

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai daya saing kayu manis Indonesia di pasar dunia, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar dunia berdasarkan nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA).
2. Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif di pasar dunia berdasarkan nilai *Export Competitiveness Index* (ECI). Sedangkan melalui perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), Indonesia cenderung sebagai negara pengekspor kayu manis dan ada di tahap kematangan.
3. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing komparatif kayu manis Indonesia di pasar dunia adalah volume ekspor kayu manis Indonesia, harga ekspor kayu manis Indonesia, nilai tukar rupiah terhadap dollar dan tingkat inflasi Indonesia. Sedangkan produksi dan nilai impor kayu manis Indonesia tidak berpengaruh secara signifikan.
4. Daya saing komparatif kayu manis Indonesia tidak memiliki korelasi dengan negara eksportir kayu manis lainnya.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian daya saing kayu manis Indonesia di pasar dunia yaitu sebagai berikut:

1. Melihat peluang akan harga ekspor kayu manis Indonesia yang semakin meningkat serta adanya pengaruh volume ekspor kayu manis Indonesia terhadap daya saing komparatifnya, maka Indonesia perlu meningkatkan kuantitas ekspor kayu manisnya ke pasar dunia agar daya saing kayu manis Indonesia dapat meningkat dan bertahan. Peningkatan volume ekspor tersebut dapat dilakukan melalui diversifikasi pasar, yaitu dengan mencari negara-

negara lain sebagai tujuan dari ekspor kayu manis Indonesia di pasar dunia. Selain itu, Indonesia juga perlu meningkatkan produksi dalam negeri dengan mengurangi alih fungsi lahan perkebunan kayu manis.

2. Keunggulan kompetitif kayu manis Indonesia perlu ditingkatkan yaitu dengan meningkatkan kualitas kayu manisnya melalui pendampingan petani terkait kegiatan budidaya sesuai dengan *Good Agricultural Practices* (GAP) dan peningkatan teknologi pasca panen. Selain itu, Indonesia juga perlu melakukan kegiatan promosi secara berkala baik melalui kegiatan pameran dagang maupun promosi melalui media sosial. Melalui upaya tersebut, Indonesia diharapkan mampu mempertahankan peningkatan nilai ekspor kayu manisnya sehingga dapat unggul secara kompetitif di pasar dunia.
3. Metode perhitungan dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, maka untuk penelitian selanjutnya perlu diteliti dengan metode perhitungan dan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, serta melakukan perbaruan data sesuai dengan data tahun terbaru.

