

Analisis Daya Saing dan Dinamika Ekspor Vanili Indonesia di Pasar Global (2015–2024)

Arya Genta Lelana*, Ceciliya Natasha Marbun, Icha Aprilia

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Satya Terra Bhinneka

*Email Korespondensi: aryagenta819@gmail.com

Abstrak

Indonesia merupakan produsen vanili terbesar kedua di dunia setelah Madagaskar dengan potensi ekspor yang tinggi, namun masih menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga, ketidakstabilan pasokan, dan persaingan global. Penelitian ini bertujuan menganalisis keunggulan komparatif dan daya saing ekspor vanili Indonesia di pasar global selama periode 2015–2024. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder deret waktu yang dianalisis menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa vanili Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat di seluruh negara tujuan ekspor dengan nilai $RCA > 1$. Nilai RCA tertinggi terdapat di Amerika Serikat, diikuti Polandia dan Singapura, sedangkan Belanda memiliki nilai terendah. Meskipun demikian, tren nilai RCA cenderung menurun akibat dinamika permintaan global, ketidakstabilan pasokan, dan meningkatnya persaingan dari negara pesaing.

Kata kunci: Vanili, Ekspor; *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Daya Saing, Indonesia

Abstract

Indonesia is the world's second-largest vanilla producer after Madagascar, with strong export potential despite challenges such as price fluctuations, unstable supply, and intense global competition. This study aims to analyze the comparative advantage and export competitiveness of Indonesian vanilla in the global market during the 2015–2024 period. A quantitative approach was employed using secondary time-series data analyzed with the Revealed Comparative Advantage (RCA) method. The results show that Indonesian vanilla has a strong comparative advantage in all major export markets, with RCA values greater than one ($RCA > 1$). The highest RCA value was recorded in the United States, followed by Poland and Singapore, while the Netherlands had the lowest value. However, the RCA index showed a declining trend over time due to changes in global demand, supply instability, and increasing competition from other producing countries.

Keywords: Vanilla, Exports, Revealed Comparative Advantage (RCA), Competitiveness, Indonesia

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sejak lama sebagai negara penghasil rempah-rempah yang penting bagi perdagangan dunia. Sejak era kerajaan dan kolonial, rempah seperti cengkeh, lada, pala, dan vanili telah menjadi komoditas yang dapat memberikan kontribusi ekonomi secara berkelanjutan (Prasetyo *et al.*, 2024). Tanaman vanili (*Vanilla planifolia Andrews*) merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan yang berkontribusi terhadap pendapatan devisa negara bagi Indonesia. Indonesia menempati peringkat kedua produsen vanili dunia setelah Madagaskar, dengan jumlah produksi mencapai ± 2.304 ton pada tahun 2016. Nilai ekspor vanili Indonesia pada tahun 2017 tercatat sebesar 72.511 ribu US dolar, namun mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 63.062 ribu US dolar (Prabaninggar *et al.*, 2021).

Sebagai salah satu komoditas perkebunan unggulan, vanili sering dijuluki sebagai 'Emas Hijau'. Hal ini dikarenakan kegunaan vanili yang sangat luas, di mana vanili memegang peranan penting sebagai penyedap rasa (*flavoring agent*) dan pemberi aroma alami utama pada industri makanan serta minuman premium. Selain itu, vanili menjadi sumber pendapatan utama bagi petani perkebunan rakyat yang tersebar di Indonesia karena nilai ekonomi dan permintaannya di pasar internasional. Namun, Indonesia menghadapi tantangan untuk mempertahankan daya saing vanili di pasar global. Selain itu, fluktuasi harga dan ketersediaan pasokan dari tingkat petani turut memengaruhi stabilitas ekspor vanili Indonesia di pasar global.

Tabel 1. Data Ekspor Vanili Indonesia Tahun 2024

No	Negara Tujuan	Nilai Ekspor (1000 USD)	Volume Ekspor (Kg)
1	Amerika Serikat	8 538.94	186 059
2	Prancis	1 012.84	10 039
3	Jerman	964.09	13 336
4	Belanda	505.57	11 858
5	Singapura	499.78	14 691
6	Australia	66.24	2.002
7	Polandia	158.78	1 995
8	Kanada	116.53	2 133
Total		11.861,77	242.113

Sumber: *World Bank – WITS/Trade Comtrade, 2024.*

Selain itu, literatur dan informasi mengenai vanili, khususnya terkait perdagangan internasional, masih terbatas (Karo *et al.*, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi dan pengetahuan yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pentingnya vanili sebagai komoditas strategis. Oleh karena itu, penelitian

mengenai daya saing dan dinamika ekspor vanili menjadi relevan dan strategis. Analisis ini dapat membantu pemerintah, pelaku usaha, dan petani untuk memahami posisi vanili Indonesia di pasar global, mengidentifikasi tantangan produksi dan distribusi, serta merumuskan strategi peningkatan kualitas, diversifikasi pasar, dan pengembangan industri hilir yang dapat memperkuat daya saing nasional.

Selain itu, faktor-faktor seperti produktivitas tanaman, kualitas pasca panen, fluktuasi harga, dan infrastruktur distribusi menjadi penentu keberhasilan Indonesia dalam mempertahankan posisi sebagai produsen vanili unggulan. Peningkatan kapasitas produksi, penerapan teknologi modern, serta standarisasi mutu dan sertifikasi produk vanili menjadi strategi penting untuk menjamin keberlanjutan pasokan dan mempertahankan kepercayaan pasar internasional. Peluang pasar baru, seperti meningkatnya permintaan vanili alami di Asia dan negara-negara berkembang, juga memberikan potensi diversifikasi dan peningkatan pendapatan bagi petani serta industri pengolahan. Dengan demikian, vanili Indonesia tidak hanya menjadi sumber devisa dan pendapatan petani, tetapi juga berperan strategis dalam memperkuat posisi Indonesia di pasar global komoditas perkebunan.

Dalam penelitian (Taqi *et al.*, 2024) menganalisis daya saing ekspor vanili Indonesia di pasar Amerika Serikat periode 2011–2020 menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share* (CMS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa vanili Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik karena mampu mengungguli Meksiko dan Uganda, namun masih tertinggal dari Madagaskar. Selain itu, dari sisi pangsa pasar, vanili Indonesia masih relatif rendah dibandingkan negara kompetitor lainnya di pasar Amerika Serikat.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan, terutama dalam penggunaan data yang belum mencerminkan kondisi terbaru perdagangan vanili global serta fokus analisis yang masih terbatas pada aspek daya saing dan wilayah pasar tertentu. Selain itu, dinamika ekspor vanili Indonesia yang dipengaruhi oleh faktor produksi, kualitas pasca panen, fluktuasi harga, serta perkembangan pasar baru belum dianalisis secara komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang mampu mengkaji daya saing dan dinamika ekspor vanili Indonesia secara lebih luas, aktual, dan mendalam.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang mampu mengkaji daya saing dan dinamika ekspor vanili Indonesia dan Menganalisis dinamika ekspor vanili Indonesia di pasar global. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif

mengenai posisi vanili Indonesia di pasar internasional serta menjadi dasar perumusan strategi yang mampu memperkuat keunggulan kompetitif negara di sektor perkebunan ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif data angka statistik perdagangan internasional yang diperoleh dan diolah menggunakan *software excel*. Fokus penelitian adalah menganalisis daya saing dan dinamika ekspor vanili Indonesia pada periode 2015-2024. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder. Berdasarkan Siregar *et al.*, (2022) dalam (Sari *et al.*, 2025) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang bersumber eksternal melalui referensi, jurnal, artikel, dan sumber lain dari sumber eksternal yang tersedia. Data yang dikumpulkan meliputi nilai ekspor dan volume ekspor vanili Indonesia serta dunia dengan kode *Harmonized System* (HS) 090510 (*Vanilla, neither crushed nor ground*) ke 8 negara tujuan yang dipilih berdasarkan tingkatan volume ekspor yaitu Amerika Serikat, Jerman, Prancis, Belanda, Kanada, Singapura, Australia dan Polandia. Sumber data utama diperoleh dari basis data perdagangan internasional *Trade Map*. Selain itu, data pendukung diambil dari studi literatur lainnya seperti artikel judul dan buku yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data menggunakan rumus *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk melihat apakah vanili Indonesia memiliki daya saing di 8 negara tujuan serta untuk mengukur keunggulan komparatif vanili Indonesia. Dimana menggunakan model atau rumus RCA sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{iw} / X_w}$$

Dimana:

RCA = *Revealed Comparative Advantage*

X_{ij} = Nilai ekspor komoditi vanili negara j (US\$)

X_j = Nilai ekspor total negara j (US\$)

X_{iw} = Nilai ekspor komoditi vanili dunia (US\$)

X_w = Nilai ekspor total dunia (US\$)

Indeks RCA dengan nilai yang sama dengan atau lebih dari 1 (RCA > 1) mengindikasikan bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk di atas rata-rata dunia. Sebaliknya, jika nilai indeks kurang dari 1 (RCA < 1) maka daya saing suatu produk di negara tersebut di bawah rata-rata dunia (Tambunan, 2004) dalam (Yudha & Bagaskara, 2024).

Lalu nalisis *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk memetakan posisi pasar vanili Indonesia berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar produk dan pertumbuhan permintaan pasar di negara tujuan. Dengan persamaan berikut:

Sumbu X (Pertumbuhan pangsa pasar ekspor)

$$\frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{x_{ij}^t}{w_{ij}^t} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{x_{ij}^t}{w_{ij}^t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y (Pertumbuhan pangsa pasar produk)

$$\frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{x_t^t}{w_t^t} \right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{x_t^t}{w_t^t} \right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Dimana:

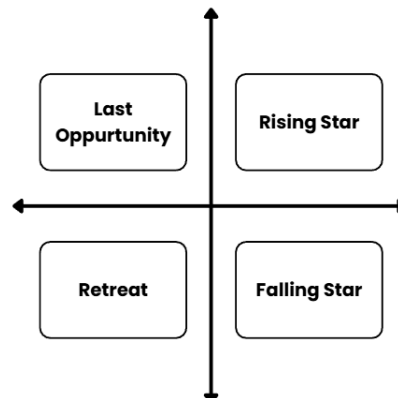
X_{ij} = Nilai ekspor vanili Indonesia ke negara tujuan (US\$)

W_{ij} = Nilai ekspor vanili dunia ke negara tujuan (US\$)

X_t = Nilai ekspor Indonesiake negara tujuan (US\$)

W_t = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (US\$)

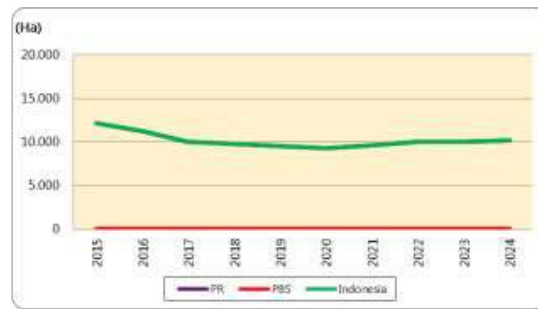
T = Jumlah tahun analisis



Gambar 1. Posisi Daya Saing Produk Menggunakan Matriks EPD
 Sumber: Estherhuizen (2006) dalam (Sari *et al.*, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

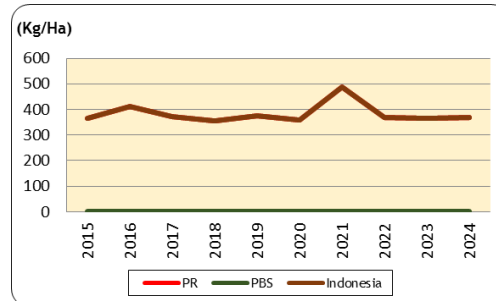
Vanili merupakan salah satu tanaman tropis bernilai ekonomi tinggi yang termasuk dalam famili *Orchidaceae*. Tanaman ini tumbuh optimal pada daerah lingkungan yang hangat, lembap dan curah hujan yang cukup. Sebagai tanaman tropis, konsidi tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu wilayah yang potensial untuk pengembangan vanili. Produktivitas vanili juga dipengaruhi oleh teknik budidaya, kualitas bibit, penyerbukan, pemeliharaan tanaman, serangan hama dan penyakit, serta penanganan pascapanen.



Gambar 2. Perkembangan Luas Areal Vanili Indonesia Menurut Status Pengusahaan Tahun 2015-2024

Sumber: *Buku Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (Kementrian Pertanian, 2024)*

Luas area vanili menunjukkan besarnya lahan yang digunakan untuk kegiatan budidaya vanili. Luas area menjadi salah satu indikator penting, luas tanam vanili mempengaruhi luasan tanaman yang akan panen. Artinya peningkatan luas panen setiap tahun tergantung pada besarnya jumlah tanaman yang dipanen dan jumlah tanaman yang direhabilitasi (Ilham *et al.*, 2004). Pada periode 1980 hingga 2024, perkembangan luas areal vanili di Indonesia menunjukkan peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,74% per tahun yaitu dari 3,17 ribu ha pada tahun 1980 menjadi 10,20 ribu ha pada tahun 2024 (Kementrian Pertanian, 2024).



Gambar 3. Perkembangan Produktivitas Vanili Indonesia Menurut Status Pengusahaan Tahun 2015-2024

Sumber: *Buku Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (Kementrian Pertanian, 2024)*

Produktivitas vanili merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan tanaman vanili dalam menghasilkan produksi per satuan luas lahan pada periode tertentu. Produktivitas digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi budidaya, karena tidak hanya mengetahui jumlah hasil panen, tetapi juga menunjukkan sejauh mana lahan yang tersedia mampu menghasilkan vanili secara optimal. Menurut Ruhnayat (2024) dalam (Kementrian Pertanian, 2024) Faktor utama penyebab rendahnya produktivitas vanili Indonesia dipengaruhi oleh tingkat kesesuaian lingkungan tumbuh dari lahan vanili, teknik budidaya,

varietas benih yang digunakan dan kemungkinan adanya serangan hama dan penyakit. Akibat dari penyakit tanaman vanili adanya serangan jamur yang menyebabkan penyakit busuk batang vanili sehingga dapat menurunkan produktivitas vanili hingga 30-80%. Oleh karena itu, penting agar budidaya vanili dilakukan dengan tepat agar mampu memproduksi vanili dengan kualitas yang sesuai permintaan ekspor, sehingga meningkatkan volume dan nilai ekspor vanili di pasar internasional.



Gambar 4. Perkembangan Ketersediaan Konsumsi Vanili di Indonesia Tahun 2014-2023
Sumber: *Buku Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (Kementrian Pertanian, 2024)*

Vanili Indonesia juga banyak digunakan untuk kebutuhan masyarakat dan industri yang digunakan sebagai bahan makanan dan obat-obatan. Tingkat konsumsi mencerminkan besarnya permintaan terhadap komoditas vanili. Perkembangan konsumsi dan peningkatan kebutuhan konsumen terhadap vanili menjadi salah satu faktor penting dalam melihat peluang pasar. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin besar pula kebutuhan pasokan vanili yang harus dipenuhi melalui produksi dalam negeri maupun perdagangan internasional. Ketersediaan konsumsi vanili tahun 2014-2023 cenderung turun. Rata-rata ketersediaan konsumsi vanili pada periode tersebut turun 1,06% per tahun. Ketersediaan konsumsi vanili tahun 2014 sebesar 1,8 ribu ton dan turun menjadi 1,4 ribu ton pada tahun 2023.(Kementrian Pertanian, 2024).

Tabel 2. RCA Vanili Indonesia

Tahun	Amerika Serikat	Prancis	Jerman	Belanda	Singapura	Australia	Polandia	Kanada
2015	329,016	12,131	30,532	6,660	19,310	1,145	615,310	0,000
2016	341,577	76,305	73,501	7,087	15,677	21,734	239,936	116,856
2017	301,533	54,587	39,366	0,169	29,804	10,902	13,626	31,073
2018	254,488	16,465	65,108	4,485	56,275	10,324	4,345	33,799
2019	197,236	15,634	69,461	19,038	85,538	129,209	3,174	60,982
2020	278,554	9,268	52,846	24,825	267,966	3,186	84,714	60,015
2021	168,518	2,956	121,045	6,954	119,115	0,040	51,103	5,074
2022	126,881	3,804	42,141	10,245	303,587	4,917	18,895	6,396
2023	105,701	23,524	7,693	11,296	9,340	2,353	34,753	4,402
2024	121,438	16,969	60,046	5,384	52,367	2,211	18,438	2,662

Tahun	Amerika Serikat	Prancis	Jerman	Belanda	Singapura	Australia	Polandia	Kanada
Rata-Rata	222,494	23,164	56,174	9,614	95,898	18,602	108,430	32,126

Sumber: *Trademap 2026, (Diolah)*

Dari Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang merupakan metode untuk mengukur tingkat keunggulan komperatif suatu komoditas dalam perdagangan internasional. Suatu komoditas dikatakan memiliki keunggulan apabila nilai RCA nya lebih besar dari pada satu ($RCA > 1$). Semakin tinggi nilai RCA yang di peroleh, maka semakin besar pula tingkat daya saing dan spesialisasi ekspor komoditas tersebut di pasar tujuan. Berdasarkan Tabel 2, nilai RCA vanili Indonesia (HS090510) ke delapan negara tujuan ekspor selama priode 2015-2024 menunjukkan bahwa secara umum vanili Indonesia memiliki keunggulan komperatif yang sangat tinggi di pasar internasional. Nilai RCA tertinggi terdapat pasar Amerika Serikat dengan rata-rata 222,494, di ikuti polandia sebesar 108,430 dan singapura sebesar 95,898. Tingginya nilai RCA tersebut menunjukkan bahwa vanili indonesia memiliki keunggulan komperatif yang sangat kuat dan mampu bersaing dengan negara pengekspor lainnya di pasar dunia.

Selama priode pengamatan, nilai RCA ke Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor memiliki tren yang cenderung menurun, dari 341,577 pada tahun 2016 menjadi 121,438 pada tahun 2024, meskipun masi berada pada tingkat yang sama tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa Amerika Serikat tetap menjadi pasar utama vanili indonesia, walaupun keunggulan komperatifnya mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Sementara itu, pasar singapura menunjukkan fluktuasi yang cukup besar, dengan nilai tertinggi mencapai 303,587 pada tahun 2022, yang mencerminkan meningkatnya daya saing vanili indonesia di negara negara tersebut pada priode tertentu.

Di pasar Eropa, vanili indoneisa memiliki nilai RCA rata-rata yang tergolong tinggi terutama di Jerman dengan rata-rata 56,147, sedangkan Prancis dan Belanda masing-masing memiliki rata-rata RCA sebesar 23,164 dan 9,614. Kondisi ini menunjukan bahwa vanili Indonesia memiliki keunggulan komperatif yang cukup baik di negara-negara Eropa, meskipun tingkat daya saing masih berada di bawah Amerika Amerikat dan Singapura. Fluktuasi nilai RCA yang terjadi dari tahun ke tahun mengindikasikan adanya perubahan permintaan pasar, harga internasional, maupun kondisi ekspor vanili Indonesia. Selain itu, pasar Kanada dan Australia juga menunjukkan nilai rata rata RCA yang relatif tinggi, masing masing 32,126 dan 18,602. Meskipun demikian, kedua neegara tersebut mengalami variasi nilai RCA yang cukup signifikan selama priode penelitian. Secara keseluruhan, hasil nilai RCA menunjukan bahwa nilai vanili Indonesia memiliki keunggulan komperative yang

kuat di seluruh negara tujuan ekspor yang di analisis, sehingga vanili masih memiliki potensi besar untuk terus di kembangkan dan tingkat daya saingnya di pasar internasioal.

Tabel 3. Posisi Pasar Produk Vanili Indonesia

Tahun	Nilai EPD		Posisi pasar
	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar komoditi (%)	
2015			
2016	108,0614838	-0,920476988	<i>Falling Star</i>
2017	-21,13952299	5,947243166	<i>Lost Opportunity</i>
2018	-28,75692404	-2,976017954	<i>Retreat</i>
2019	22,46488238	-4,189859659	<i>Falling Star</i>
2020	4,440679976	4,449157214	<i>Rising Star</i>
2021	-43,17932796	11,84908341	<i>Lost Opportunity</i>
2022	-36,37763336	13,23033346	<i>Lost Opportunity</i>
2023	13,09149064	-7,399799193	<i>Falling Star</i>
2024	3,543384001	1,083004777	<i>Rising Star</i>
Rata-rata	2,460945833	2,341407581	<i>Rising Star</i>

Sumber: *Trademap 2026, (Diolah)*

Berdasarkan hasil analisis *Export Product Dynamics* (EPD) periode 2015-2024, posisi daya saing ekspor vanili Indonesia menunjukkan perubahan yang sangat fluktuatif dari tahun ke tahun. Kinerja perdagangan internasional komoditas ini diawali pada tahun 2016 pada kategori *Falling Star* dengan nilai *Growth X* sebesar 108,06% dan *Growth Y* sebesar -0,92%. Namun, posisi tersebut berubah drastis pada tahun 2017 menjadi *Lost Opportunity* akibat penurunan pangsa ekspor domestik yang mencapai angka -21,14%. Kondisi paling kritis dialami pada tahun 2018 di mana posisi EPD jatuh ke kategori *Retreat* dengan nilai pertumbuhan yang sama-sama negatif. Memasuki tahun 2019, posisi pasar vanili Indonesia kembali menunjukkan perbaikan ke kategori *Falling Star* dengan pertumbuhan ekspor sebesar 22,46%.

Pada tahun 2020, posisi EPD vanili Indonesia berhasil mencapai kondisi paling ideal pada kategori *Rising Star* dengan pertumbuhan positif pada kedua indikatornya. Sayangnya, posisi tersebut kembali merosot dan terjebak pada kategori *Lost Opportunity* selama dua tahun berturut-turut pada periode 2021 dan 2022. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa Indonesia gagal memanfaatkan peluang emas di saat permintaan komoditas vanili di pasar dunia sebenarnya sedang mengalami pertumbuhan pesat. Selanjutnya, dinamika pasar ditutup dengan fluktuasi menuju kategori *Falling Star* pada tahun 2023 akibat penurunan total permintaan global. Kinerja ekspor vanili nasional

akhirnya berhasil kembali menempati posisi pasar *Rising Star* pada tahun 2024 dengan nilai *Growth X* sebesar 3,54%.

Secara akumulatif, hasil perhitungan rata-rata EPD menunjukkan bahwa ekspor vanili Indonesia berada pada kondisi *Rising Star* dengan nilai *Growth X* 2,46% dan *Growth Y* 2,34%. Hasil positif jangka panjang ini membuktikan bahwa produk vanili nasional pada dasarnya memiliki daya saing kompetitif yang kuat di pasar global. Meskipun demikian, volatilitas posisi tahunan yang terjadi sepanjang periode analisis membuktikan bahwa stabilitas perdagangan komoditas ini belum konsisten. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis seperti peningkatan mutu pascapanen dan kontinuitas produksi guna menjaga stabilitas pasokan ekspor. Dukungan kebijakan pemerintah dan penguatan pemasaran juga sangat mutlak diperlukan agar posisi *Rising Star* ini dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

Tabel 4. Posisi Pasar Produk Vanili Indonesia di Negara Tujuan

Negara	Nilai EPD		Posisi pasar
	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (%)	Pertumbuhan pangsa pasar komoditi (%)	
Amerika Serikat	5	13	<i>Rising Star</i>
Prancis	91,97534755	2,94142291	<i>Rising Star</i>
Jerman	52	-5	<i>Falling Star</i>
Belanda	263,8935773	-2,817459692	<i>Falling Star</i>
Singapura	76,94934525	563,3907763	<i>Rising Star</i>
Australia	1360,689265	190,4691985	<i>Rising Star</i>
Polandia	298,027566	361,0865496	<i>Rising Star</i>
Kanada	-10,62396566	-0,969137691	<i>Retreat</i>

Sumber: *Trademap 2026, (Diolah)*

Dinamika posisi pasar komoditas vanili Indonesia di delapan negara tujuan ekspor menunjukkan karakteristik daya saing yang sangat berfluktuatif. Hasil analisis *Export Product Dynamics* (EPD) secara umum menunjukkan bahwa posisi pasar vanili Indonesia didominasi oleh posisi *rising star*, disusul oleh posisi *falling star* dan *retreat*. Ekspor produk vanili yang berada pada posisi pasar *rising star* adalah Amerika Serikat, Prancis, Singapura, Australia, dan Polandia. Artinya, pertumbuhan pangsa pasar ekspor Indonesia dan total permintaan produk vanili di negara-negara tersebut sama-sama terus mengalami peningkatan yang dinamis.

Sementara itu, negara tujuan ekspor Jerman dan Belanda berada pada posisi pasar *falling star*. Hal ini menunjukkan bahwa ekspor vanili Indonesia di kedua pasar tersebut sebenarnya memiliki pertumbuhan pangsa pasar yang positif atau agresif, akan tetapi total

permintaan komoditas vanili secara keseluruhan di Jerman dan Belanda sudah mulai berkurang atau mengalami kelesuan. Di sisi lain, posisi pasar vanili Indonesia di Kanada berada pada posisi *retreat*, yang artinya pertumbuhan pangsa ekspor Indonesia maupun total permintaan produk vanili di pasar tersebut sama-sama mengalami penurunan. Penurunan kinerja di Kanada ini mengisyaratkan bagi eksportir Indonesia untuk melakukan reorganisasi pasar dan mengalihkan fokus alokasi volume ekspornya ke negara-negara yang mempunyai tren permintaan vanili yang masih terus meningkat pesat seperti Singapura, Polandia, Australia, Prancis, dan Amerika Serikat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis daya saing dan dinamika ekspor vanili Indonesia di pasar global, dapat disimpulkan bahwa vanili Indonesia berada diposisi yang cukup kuat sebagai salah satu komoditas ekspor perkebunan yang bernilai ekonomi tinggi. Hasil analisis menunjukkan bahwa keunggulan komparatif vanili Indonesia paling menonjol pada pasar Amerika Serikat, Polandia, dan Singapura. Ketiga negara tersebut menjadi pasar yang menunjukkan posisi daya saing relatif lebih tinggi dibandingkan negara tujuan lainnya, sehingga dapat dipandang sebagai pasar utama yang perlu dipertahankan dan diperkuat.

Dinamika ekspor vanili Indonesia juga menunjukkan bahwa peluang pengembangan pasar masih terbuka, tetapi belum sepenuhnya stabil. Beberapa negara tujuan seperti Amerika Serikat, Prancis, Singapura, Australia, dan Polandia menunjukkan posisi pasar yang potensial karena ekspor vanili Indonesia di negara-negara tersebut berada pada kondisi yang berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa vanili Indonesia masih memiliki ruang untuk meningkatkan pangsa pasar, terutama apabila kualitas produk, kontinuitas pasokan, dan strategi pemasaran ekspor dapat dikelola secara lebih konsisten.

Secara umum, vanili Indonesia memiliki keunggulan yang baik dipasar global, namun masih menghadapi tantangan berupa fluktuasi permintaan dan persaingan dengan negara eksportir lain. Oleh karena itu, harus diperkuat melalui peningkatan mutu budidaya, penanganan pascapanen, standarisasi produk, dan diversifikasi negara tujuan ekspor. Dengan strategi tersebut, vanili Indonesia berpeluang mempertahankan posisinya sebagai salah satu komoditas unggulan dalam perdagangan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ilham, N., Suhartini, S. H., & Sinaga, B. M. (2004). Penawaran Ekspor Panili Indonesia. *Jurnal Littri*, VOL 10, 41–50.
- Karo, R., Sitepu, K., Susanti, A., & Erlangga, G. (2024). *Analisis Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia di Pasar Internasional*. 3.
- Kementrian Pertanian. (2024). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian 2023. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian*.
- Prabaninggar, R. A., Sasmita, E. R., & Wahyurini, E. (2021). *IN VITRO MICRO-CUTTING OF VANILLA (Vanilla planifolia Andrews .) IN DIFFERENT NAA AND BAP*. 7(1), 27–36.
- Prasetyo, A. R., Munthe, A. K., Al-baihaqi, I., Gunawan, A., Nurazizah, R. D., & Salfaniz, S. (2024). Peranan Perdagangan Internasional Terhadap Ekspor Rempah-Rempah di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1, 288–293. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11242907>
- Sari, V. P., Lestari, R. D., & Sepfrian, B. (2025). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR VANILI INDONESIA KE PASAR AMERIKA SERIKAT DIBANDINGKAN DENGAN PESAINGNYA (MADAGASKAR DAN PRANCIS). *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 6, 10–17. <https://doi.org/10.47701>
- Taqi, B. A., Hendrati, I. M., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). *ANALISIS DAYA SAING EKSPOR VANILI INDONESIA DI PASAR AMERIKA*. 7, 10930–10935.
- Yudha, E. P., & Bagaskara, F. (2024). Analisis Daya Saing Ekspor Kelapa Sawit (Cpo) Indonesia Dan Malaysia Di India. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11, 1212–1227.