
ANALISIS DAYA SAING BUNGA KRISAN DI PASAR JEPANG
(Analysis of the Competitiveness of Chrysanthemum Flowers in the Japanese Market)
Dinda Afifah Wulandari¹⁾ dan Hastuti²⁾

INFO NASKAH :

Diterima November 2022
Diterima hasil revisi Desember 2022
Terbit Desember 2022

Keywords :

Diamond's Porter, Ekspor, EPD, Perdagangan Internasional, RCA

ABSTRACT

Bunga krisan merupakan salah satu komoditas florikultura yang mempunyai jumlah produksi terus meningkat. Sebagian besar bunga krisan Indonesia diekspor ke Jepang namun Indonesia hanya memenuhi 0,19% dari total ekspor bunga krisan ke Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis keunggulan komparatif bunga krisan di pasar Jepang dan (2) menganalisis keunggulan kompetitif bunga krisan di pasar Jepang.

Penelitian ini menggunakan metode Revealed Comparative Advantage untuk menganalisis keunggulan komparatif bunga krisan di Jepang dan metode Export Product Dynamic serta Diamond's Porter untuk menganalisis keunggulan kompetitif bunga krisan di Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif, sedangkan terkait keunggulan kompetitif, ekspor bunga krisan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang relatif lemah. Bunga krisan Indonesia berada pada posisi falling star serta faktor strategi, struktur, dan persaingan perusahaan menjadi keunggulan nasional untuk ekspor bunga krisan, sedangkan faktor kondisi, faktor industri terkait dan pendukung, faktor permintaan masih menjadi masalah dalam ekspor krisan Indonesia.

PENDAHULUAN

Florikultura merupakan salah satu sub-sektor yang menunjukkan kinerja positif selama tujuh tahun terakhir dan berkontribusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi negara Indonesia (BPS 2021). Salah satu komoditas tanaman florikultura yang mempunyai jumlah produksi terus meningkat dan terbanyak adalah komoditas bunga krisan. Krisan merupakan tanaman hias yang bernilai ekonomi tinggi dan sudah sangat populer di Indonesia sejak sepuluh tahun terakhir. Bunga krisan dalam bahasa latin disebut Chrysanthemum merupakan salah satu tanaman hias dengan prospek budidaya dan sumber pendapatan yang baik karena tidak membutuhkan lahan yang luas (Pangemanan et al. 2011). Bunga krisan memiliki potensi pasar yang sangat luas, sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat untuk lingkungan yang asri. Eksportir bunga krisan terbesar di dunia adalah Belanda, Kolombia, Malaysia, Tiongkok dan Vietnam, sedangkan Indonesia berada jauh dibawah negara-negara tersebut (UN Comtrade 2020). aini terjadi karena Indonesia belum mampu menyediakan krisan secara berkelanjutan dengan kualitas standar yang ditetapkan pasar dunia (Sodhiq 2020). Peningkatan permintaan bunga ksan di dunia menunjukkan tren positif artinya industri bunga krisan dapat menjadi komoditas yang potensial bagi Indonesia.

¹ Mahasiswa Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, (email: dinda_1910 @apps.ipb.ac.id)

² Dosen Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan

Negara USA, UK, Jepang dan Jerman merupakan negara tujuan ekspor yang potensial karena permintaan dinegara-negara tersebut melebihi penawaran yang ada di

negaranya (UN Comtrade 2020). Permintaan bunga krisan melebihi permintaan bunga lainnya di Jepang. Sodhiq (2020) menjelaskan bahwa Indonesia terkendala dengan biaya air freight yang sangat tinggi sehingga kalah bersaing dengan negara lain dalam ekspor bunga krisan ke Eropa dan USA. Salah satu importir utama bunga krisan di pasar dunia yang berada di kawasan Asia dan menjadi negara tujuan ekspor utama bunga krisan Indonesia adalah negara Jepang. Ekspor bunga krisan ke Jepang mencapai 99%, sisanya ke negara lain seperti Malaysia, Australia, Kuwait dan Singapore yang tidak lebih dari satu persen. Pasar Jepang didominasi oleh negara Malaysia, Vietnam, China dan Kolombia. Indonesia berada posisi ke-5 setelah Kolombia dengan volume ekspor sebesar 0,19% dari total volume bunga krisan yang di ekspor ke Jepang Masyarakat Jepang membutuhkan bunga krisan untuk acara pesta pernikahan, upacara kematian hingga keperluan dekorasi selain itu bunga krisan merupakan lambang negara Jepang hingga simbol kekaisaran.

Jepang secara kontinu mengeksport bunga krisan dari Indonesia meskipun volume ekspor bunga krisan ke Jepang mengalami penurunan. Salah satu faktor yang melatarbelakangi turunnya volume ekspor bunga krisan dari Indonesia adalah tidak mudahnya memasuki pasar Jepang. Jepang memiliki standar tinggi untuk setiap produk yang masuk ke negaranya. Standar yang diterapkan Jepang antara lain kuntum bunga berjumlah delapan, kemekaran bunga baru 30%, tidak boleh ada kutu maupun penyakit, panjang tangkai 75%, serta bunga berwarna putih dan kuning. Indonesia tercatat kalah bersaing dalam mengeksport bunga krisan ke Jepang dibandingkan Malaysia dan Vietnam. Malaysia dan Vietnam juga tidak sebesar Indonesia, namun mengungguli Indonesia dalam mengeksport bunga krisan ke Jepang.

Secara umum penyebab rendahnya daya saing industri florikultura adalah seperti hak guna lahan yang terbatas, efisiensi kegiatan pertanian yang rendah, lingkungan bisnis yang tidak kondusif, dan ketergantungan yang tinggi terhadap iklim. Krisan merupakan tanaman subtropis, bukan tanaman asli Indonesia, sehingga pengembangannya menghadapi banyak kendala, mulai dari memperoleh dan menumbuhkan benih bermutu tinggi hingga pasca panen. Keberadaan Indonesia sebagai pengeksport bunga krisan tidak bisa begitu saja mengeksport produk berkualitas tinggi ini ke pasar Jepang tanpa hambatan. Indonesia harus mampu memanfaatkan keunggulan komparatif dan kompetitif yang harus ditingkatkan sehingga Indonesia dapat bersaing dengan negara pengeksport utama lainnya di pasar Jepang.

METODOLOGI

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data perdagangan (ekspor) bunga krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam dengan kode HS 060314: *Fresh Cut Chrysanthemums and Buds*. Data yang digunakan merupakan data sekunder dalam bentuk deret waktu (*time series*) selama 10 tahun, yaitu periode tahun 2010-2019. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber antara lain dari Departemen Perdagangan, Departemen Pertanian, Badan Pusat Statistik, *United Nations Commodity and Trade Database* (UN Comtrade), *International Trade Centre* (ITC), *World Bank* serta informasi lain dari internet dan buku-buku pustaka lainnya.

Metode Analisis

1. Analisis Keunggulan Komparatif

Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis daya saing atau keunggulan komparatif bunga krisan di pasar Jepang. Metode RCA diperoleh dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total komoditas di suatu negara relatif terhadap pangsa terhadap nilai produk tersebut di pasar internasional (Basri dan Munandar 2010). Rumus RCA dapat dilihat sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{it}/X_{jt}}{W_{it}/W_{jt}}$$

- RCA = indikator daya saing (keunggulan komparatif)
 X_{it} = nilai ekspor bunga krisan dari Indonesia, Malaysia, dan Vietnam ke Jepang pada tahun t (US\$)
 X_{jt} = nilai ekspor total seluruh komoditas dari Indonesia, Malaysia, dan Vietnam ke Jepang pada tahun t pada tahun t (US\$)
 X_{wit} = nilai ekspor bunga krisan dunia ke Jepang pada tahun t (US\$)
 X_{wjt} = nilai ekspor total seluruh komoditas dunia ke Jepang pada tahun t (US\$)
 t = periode analisis tahun 2010-2019

Nilai daya saing bunga krisan di pasar Jepang dalam RCA memiliki dua kemungkinan:

1. Nilai $RCA > 1$, menunjukkan bahwa pangsa ekspor bunga krisan terhadap total ekspor Indonesia lebih besar dari pangsa rata-rata dari bunga krisan dalam ekspor di dunia atau bunga krisan Indonesia berdaya saing (memiliki keunggulan komparatif).
2. Nilai $RCA < 1$, menunjukkan bahwa pangsa bunga krisan terhadap ekspor total Indonesia lebih kecil dari pangsa rata-rata dari produk bunga krisan dalam ekspor dunia. Hal ini berarti Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif (tidak memiliki daya saing) sehingga tidak berspesialisasi di kelompok bunga krisan.

Metode *Export Product Dynamic* (EPD) digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan mengukur posisi pasar produk bunga krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam di Pasar Jepang. Posisi pasar bunga krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam di Pasar Jepang akan menempati salah satu dari empat kuadran pada Tabel 1.

Tabel 1 Matriks Posisi Daya Saing

<i>Share of country's export in world trade</i>	<i>Share of country's export in world trade</i>	
	<i>Rising (Dynamic)</i>	<i>Falling (Stagnant)</i>
<i>Rising (competitive)</i>	<i>Rising star</i>	<i>Falling star</i>
<i>Falling (Non competitive)</i>	<i>Lost opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber: Estherhuizen (2006)

Penelitian ini secara sistematis menganalisis pangsa pasar ekspor Indonesia yang dirumuskan pada persamaan sumbu X dan pangsa pasar produk ekspor Indonesia dalam perdagangan dunia dipersempit menjadi perdagangan di pasar Jepang seperti pada persamaan sumbu Y. Kekuatan bisnis atau pangsa pasar (sumbu X) dan pertumbuhan pangsa pasar (sumbu Y) suatu produk dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Sumbu } X = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_i}{W_i} \right)^t \times 100\% - \left(\frac{X_i}{W_i} \right)^{t-1} \times 100\%}{T}$$

$$\text{Sumbu } Y = \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right)^t \times 100\% - \left(\frac{X_t}{W_t} \right)^{t-1} \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

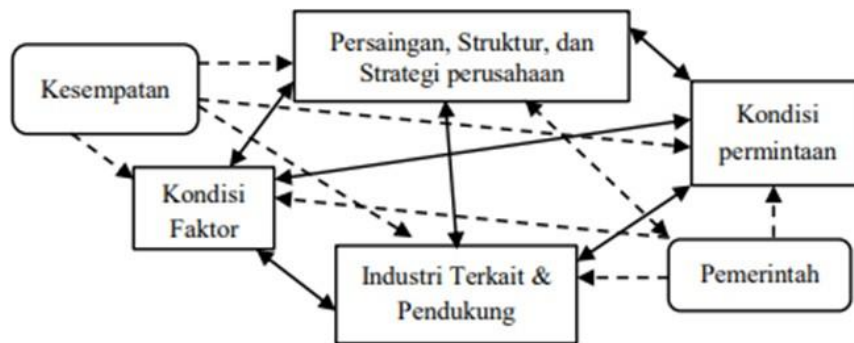
X_i = nilai ekspor bunga krisan dari Indonesia, Malaysia, dan Vietnam ke Jepang (US\$)
 X_t = nilai ekspor bunga krisan dunia ke Jepang (US\$)

W_i = nilai ekspor total negara dari Indonesia, Malaysia, dan Vietnam ke Jepang (US\$)
 W_t = nilai ekspor total dunia ke Jepang (US\$)

W = pasar dunia

t = periode analisis tahun 2010-2019

Menurut Porter dalam bukunya yang berjudul *The Competitive Advantage of Nation*, terdapat empat komponen dan dua komponen pendukung yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif suatu industri nasional, yaitu kondisi faktor (*factor conditions*), kondisi permintaan (*demand conditions*), industri pendukung dan terkait (*related and supporting industry*), serta strategi produsen, struktur, dan persaingan (*firm strategy, structure, and rivalry*). Keempat atribut tersebut saling berkaitan dan berhubungan satu sama lain sehingga membentuk suatu sistem yang dikenal dengan *Diamond's Porter*. Komponen saling terkait dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Teori *Diamond's Porter*

Sumber: Halwani (2002)

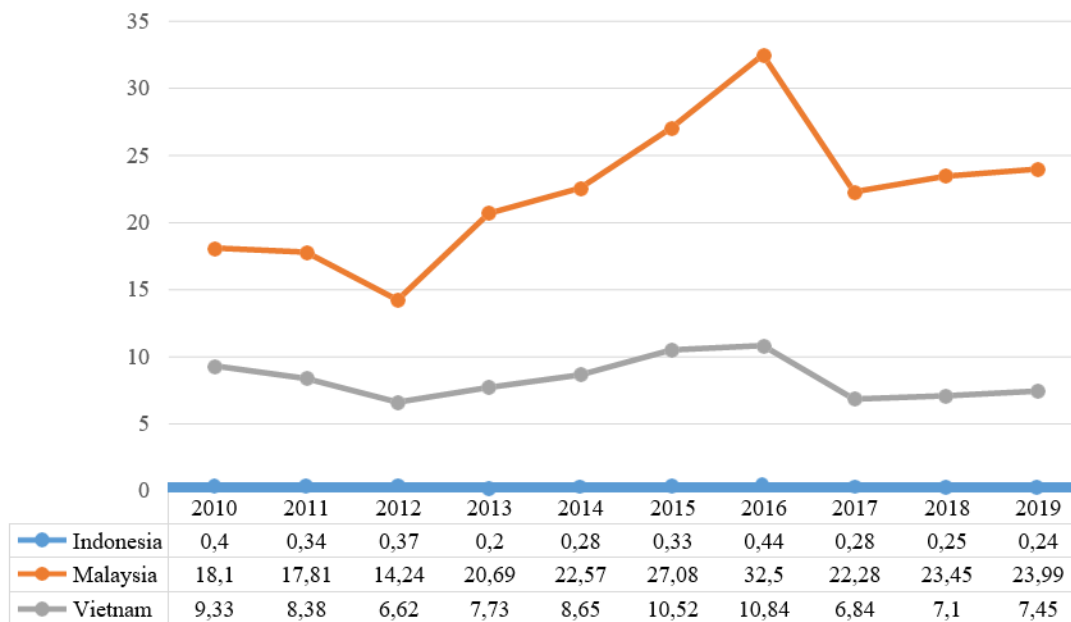
Keterangan:

↔ : Hubungan saling memengaruhi antar faktor

↔ : Hubungan pengaruh dari luar faktor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Keunggulan Komparatif Eksportir Utama Bunga Krisan di Pasar Jepang Daya saing bunga krisan dapat diukur dari keunggulan komparatifnya. Keunggulan komparatif bunga krisan dapat dianalisis dengan menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang bertujuan untuk membandingkan posisi daya saing Indonesia dengan Negara eksportir lainnya (Malaysia dan Vietnam) pada komoditas bunga krisan di pasar Jepang. Jika RCA bernilai lebih dari satu maka menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam suatu komoditas dan memiliki daya saing kuat begitu pula sebaliknya. Hasil Nilai RCA Bunga Krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam di Jepang tahun 2010-2019 disajikan pada Gambar 2.



Sumber: UN Comtrade 2021, diolah

Gambar 2 Hasil Nilai RCA Bunga Krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam di Jepang tahun 2010-2019

Berdasarkan pada hasil perhitungan nilai indeks RCA pada Tabel 8, bunga krisan Indonesia, Malaysia dan Vietnam di Jepang bahwa Indonesia memiliki nilai rata-rata 0,32 sedangkan Malaysia dan Vietnam masing-masing memiliki nilai rata-rata 22,27 dan 9,18. Negara pesaing Indonesia di pasar Jepang dalam komoditas bunga krisan yaitu Malaysia dan Vietnam memiliki nilai RCA diatas satu, sedangkan Indonesia memiliki nilai RCA dibawah satu. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif, sebaliknya Malaysia dan Vietnam memiliki keunggulan komparatif terhadap bunga krisan dalam perdagangannya di pasar Jepang. Berdasarkan perolehan nilai RCA, daya saing komparatif bunga krisan tertinggi di pasar Jepang yakni Malaysia yang diikuti oleh Vietnam dan Indonesia.

Rendahnya nilai RCA Indonesia disebabkan karena bunga krisan merupakan komoditas eksporbaru sehingga dalam komoditas tanaman hias Indonesia masih melakukan

pengembangan dan inovasi. Kuantitas ekspor Indonesia yang rendah, tingginya harga ekspor bunga krisan Indonesia di negara Jepang serta kualitas tenaga kerja Indonesia yang masih rendah menjadi penyebab rendahnya nilai RCA Indonesia. Hal mendasar yang membedakan kualitas bunga krisan Indonesia adalah perbedaan varietas bibit bunga krisan Indonesia, dibandingkan dengan negara pesaingnya yang sudah memiliki varietas bibit yang unggul dan sudah menggunakan teknologi untuk memenuhi standar Jepang.

Daya saing relatif negara pengekspor menunjukkan bahwa persaingan bunga krisan di pasar Jepang relatif ketat. Pasar krisan Jepang memiliki berbagai kelompok konsumen, dan diyakini bahwa krisan di setiap negara memiliki karakteristik tertentu. Kekhasan ini akan menentukan apakah konsumen Jepang lebih menyukai krisan tertentu dari negara tertentu atau tidak.

Analisis Keunggulan Kompetitif Eksportir Utama Bunga Krisan di Pasar Jepang Pada metode *Export Product Dynamic* (EPD) dapat diketahui posisi pasar bunga krisan di pasar Jepang. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, sedangkan kekuatan perdagangan berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pangsa pasar (*market share*) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu. Analisis EPD yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari dua negara pesaing yaitu Malaysia dan Vietnam. Analisis Posisi bunga krisan Indonesia dan negara pesaing selama 2010 hingga 2019 di Jepang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil EPD Bunga Krisan Indonesia, Malaysia, dan Vietnam di Jepang

Negara	Rata-Rata Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor % (Sumbu X)	Rata-Rata Pertumbuhan Pangsa Produk % (Sumbu Y)	Posisi
Indonesia	0,77	-0,78	<i>Falling Star</i>
Malaysia	1,09	0,95	<i>Rising Star</i>
Vietnam	-1,54	-1,15	<i>Retreat</i>

Keterangan: Sumbu X positif dan sumbu Y positif = *Rising star*
 Sumbu X negatif dan sumbu Y positif = *Lost opportunity*
 Sumbu X positif dan sumbu Y negatif = *Falling star*
 Sumbu X negatif dan sumbu Y negatif = *Retreat*

Sumber: diolah dari UN Comtrade (2021)

Hasil olah data EPD pada Tabel 2 menunjukkan bahwa sejak tahun 2010 hingga 2019, bunga krisan Indonesia, Malaysia, dan Vietnam, memiliki posisi pasar yang berbeda-beda pada negara Jepang. Bunga krisan Malaysia berada pada posisi *rising star* di negara Jepang karena rata-rata pertumbuhan pangsa ekspor bernilai positif sebesar 1.09% dan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar produk sebesar 0.95%. Hal tersebut memiliki arti bahwa bunga krisan Malaysia berada pada posisi pasar ideal, yaitu semakin berkembang cepat dan semakin luasnya pangsa pasar bunga krisan Malaysia di Jepang.

Negara Indonesia berada pada posisi *falling star* untuk komoditas bunga krisan yang menunjukkan terjadinya peningkatan pangsa pasar ekspor namun permintaan ekspor untuk komoditas bunga krisan menurun, sehingga memiliki daya saing yang kuat, namun tidak berpotensi ekspor karena terjadi penurunan permintaan ekspor bunga krisan Indonesia ke negara Jepang tersebut. Negara Vietnam berada pada posisi *retreat* pada posisi ini peningkatan ekspor bunga krisan Vietnam maupun ekspor keseluruhan komoditas dari Vietnam ke Jepang lebih kecil daripada peningkatan ekspor bunga krisan dunia dan

ekspor keseluruhan komoditas dunia ke Jepang. Kondisi tersebut menyebabkan ekspor bunga krisan Vietnam menjadi produk stagnan dan tidak diinginkan di Jepang. Analisis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif bunga krisan.

Analisis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif bunga krisan Indonesia adalah alat analisis *Porter's Diamond Theory*. Menurut Michael E. Porter dalam bukunya yang berjudul *The Competitive Advantage of Nation*, terdapat empat atribut yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif suatu industri nasional, yaitu kondisi faktor (*factor conditions*), kondisi permintaan (*demand conditions*), industri pendukung dan terkait (*related and supporting industry*), serta strategi produsen, struktur, dan persaingan (*firm, strategy, structure, and rivalry*). Analisis keunggulan kompetitif bunga krisan Indonesia dapat melalui empat kondisi diamond's porter sebagai berikut:

Kondisi Faktor

Penggunaan bunga krisan di Indonesia dalam lima tahun terakhir paling banyak dibanding semua jenis bunga potong lain yang diperdagangkan. Produksi bunga potong terbesar di Indonesia adalah krisan sekitar 465,35 juta tangkai atau sekitar 66 persen dari total produksi bunga potong di Indonesia pada tahun 2019 (BPS 2021). Berdasarkan Angka Statistik Produksi Hortikultura, tahun 2019 hasil produksi mencapai 488.176.610 tangkai, jumlah ini meningkat 1,56 persen dari tahun sebelumnya. Berbanding terbalik dengan peningkatan produksinya, luas panen bunga krisan justru menurun sebanyak 4,56 persen menjadi 11.105.178 m² pada tahun 2018. Permintaan ekspor untuk bunga krisan masih tinggi datang dari beberapa negara di kawasan Asia Timur utamanya Jepang. Beberapa wilayah di Indonesia yang masih terbatas untuk jaringan ke luar negeri, sehingga ekspor bunga krisan Indonesia ke luar negeri masih terbatas. Menurut Atase Pertanian (2020), belum tersedianya *cold chain facility* dari kegiatan pascapanen hingga pengiriman kepada importir di Jepang menjadi kendala eksportasi bunga krisan asal Indonesia dalam memenuhi standar kualitas yang ditentukan.

Kekayaan sumberdaya genetik nasional belum banyak dikenal oleh masyarakat, termasuk varietas krisan nasional yang telah banyak dihasilkan oleh Balai Penelitian Tanaman Hias (Balithi). Balithi juga telah banyak menghasilkan varietas-varietas krisan nasional, namun sosialisasi yang kurang intensif kepada masyarakat, sehingga varietas krisan unggulan nasional tersebut belum banyak dikenal oleh petani maupun konsumen. Krisan merupakan tanaman subtropis yang idealnya dibudidayakan di dataran tinggi (elevasi 700-1200 m dpl). Penanaman krisan di dataran rendah akan menghasilkan krisan yang kurang optimal. Pertumbuhan krisan seperti tinggi tanaman relatif lebih rendah atau lambat, dan perkembangan, berpengaruh pada diameter kuntum bunga yang biasanya lebih kecil (Bres dan Sztuka 2013).

Kondisi Permintaan

Kondisi permintaan yang dihadapi oleh suatu negara tidak selalu sama melainkan berubah-ubah. Kondisi permintaan dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Pasar potensial dalam negeri yang dapat diharapkan adalah pasar yang ada di kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Malang dan Denpasar. Permintaan pasar akan produk bunga krisan setiap tahun semakin meningkat seiring dengan meningkatnya perekonomian masyarakat. Permintaan pasar terhadap bunga krisan tidak hanya produknya namun juga benihnya. Permintaan dunia yang tinggi menyebabkan pasokan krisan belum mencukupi kebutuhan permintaan dunia yang cenderung meningkat. Pasar potensial terbesar bunga krisan

Indonesia untuk Asia yaitu Jepang. Menurut Khaerunnisa (2017), peluang ekspor ke Jepang, terdapat peluang ekspor Krisan dan negara-negara Timur Tengah dan Korea dengan syarat mutu yang terlalu ketat. Permintaan ekspor ke Korea belum dapat dipenuhi walaupun para buyer telah menawarkan ke berbagai produsen dan petani di berbagai sentra krisan. Beberapa yang perlu diperhatikan untuk ekspor adalah mutu yang baik dan stabil, serta kontinuitas ketersediaan produk. Permintaan bunga krisan yang meningkat di pasar dunia, secara tidak langsung berdampak pada harga bunga krisan domestik yang juga mengalami peningkatan.

Kondisi Terkait dan Pendukung

Kondisi industri terkait dan pendukung berperan penting dalam keberlanjutan daya saing pada suatu komoditas. Kondisi hulu bunga krisan di Indonesia berkembang dengan meningkatnya faktor produksi bunga krisan seperti peningkatan luas lahan produksi dan partisipasi tenaga kerja. Kondisi hilir bunga di Indonesia belum menjadi prioritas pengembangan sehingga industri hilir minim di Indonesia. Kurangnya industri hilir dikarenakan di Indonesia bunga krisan hanya diperlukan untuk dekorasi dan acara-acara besar. Berbanding terbalik dengan Jepang membutuhkan bunga krisan untuk acara pesta pernikahan, upacara kematian hingga keperluan dekorasi. Selain itu, di Jepang bunga krisan merupakan lambang negara hingga simbol kekaisaran

Menurut Ridwan et al. (2012) permasalahan dalam pengelolaan usahatani krisan yang sering ditemui petani adalah penerapan teknologi baru. Hal tersebut berkaitan dengan permodalan yang dimiliki petani, tingkat pengetahuan dan keterampilan, struktur sosial, skala usaha, serta harga jual pada saat panen yang rendah. Dengan demikian, usaha petani tersebut menjadi kurang kompetitif di pasar dalam dan luar negeri serta tidak memberikan keuntungan yang optimal bagi pelaku yang terlibat di dalamnya.

Kementerian Keuangan (2017), pemerintah Indonesia telah menyepakati perjanjian IJEP (Indonesia Japan Economic Partnership Agreement) dalam Peraturan Presiden RI No. 36 Tahun 2008. Kebijakan yang disepakati Indonesia dan Jepang dalam rangka untuk mempermudah perdagangan ekspor-impor antara Jepang dan Indonesia dengan tarif yang rendah ataupun nol. Hal ini sangat memudahkan Indonesia dalam ekspor bunga krisan ke Jepang karena untuk komoditas bunga krisan tidak dikenakan tarif. Inovasi terhadap bunga krisan harus terus dilakukan mengingat standar yang ditetapkan oleh Jepang tidaklah mudah, Jepang menerapkan standar yang tinggi untuk setiap barang yang akan masuk ke negaranya. Sehingga dengan adanya perjanjian IJEP ini bisa membantu meningkatkan harga dan daya saing bunga krisan Indonesia.

Kondisi Struktur, Strategi dan Persaingan

Menurut Mankiw (2007) pasar merupakan sekumpulan orang yang terdiri dari penjual dan pembeli untuk suatu barang atau jasa tertentu. Struktur pasar terdiri dari empat jenis, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Struktur pasar yang ada dalam bunga krisan adalah pasar persaingan monopolistik. Hal tersebut terlihat dari banyaknya industri atau perusahaan yang memiliki produk homogen namun terdapat sedikit diferensiasi seperti perbedaan varietas, perbedaan bentuk (bibit dan bunga potong), dan lain-lain. Pasar persaingan monopolistik memiliki kategori tinggi dan cukup ketat dikarenakan hampir setiap produsen berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas serta mengembangkan inovasi maupun diferensiasi produk bunga krisan sehingga dapat merebut pasar dan memiliki daya saing. Upaya yang

dilakukan oleh para produsen bunga krisan yaitu melakukan inovasi teknologi yang untuk mengembangkan budidaya tanaman krisan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas bunga krisan yang akan di ekspor.

Strategi yang dapat dilakukan Indonesia dalam meningkatkan daya saing bunga krisan di Pasar Jepang, diperlukan inovasi dengan meningkatkan nilai tambah yang diperoleh dari bunga krisan seperti : perbaikan dan pengembangan infrastruktur yaitu (i) tersedianya jaringan jalan dan sarana transportasi serta tersedianya toko-toko sarana dan prasarana pertanian serta jaringan listrik dan air; (ii) peningkatan kemampuan dan kualitas petani bunga krisan dengan cara pelatihan tentang cara pengolahan lahan, pelatihan tentang pemupukan, pelatihan tentang cara menanam dan perawatan tanaman krisan, pelatihan tentang pemasaran bunga krisan dan pelatihan lainnya; (iii) peningkatan produksi dan inovasi produk dari bunga krisan seperti inovasi pada bibit bunga krisan yang bisa ditanam pada daerah yang berada didataran rendah; (iv) peningkatan strategi melalui kualitas, harga dan promosi untuk meningkatkan segmen pasar.

Strategi dukungan lain yang dapat meningkatkan daya saing bunga krisan Indonesia didukung oleh kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Jepang, yaitu IJEPA (*Indonesian-Japan Economic Partnership Agreement*). Inti dasar dari kerjasama IJEPA adalah: 1) memfasilitasi, mempromosikan, dan meliberalisasi perdagangan barang dan jasa antara Jepang dan Indonesia; 2) meningkatkan kesempatan investasi dan mempromosikan aktivitas investasi antara Jepang-Indonesia; 3) menjamin proteksi hak-hak intelektual dan mempromosikan kerjasama di bidang yang sudah disepakati; 4) meningkatkan transparansi rezim pemerintahan kedua negara dan mempromosikan kerjasama yang saling menguntungkan antara Jepang-Indonesia; 5) mempromosikan kompetisi; 6) mengembangkan lingkungan bisnis diantara kedua belah pihak; 7) membuat sebuah kerangka kerja untuk meningkatkan kerjasama yang lebih erat didalam bidang-bidang yang telah disepakati; dan 8) menciptakan prosedur yang efektif untuk implementasi dan aplikasi kesepakatan ini untuk resolusi resolusi dari pertikaian yang mungkin muncul dikemudian hari (Setyapalupi dan Sudirman 2019).

Peran Pemerintah

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung dan mendorong dari setiap komponen yang ada dalam industri bunga krisan di Indonesia. Menurut Andri (2020), Indonesia memiliki tantangan dalam pengembangan sektor hortikultura seperti lemahnya sumber daya manusia, kelembagaan petani, terbatasnya modal, kurangnya pendampingan dan inovasi teknologi, sertaterbatasnya akses pasar. Petani hortikultura masih memiliki daya tawar yang lemah dibanding pelaku usaha lainnya. Hal ini disebabkan oleh masih lemahnya fungsi atau peran dari kelembagaan hortikultura (Poktan, Gapoktan, Asosiasi). Kesadaran petani untuk berkelompok masih rendah serta peran dari beberapa kelembagaan yang sudah terbentuk seperti Dewan Hortikultura Nasional, Asosiasi Eksportir dan Importir, koperasi dan lainnya masih lemah. Pemerintah merupakan salah satu bagian dalam sistem kelembagaan hortikultura. Peran dan fungsi pemerintah memerlukan keterpaduan dukungan dari semua pihak lembaga hortikultura lainnya.

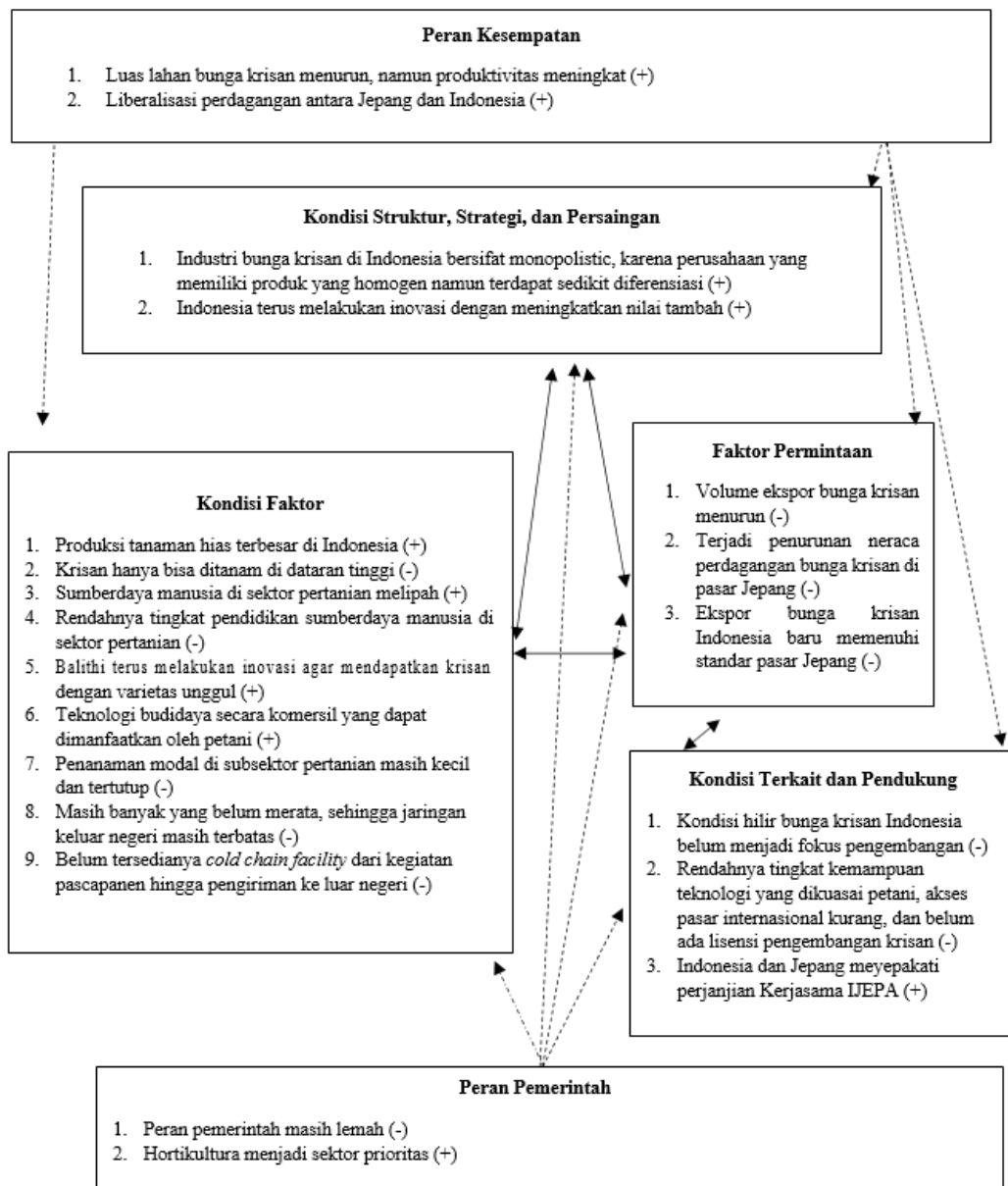
Pemerintah menetapkan komoditas hortikultura sebagai komoditas prioritas karena komoditas hortikultura merupakan komoditas potensial yang mempunyai nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi (Pitaloka 2017). Supriyati dan Suryani (2006), Penetapan komoditas unggulan didasarkan pada kriteria yaitu berdampak terhadap ekonomi makro,

produksi, luas area, potensi ekspor, substitusi impor, jumlah pelaku usaha, nilai ekonomi, potensi nilai tambah, ketersediaan teknologi, kebutuhan bahan baku industri, permintaan domestik, dan pangsa pasar relatif dalam kelompok komoditas. Dinas Pertanian Perkebunan dan Kehutanan juga terus menghasilkan varietas bibit bunga krisan yang berkualitas.

Peran Kesempatan

Produktivitas budidaya bunga krisan yang bernilai kecil menunjukkan bahwa masih terdapat banyak peluang atau kesempatan untuk melakukan kegiatan budidaya bunga krisan di Indonesia. Budidaya bunga krisan sangat diperlukan untuk meningkatkan produksi bunga krisan nasional. Ekspor bunga krisan Indonesia ke Jepang, tidak hanya didukung dari faktor dalam negeri saja, tetapi juga dari faktor eksternal. Melalui IJEPA, perdagangan antara Indonesia dan Jepang menjadi lebih “liberal”. Menurut Ardiansyah (2014), liberalisasi adalah pemberlakuan pembebasan tarif impor bagi produk-produk yang berasal dari sesama negara Indonesia maupun Jepang. Pembebasan tarif impor tersebut berlaku bagi sebagian besar produk-produk, termasuk bunga krisan. Hambatan non-tarif, yaitu kuota ekspor-impor dihilangkan untuk sebagian besar produk yang berasal dari sesama negara. Liberalisasi perdagangan tersebut memiliki arti bahwa bunga krisan Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk dapat memperluas pasar karena minimnya hambatan masuk bunga krisan Indonesia di Jepang, yaitu penghapusan tarif impor maupun kuota ekspor bunga krisan Indonesia di Jepang.

Berdasarkan penjelasan di atas, dari pengaruh kondisi terhadap peluang, dapat disimpulkan bahwa keunggulan nasional Indonesia dalam mendorong ekspor bunga krisan Indonesia ke Jepang adalah poin yang dapat dilihat pada Gambar 11. Tanda positif (+) pada poin-poin berikut menunjukkan bahwa faktor tersebut berpengaruh positif terhadap peningkatan daya saing ekspor bunga nasional Indonesia ke pasar Jepang. Tanda negatif (-) berarti faktor-faktor tersebut perlu ditingkatkan dan dikembangkan untuk meningkatkan daya saing bunga nasional Indonesia di Jepang.



Sumber: Immanuel 2020 (dimodifikasi)

Gambar 3 Diagram Diamond's Porter bunga krisan Indonesia ke Jepang

KESIMPULAN DAN IMPLIKASINYA

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap daya saing bunga krisan Indonesia ke Jepang diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bunga krisan Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing lemah dibandingkan dengan negara Malaysia dan Vietnam di negara Jepang selama periode 2010-2019. Rata-rata pangsa ekspor bunga krisan dibanding semua

komoditas ekspor Indonesia lebih kecil daripada rata-rata pangsa ekspor bunga krisan dibanding semua komoditas ekspor dunia ke negara Jepang.

2. Bunga krisan Indonesia berdaya saing kompetitif di Jepang dengan posisi pasar *falling star*, sedangkan negara Malaysia berada diposisi tertinggi yaitu *rising star* dan Vietnam berada posisi pasar lemah yaitu *retreat* di negara Jepang. Indonesia memiliki faktor strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, serta peran kesempatan menjadi keunggulan nasional untuk ekspor bunga krisan ke Jepang, sedangkan faktor kondisi, faktor industri terkait dan pendukung, faktor permintaan serta peran pemerintah masih menjadi permasalahan Indonesia dalam ekspor bunga krisan ke Jepang.

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Indonesia perlu mengoptimalkan produksi dan volume ekspor bunga krisan dengan cara memberikan teknologi yang tepat kepada petani bunga krisan Indonesia juga memerlukan pengembangan sistem informasi khususnya dalam melakukan promosi ke pasar tujuan agar Indonesia dapat bersaing dengan negara lain. Pemerintah dapat bekerja sama dengan pelaku usaha maupun petani untuk membuat program penyuluhan, bantuan bibit maupun modal, dan memperhatikan hilir bunga krisan.
2. Peningkatan ekspor dapat dilakukan dengan diversifikasi pasar. Diversifikasi pasar dilakukan untuk kepentingan mencari negara-negara tujuan lain yang memiliki peluang ekspor agar dapat memiliki kesempatan menguasai pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan kompetitif ekspor bunga krisan.
3. Penelitian lanjutan diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi ekspor bunga krisan ke Jepang dan analisis strategi dalam mengembangkan kerja sama perdagangan baik dengan Jepang maupun dunia dalam hal perdagangan bunga krisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Y. 2020. Pengembangan Kawasan Hortikultura Berbasis Ekspor Masih Menemui Kendala [internet]. [diunduh pada Maret 2021]. Tersedia pada: <https://ekonomi.bisnis.com>
- Ardiansyah BG. 2014. Siapkah Indonesia Menghadapi Liberalisasi Perdagangan?. Kementerian Keuangan. Jakarta (ID).
- Atase Pertanian Kedutaan Besar Republik Indonesia. 2020. Peluang ekspor selama pandemic. [diunduh pada Maret 2021].
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2018. Budidaya krisan bunga potong. Kementerian Pertanian. Jakarta (ID).
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2021. Berbagai terbitan [internet]. [diunduh pada Februari 2020]. Tersedia pada: www.bps.go.id
- Basri, F dan Munandar, H. 2010. Dasar – dasar ekonomi internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif Edisi Pertama. Kencana. Jakarta (ID)

- Hayati NQ, Rahardjo IB, Bety JA, dan Soehendi R. 2014. Varietas unggul baru krisan agro inovasi dalam peningkatan pendapatan petani bunga di Jawa Tengah. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian
- Hayati NQ. 2014. Preferensi Konsumen Terhadap Krisan Bunga Potong dan Pot. *J.Hort.* Vol. 24 No.4 : 363-372
- Isabella. 2003. Budidaya bunga krisan potong (*Dendranthema grandiflora*) [skripsi]. Bogor (ID); Institut Pertanian Bogor.
- International Chrysanthemum Society. 2002. *Chrysanthemum: challenge & prospect*. McGraw-Hill, Inc. New York
- Immanuel HDS. 2021. Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor udang beku Indonesia di Pasar ASEAN [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Kementerian Keuangan. 2017. Penetapan Bea Masuk dalam Rangka Persetujuan Antara Republik Indonesia dan Jepang Mengenai Kemitraan Ekonomi. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia. Jakarta (ID).
- Kementerian Pertanian. 2018. Krisan Nasional Siap Menggantikan Krisan Introduksi. Jakarta (ID) : Direktorat Jendral Hortikultura [internet]. [Diunduh pada Maret 2021]. tersedia pada: <http://hortikultura.pertanian.go.id/>.
- Khaerunnisa. 2017. Kajian Sistem Agribisnis Bunga Potong Krisan. Program Studi Pascasarjana Agribisnis. Makassar (ID).
- Kementerian Pertanian. 2013. Dukungan Inovasi Teknologi Dalam Peningkatan Daya Saing Industri Florikultura Nasional. Jakarta (ID) : Kementerian Pertanian
- Mankiw N. 2007. Makroekonomi, Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage* (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Kharisma Publishing. Tangerang
- Nurmalinda dan Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage* (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Kharisma Publishing. Tangerang
- Oktaviani R dan Novianti T. 2009. Teori Perdagangan Internasional dan Aplikasinya di Indonesia. Departemen Ilmu Ekonomi FEM IPB. Bogor (ID).
- Pangemanan L, Kapantow G, dan Watung M. 2011. Analisis pendapatan usahatani bunga potong (Studi Kasus Petani Bunga Krisan Putih di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon). Volume 7 Nomor 2, Mei 2011: 5 – 14
- Pitaloka D. 2017. Hortikultura: potensi, pengembangan dan tantangan. Fakultas Ilmu Sains dan Teknologi. Universitas Islam Raden Rahmat. Malang (ID).
- Santoso ME. 2020. Kerjasama IJEP (Indonesia-Japan Economic Partnership) dalam perspektif structural. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*. [diakses pada Maret 2021]. ISSN: 2477- 2623
- Setyapalupi N dan Sudirman IW. 2019. Dampak kurs usd dan perjanjian perdagangan ijepa terhadap kinerja ekspor bunga potong segar di Indonesia. *e-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*.
- Sodhiq A. 2020. Pasar ekspor krisan terbuka lebar tapi harus penuh standar. [diakses Januari 2020].

Sodhiq A. 2020. Pasar ekspor krisan terbuka lebar tapi harus penuh standar. [diakses januari 2020]. Tersedia pada: hortikultura.sariagri.id

[UNComtrade] United Nations Commodity Trade. UN Comtrade Statistic Database. 2021. *Data Query of Import and Export*. [internet]. [diunduh Maret 2021]. Tersedia pada: www.comtrade.un.org.