

RINGKASAN

Indonesia merupakan negara yang identik dengan sektor pertanian, sehingga sebagian besar penduduknya mengandalkan pertanian sebagai sumber pendapatan utama. Di antara berbagai subsektor dalam sektor pertanian, subsektor perkebunan masuk dalam salah satu yang memiliki keunggulan dalam meningkatkan pendapatan negara. Lada putih menjadi salah satu komoditas unggulan yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan ekspor. Pasar Asia menjadi pasar utama lada putih Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki tujuan: mengetahui daya saing lada putih Indonesia di Pasar Asia, dan mengetahui pengaruh variabel independen yaitu GDP negara importir, nilai tukar, dan harga ekspor lada putih terhadap variabel dependen yaitu nilai ekspor lada putih Indonesia.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data panel dengan periode tahun 2015-2022. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) guna melihat tingkat daya saing lada putih Indonesia di Pasar Asia dan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh GDP negara importir, nilai tukar, dan harga lada putih internasional terhadap nilai ekspor lada putih Indonesia dalam runtut waktu dari tahun 2015 hingga tahun 2022. Negara-negara yang menjadi objek penelitian ini adalah Vietnam, India, Jepang, Taiwan, Malaysia, dan Singapura.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa komoditas lada putih Indonesia memiliki daya saing di Vietnam, India, Jepang, Taiwan, Malaysia, dan Singapura. GDP negara importir, nilai tukar, dan harga lada putih internasional secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai ekspor lada putih Indonesia. GDP negara impor memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai ekspor lada putih Indonesia.

Implikasi penelitian yaitu untuk meningkatkan keunggulan komparatif lada putih Indonesia di pasar Asia dapat dilakukan dengan melakukan inovasi baru berupa produk olahan yang dapat memberikan nilai jual yang lebih baik. Dalam memenuhi permintaan internasional diperlukan adanya peningkatan produksi lada putih oleh petani dan didukung pemerintah dengan memberikan dorongan dan strategi peningkatan produksi dan ekspor lada.

Kata Kunci: Ekspor, Lada Putih, Daya Saing, Asia

SUMMARY

Indonesia is a country closely associated with the agricultural sector, with most of its population relying on agriculture as their primary source of income. Among the various subsectors in agriculture, the plantation subsector is one of the key contributors to increasing national income. White pepper is one of the flagship commodities that contributes to economic growth through export activities. The Asian market serves as the primary destination for Indonesia's white pepper, making this study aim to: analyze the competitiveness of Indonesian white pepper in the Asian market and examine the influence of independent variables GDP of importing countries, exchange rates, and export prices of white pepper on the dependent variable, which is the export value of Indonesian white pepper.

This study utilizes secondary data in the form of panel data covering the period from 2015 to 2022. The analytical tools employed in this research include the Revealed Comparative Advantage (RCA) method to assess the competitiveness of Indonesian white pepper in the Asian market and multiple linear regression analysis to examine the influence of importing countries' GDP, exchange rates, and international white pepper prices on Indonesia's white pepper export value over the period from 2015 to 2022. The countries included in this study are Vietnam, India, Japan, Taiwan, Malaysia, and Singapore.

This is a quantitative research study that uses secondary data in the form of panel data from 2015 to 2022. The analytical tools used in this research are the Revealed Comparative Advantage (RCA) and multiple linear regression. The countries studied in this research are Vietnam, India, Japan, Taiwan, Malaysia, and Singapore.

The results of the data analysis show that Indonesian white pepper has competitiveness in Vietnam, India, Japan, Taiwan, Malaysia, and Singapore. The GDP of importing countries, exchange rates, and international white pepper prices collectively have a significant impact on the export value of Indonesian white pepper. The GDP of importing countries has a significantly negative impact on the export value of Indonesian white pepper.

The implication of this research is that to enhance the comparative advantage of Indonesian white pepper in the Asian market, new innovations in processed products that can offer better selling value should be introduced. To meet international demand, increasing white pepper production by farmers is needed, supported by government efforts through production and export enhancement strategies.

Key words: *Export, White Pepper, Competitiveness, Asia*