Variabel jumlah penduduk negara tujuan dan GDP per kapita negara tujuan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah penduduk negara tujuan dan GDP per kapita negara tujuan ini tergantung dari selera penduduk negara tujuan dan pendapatan yang dimiliki. Variabel dummy pandemi covid 19 yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Artinya adanya pandemi covid 19 tidak menghambat ekspor vanili Indonesia meski nilai eksponya menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akbar, F. M. (2022). Analysis of Competitiveness, Dynamics, and Determinants of Main Commodity Export Demand from Indonesia to United Kingdom. *JURNAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN*, 11(2), 108-131.
- [2] Angraini, D., Syapsan, S., & Darmayuda, D. (2021). Daya Saing Ekspor Lada Indonesia ke Amerika Serikat. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 3(2), 90-105.
- [3] Ariesha, Y., & Alamsyah, Z. (2019). Analisis komparasi daya saing ekspor lada Indonesia terhadap Vietnam dan Malaysia di pasar ASEAN. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 22(1), 80-90.
- [4] Aritonang, F. C. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Vanili Indonesia. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/12513>
- [5] Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Berita Resmi Statistik : Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia Desember 2022. Jakarta
- [6] Direktorat Jenderal Perkebunan. (2022). Statistik Perkebunan Non Unggulan Nasional 2020-2022. Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian : Jakarta.
- [7] Dwitama, A. G. (2022). Analisis Kinerja Perdagangan Dan Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia Di Pasar Internasional Periode 2010-2019. *Agrista*, 10(2).
- [8] FAO (Food and Agriculture Organization of the united Nations). (2023). Top 10 Country, Export Value of Vanilla. http://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries_by_commodity_exports. Diakses pada 1 Agustus 2023, pukul 12:11
- [9] Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- [10] Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Gujarati, D. N. (2013). Dasar – Dasar Ekonometrika Edisi 5 buku 2. Salemba Empat: Jakarta
- [12] Hannis, R., Falatehan, A. F., & Raswatie, F. D. (2023). Analisis Daya Saing dan FaktorFaktor yang Memengaruhi Ekspor Vanili Indonesia di Pasar ASEAN. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/120303>

- [13] 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
- [14] Kemendag. (2017). *Export News Indonesia-Vanilla One of the World's Most Precious Spices*. Direktorat Jenderal Pembangunan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta
- [15] Lestari, D. A., & Supriana, T. (2018). *Factors Affecting Clove Exports in North Sumatera Province*
- [16] Maulana, A. S., & Nubatonis, A. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kinerja Nilai Ekspor Pertanian Indonesia. *Agrimor*, 5(4), 69-71.
- [17] Nurjati, Eka. (2021). Analysis of Export Determinants and Competitiveness of Indonesian Vanilla in the Period. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. IV. 1549-1557. 10.21275/SR21224072711.
- [18] Nuzula, A. M. (2013), "Permintaan Ekspor Vanili Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan Error Correction Model", Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Semarang, Diambil 25 Oktober 2016, dari <https://lib.unes.ac.id/17574/1/7111409080/pdf>
- [19] Rifkhan. (2022). *Membaca Hasil Regresi Data Panel*. Citra Media Nusantara: Surabaya.
- [20] Wahdiana, E., & Tinaprilla, N. (2023, October). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Ekspor Cengkeh Indonesia. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* (Vol. 13, No. 2, pp. 193-202).
- [21] Zuhdi, F., & Rambe, K. R. (2021). Daya saing ekspor cengkeh Indonesia di pasar global. *SEPA J. Sos. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, 17(2), 165.