

## Daya Saing dan Potensi Pengembangan Ekspor Kakao Indonesia di Negara Importir Utama Dunia

Nuris Shokhifatul Aliyah<sup>1</sup>, Suprehatin Suprehatin<sup>2</sup>, dan Yanti Nuraeni Muflikh<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Magister Sains Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

<sup>2</sup>Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB, Babakan, Dramaga, Bogor, Jawa Barat 16680

\*Alamat korespondensi: nuriss.aliyah@apps.ipb.ac.id

---

### INFO ARTIKEL

Diterima: 28-09-2025

Direvisi: 31-12-2025

Dipublikasi: 27-04-2026

Keywords:

Export product dynamic, Down streaming, Export development, Indonesian cocoa, RCA

---

### ABSTRACT/ABSTRAK

**The competitiveness and export development potential of Indonesian cocoa in major importing countries**

Indonesia has considerable potential to enhance its economic performance through the development of cocoa product exports. However, Indonesia's cocoa exports remain concentrated in a limited number of destination countries, while opportunities to expand into the world's largest cocoa-importing markets have not yet been fully exploited. This study aims to analyze the competitiveness performance and market development potential of Indonesian cocoa exports using the Revealed Comparative Advantage (RCA), market share, Export Product Dynamics (EPD), and the X-Model of Potential Export Products (X-Model). The study employs secondary data covering the period 2014–2023 and primary data obtained from seven key informants representing policymakers and relevant stakeholders. The results indicate that the competitiveness and market share of Indonesian cocoa products vary across destination countries, with intermediate products namely cocoa paste, cocoa butter, and cocoa powder exhibiting stronger performance than cocoa beans and finished chocolate products. Canada, United States, Belgium, and Netherlands are identified as potential target markets for export development. This study provides an empirical contribution by mapping the competitiveness and export market potential of Indonesian cocoa products in major importing countries and offers a basis for formulating policies on market diversification and the strengthening of value-added cocoa down streaming.

Kata Kunci:

Export product dynamic, Hilirisasi, Kakao Indonesia, Pengembangan ekspor, RCA

Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomiannya melalui pengembangan ekspor produk kakao. Namun, ekspor kakao Indonesia masih terkonsentrasi pada beberapa negara tujuan utama, sementara peluang untuk memperluas pasar ke negara-negara importir terbesar dunia belum dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis kinerja daya saing dan potensi pengembangan pasar ekspor produk kakao Indonesia menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *market share*, *Export Product Dynamic* (EPD), dan *X-Model Potential Export Products* (X-Model). Penelitian ini menggunakan data sekunder periode 2014–2023 dan data primer dari tujuh informan kunci yang mewakili pengambil kebijakan dan pemangku kepentingan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing dan pangsa pasar kakao Indonesia bervariasi antar negara tujuan, dengan produk antara berupa pasta, mentega, dan bubuk kakao memiliki kinerja lebih baik dibandingkan biji kakao dan cokelat olahan. Kanada, Amerika Serikat, Belgia, dan Belanda teridentifikasi sebagai negara potensial untuk pengembangan

ekspor. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris melalui pemetaan daya saing dan potensi pasar ekspor kakao Indonesia di negara importir utama dunia, serta menjadi dasar perumusan kebijakan diversifikasi pasar dan penguatan hilirisasi kakao berbasis produk bernilai tambah.

---

## PENDAHULUAN

Kakao merupakan salah satu komoditas strategis sektor perkebunan Indonesia yang berkontribusi penting terhadap perekonomian nasional dan menempati urutan ketiga sebagai komoditas ekspor utama sektor perkebunan setelah kelapa sawit dan karet (Kementerian Pertanian, 2023a). Potensi ekonomi tersebut mendorong pemerintah menetapkan kakao sebagai komoditas prioritas dalam pengembangan industri bernilai tambah melalui kebijakan hilirisasi, yang secara eksplisit tercantum dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015–2035 sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2015 (Kementerian Perindustrian, 2015), serta diperkuat dalam Rancangan Teknokratik RPJMN 2025–2029 (Bappenas, 2023). Melalui kerangka tersebut, hilirisasi kakao diharapkan menjadi instrumen transformasi struktur ekspor dari berbasis bahan mentah menuju produk olahan bernilai tambah.

Implementasi hilirisasi kakao diawali dengan penerapan kebijakan bea keluar untuk mengatasi dominasi ekspor bahan mentah, menjamin ketersediaan bahan baku industri, serta mendorong pengembangan industri pengolahan domestik. Sejumlah studi menunjukkan bahwa kebijakan bea keluar telah berhasil mengubah struktur ekspor kakao Indonesia dari dominasi biji mentah menuju produk olahan (Yudyanto & Faisal Hastiadi, 2017; Gautama, 2019; Saragih dkk., 2021). Hingga 2023, sekitar 80 persen *output* industri pengolahan kakao Indonesia ditujukan untuk pasar ekspor dengan nilai lebih dari USD 1,15 miliar (Kemenperin, 2020; ITC, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hilirisasi telah meningkatkan kapasitas produksi dan orientasi ekspor industri kakao nasional.

Meski demikian, keberhasilan hilirisasi kakao tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi dan pengolahan di dalam negeri. Daya saing ekspor kakao turut memiliki peran penting sebagai indikator keberhasilan hilirisasi, mengingat sebagian besar hasil produksi industri olahan kakao Indonesia tertuju ke pasar ekspor. Dalam penelitian ini, daya saing dipahami sebagai kinerja dan dinamika ekspor

produk kakao Indonesia di pasar internasional yang merujuk pada konsep keunggulan komparatif sebagaimana dikemukakan oleh David Ricardo pada tahun 1817, serta mencerminkan perubahan posisi produk dalam struktur permintaan pasar secara dinamis dan implikasinya terhadap peluang pengembangan ekspor.

Relevansi analisis daya saing tersebut semakin kuat ketika dikaitkan dengan struktur permintaan kakao di pasar global. Selama periode 2014–2023, nilai impor kakao dunia rata-rata mencapai USD 51,87 miliar per tahun, dengan lebih dari 50 persen terkonsentrasi pada tujuh negara importir utama, yaitu Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Prancis, Inggris, Belgia, dan Kanada (ITC, 2025). Tingginya konsentrasi permintaan tersebut menunjukkan bahwa kelompok negara importir utama merupakan pasar strategis bagi ekspor kakao. Namun, ekspor kakao Indonesia hingga saat ini masih cenderung terkonsentrasi pada beberapa negara tujuan utama, sehingga peluang di negara-negara dengan permintaan terbesar belum dimanfaatkan secara optimal. Ketergantungan pada pasar yang terbatas berpotensi meningkatkan kerentanan terhadap guncangan eksternal dan menghambat optimalisasi manfaat hilirisasi (Gnangnon, 2021; Ninaquispe *et al.*, 2024).

Penelitian terdahulu telah mengkaji daya saing kakao Indonesia dari beragam perspektif, baik pada tingkat pasar global secara umum (Ramadhani dkk., 2023; Dianawati *et al.*, 2023; Napitupulu dkk., 2024), negara tujuan tertentu (Augustin dkk., 2022; Rahmadona dkk., 2023), maupun produk kakao spesifik (Hermawan, 2019; Wijaya & Simamora, 2024; Nurwansyah dkk., 2024). Meski demikian, kajian-kajian tersebut belum memfokuskan analisis pada negara-negara importir utama dunia sebagai satu kesatuan pasar strategis, padahal kelompok negara tersebut menyerap lebih dari separuh impor kakao global (ITC, 2025). Dengan demikian, terdapat *gap* penelitian terkait bagaimana posisi daya saing kakao Indonesia dan peluang pengembangannya di pasar-pasar dengan tingkat permintaan tertinggi.

Berdasarkan *gap* tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing dan potensi pengembangan ekspor kakao Indonesia di negara-

negara importir utama dunia. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dengan memperluas analisis daya saing ekspor dari pendekatan agregat, pasar tunggal, maupun pasar tradisional menuju evaluasi yang berfokus pada pasar-pasar dengan tingkat permintaan terbesar, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai daya saing kakao Indonesia di pasar global. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar empiris bagi perumusan strategi diversifikasi pasar ekspor kakao olahan serta penguatan efektivitas kebijakan hilirisasi dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja ekspor dan nilai tambah kakao Indonesia di pasar potensial.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Juni 2025 menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *International Trade Centre* (ITC) berupa data panel yang mencakup nilai ekspor produk kakao Indonesia selama periode 2014–2023 ke tujuh negara importir kakao utama dunia, yaitu Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Prancis, Inggris, Belgia, dan Kanada. Pemilihan negara tujuan didasarkan pada kontribusinya yang secara akumulatif mewakili lebih dari 50% total impor kakao global selama periode pengamatan, sehingga mencerminkan pasar strategis dengan tingkat permintaan terbesar. Produk kakao yang dianalisis dikelompokkan berdasarkan kode *Harmonized System* (HS) empat digit, meliputi HS 1801 (biji kakao), HS 1803 (pasta kakao), HS 1804 (mentega kakao), HS 1805 (bubuk kakao), dan HS 1806 (cokelat olahan). Seluruh pengolahan data kuantitatif dilakukan menggunakan Microsoft Excel.

Sementara itu, data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tujuh informan kunci (*key informants*) yang mewakili instansi pemerintah terkait perdagangan dan industri kakao, yaitu dua informan Kementerian Perdagangan, satu informan Kementerian Perindustrian, tiga informan *Indonesian Trade Promotion Center Los Angeles* (ITPC LA), serta satu informan pelaku usaha ekspor kakao dari PT Export Tani Nusantara. Data primer digunakan untuk memperkuat interpretasi hasil analisis kuantitatif dan memberikan konteks empiris terhadap faktor-faktor lainnya yang memengaruhi daya saing dan peluang pengembangan ekspor kakao Indonesia di negara importir utama dunia.

Penelitian ini menggunakan empat analisis kuantitatif, yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *market share*, *Export Product Dynamics* (EPD), dan *X-Model Potential Export Products* (X-Model). Keempat metode tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman komprehensif terkait keunggulan komparatif, tingkat penguasaan pasar, dinamika kinerja ekspor, serta potensi pengembangan pasar kakao Indonesia.

### *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

RCA merupakan alat analisis dalam pengukuran daya saing yang dikembangkan oleh Balassa (1965) yang digunakan untuk menentukan keunggulan komparatif dengan membandingkan rasio pangsa pasar ekspor suatu komoditas di pasar internasional. Indeks RCA masih sering digunakan dalam kajian perdagangan internasional karena mampu menunjukkan posisi relatif suatu komoditas dibandingkan rata-rata dunia dalam hal pangsa ekspor (Jones & Bethmann, 2023). Dalam penelitian ini, RCA digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan komparatif produk kakao Indonesia di masing-masing negara importir utama dunia. Secara matematis, RCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{(X_{ij} / X_{tj})}{(W_j / W_{tj})}$$

Di mana  $X_{ij}$  adalah nilai ekspor produk kakao Indonesia ke negara  $j$ .  $X_{tj}$  adalah nilai ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara  $j$ .  $W_j$  adalah nilai ekspor produk kakao dunia ke negara  $j$ .  $W_{tj}$  adalah nilai ekspor seluruh komoditas dunia ke negara  $j$ . Notasi  $i$  merepresentasikan negara eksportir, yaitu Indonesia, sedangkan  $j$  menunjukkan negara tujuan ekspor, yaitu Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Prancis, Inggris, Belgia, dan Kanada.

Nilai RCA berada pada rentang  $0 \leq RCA \leq \infty$ . Mengacu pada Hinloopen & Marrewijk, (2001), nilai RCA diklasifikasikan menjadi tidak berdaya saing ( $0 \leq RCA \leq 1$ ), berdaya saing lemah ( $1 < RCA \leq 2$ ), berdaya saing sedang ( $2 < RCA \leq 4$ ), dan berdaya saing kuat ( $RCA > 4$ ). Meskipun RCA banyak digunakan dalam analisis daya saing perdagangan, RCA memiliki keterbatasan *small size paradox*, yaitu kondisi di mana nilai ekspor yang relatif kecil dapat menghasilkan nilai RCA yang tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini hasil RCA dikombinasikan dengan analisis *market share* dan EPD untuk melengkapi pemahaman daya saing dalam skala perdagangan dan dinamika pasar.

### Market Share

*Market share* merupakan indikator yang menunjukkan proporsi ekspor kakao Indonesia terhadap total ekspor kakao dunia di masing-masing negara importir. Indikator ini umum digunakan dalam literatur perdagangan internasional untuk menilai posisi kompetitif suatu negara dalam pasar global, karena mencerminkan *share* suatu produk dalam keseluruhan pasar ekspor dunia dan tidak hanya memperhitungkan rasio relatif. Secara empiris, *market share* dianggap sebagai salah satu ukuran kinerja suatu komoditas dalam perdagangan internasional yang memperlihatkan kontribusi relatif terhadap pasar global untuk produk tertentu (García Juárez *et al.*, 2025). Secara matematis, *market share* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Market share} = (X_{ij} / W_j) * 100\%$$

Di mana  $X_{ij}$  merupakan nilai ekspor kakao Indonesia ke negara  $j$  dan  $W_j$  merupakan nilai ekspor kakao dunia ke negara  $j$ . Nilai *market share* yang tinggi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam pasar tujuan, sedangkan

nilai *market share* yang rendah menunjukkan bahwa kontribusi Indonesia masih terbatas.

### Export Product Dynamic (EPD)

EPD merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi dinamika daya saing ekspor dalam periode tertentu dengan mempertimbangkan perubahan pangsa ekspor suatu negara serta pertumbuhan permintaan pasar dunia (Esterhuizen, 2006). Berbeda dengan RCA dan *market share* yang bersifat statis, EPD mampu menunjukkan arah perubahan posisi ekspor secara dinamis. Analisis EPD dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi apakah produk kakao Indonesia di negara importir utama berada pada posisi yang menguntungkan (*rising star*), mengalami perlambatan (*falling star*), menghadapi peluang yang belum termanfaatkan (*lost opportunity*), atau menunjukkan penurunan daya saing (*retreat*). Klasifikasi tersebut didasarkan pada kombinasi kinerja relatif ekspor Indonesia dan dinamika pertumbuhan pasar dunia yang direpresentasikan oleh sumbu X dan sumbu Y dalam matriks EPD (Tabel 1).

Tabel 1. Posisi pasar ekspor pada matriks EPD

Pangsa ekspor negara dalam perdagangan dunia (Sumbu X)	Pangsa produk dalam perdagangan dunia (Sumbu Y)	
	Dinamis	Stagnan
Kompetitif	<i>Rising star</i>	<i>Falling star</i>
Non-kompetitif	<i>Lost opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber: Esterhuizen (2006)

Dalam matriks EPD, sumbu X merepresentasikan pertumbuhan pangsa ekspor Indonesia terhadap total ekspor dunia di negara tujuan yang mencerminkan kekuatan bisnis, yakni kemampuan Indonesia dalam meningkatkan posisi kompetitifnya. Sementara itu, sumbu Y merepresentasikan pertumbuhan pangsa produk kakao dalam perdagangan dunia yang mencerminkan daya tarik pasar, yakni tingkat pertumbuhan permintaan global terhadap produk tersebut. Dengan demikian, posisi suatu produk dalam matriks EPD ditentukan oleh kombinasi kinerja ekspor Indonesia dan dinamika permintaan pasar dunia. Sumbu X dan sumbu Y secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Sumbu X} = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_j}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_j}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

$$\text{Sumbu Y} = \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{tj}}{W_{tj}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Di mana  $X_{ij}$  adalah nilai ekspor produk kakao Indonesia ke negara  $j$ .  $X_{tj}$  adalah nilai ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara  $j$ .  $W_j$  adalah nilai ekspor produk kakao dunia ke negara  $j$ .  $W_{tj}$  adalah nilai ekspor seluruh komoditas dunia ke negara  $j$ . Notasi  $i$  merepresentasikan negara eksportir, yaitu Indonesia, sedangkan  $j$  menunjukkan negara tujuan

ekspor, yaitu Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Prancis, Inggris, Belgia, dan Kanada. Sementara itu,  $T$  menunjukkan periode tahun analisis.

### X-Model Potential Export Products (X-Model)

X-Model menggabungkan hasil analisis RCA dan EPD untuk menilai potensi pasar ekspor kakao

dengan membagi pasar menjadi empat kategori, yaitu pasar optimis, potensial, kurang potensial, dan tidak potensial (Tabel 2). Dari keempat jenis pasar tersebut, pengembangan pasar ekspor ditujukan ke negara yang termasuk pada kategori pasar optimis dan potensial. Selanjutnya, diekplorasi lebih lanjut justifikasi mengapa negara tersebut dapat dijadikan alternatif pengembangan ekspor potensial produk kakao Indonesia melalui kajian literatur dan wawancara dengan *key informants*.

Tabel 2. Pengelompokan pasar ekspor metode analisis X-Model

RCA	EPD	X-Model
> 1	<i>Rising star</i>	Pasar Optimis
	<i>Lost opportunity</i>	Pasar Potensial
	<i>Falling star</i>	Pasar Potensial
	<i>Retreat</i>	Pasar Kurang potensial
< 1	<i>Rising star</i>	Pasar Potensial
	<i>Lost opportunity</i>	Pasar Kurang Potensial
	<i>Falling star</i>	Pasar Kurang Potensial
	<i>Retreat</i>	Pasar Tidak Potensial

Sumber: Kementerian Perdagangan, (2013)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Daya Saing Ekspor Kakao Indonesia di Negara Importir Utama Dunia

Performa ekspor kakao Indonesia di pasar global tidak dapat dilepaskan dari struktur industri kakao domestik serta karakteristik masing-masing jenis produk kakao dalam rantai nilai perdagangan internasional. Biji kakao (HS 1801) merupakan produk hulu yang sebagian besar hasil produksinya berasal dari perkebunan rakyat di wilayah sentra industri kakao, yakni daerah Sulawesi, Sumatra, dan Jawa Timur (BPS, 2023; Kementan, 2023b). Sementara itu, produk antara kakao, seperti pasta kakao (HS 1803), mentega kakao (HS 1804), dan bubuk kakao (HS 1805), dihasilkan melalui proses pengolahan yang memerlukan skala produksi, teknologi, dan standar mutu tertentu, sehingga produksinya didominasi oleh industri pengolahan menengah dan besar. Dalam perdagangan global, produk-produk antara tersebut memiliki permintaan yang relatif stabil karena menjadi input utama bagi industri cokelat di negara maju. Sebaliknya, produk cokelat olahan (HS 1806) umumnya diproduksi di

negara konsumen akhir dengan kapasitas industri hilir yang kuat, inovasi produk yang tinggi, serta kemampuan memenuhi standar mutu dan keberlanjutan yang ketat, sehingga pengembangan produk ini di Indonesia masih relatif terbatas. Kondisi struktur produksi dan posisi Indonesia dalam rantai nilai kakao global tersebut sejalan dengan hasil analisis RCA, *market share*, dan EPD dalam penelitian ini yang menunjukkan daya saing ekspor Indonesia relatif lebih kuat pada produk antara dibandingkan biji kakao mentah maupun cokelat olahan.

Selaras dengan struktur industri dan posisi Indonesia dalam rantai nilai kakao global, hasil analisis RCA dan *market share* menunjukkan variasi tingkat daya saing produk kakao Indonesia di tujuh negara importir utama dunia (Tabel 3). Mentega kakao menunjukkan daya saing kuat di sebagian besar negara tujuan, kecuali di Belgia. Produk bubuk kakao dan pasta kakao memiliki daya saing yang beragam, tergantung negara tujuan. Sementara itu, biji kakao dan cokelat tidak berdaya saing hampir di seluruh negara tujuan, selain Kanada. Kondisi tersebut menunjukkan kinerja daya saing yang lebih baik pada produk antara (*intermediate products*) kakao dibanding biji kakao dan cokelat olahan.

Analisis RCA dan *market share* memberikan gambaran posisi daya saing ekspor kakao Indonesia pada periode tertentu, namun belum mampu menangkap perubahan kinerjanya dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, analisis *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk melengkapi hasil tersebut dengan mengidentifikasi arah perkembangan daya saing produk kakao Indonesia di negara-negara importir kakao utama dunia secara dinamis. Hasil analisis EPD menunjukkan bahwa posisi daya saing produk kakao Indonesia di sebagian besar pasar tujuan cenderung kurang menguntungkan, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.

Selanjutnya, integrasi hasil analisis RCA, *market share*, dan EPD menunjukkan bahwa daya saing ekspor produk kakao Indonesia berbeda antarjenis produk dan antarnegara importir. Biji kakao mengalami penurunan daya saing yang cukup signifikan, terutama akibat kebijakan bea keluar (Gautama, 2019; Ramadhani dkk., 2023) yang menekan ekspor ke negara tujuan utama seperti Amerika Serikat dan Jerman, sehingga pangsa pasarnya tergantikan oleh negara-negara produsen Afrika (ITC, 2025). Sebaliknya, kebijakan bea keluar justru mendorong peningkatan ekspor produk olahan

kakao yang sejalan dengan upaya hilirisasi industri dalam negeri (Hanafi, 2016). Produk pasta kakao menunjukkan daya saing kuat di Amerika Serikat dan Jerman, namun tidak berdaya saing di pasar Eropa lainnya karena adanya standar keberlanjutan yang ketat, seperti inisiatif *Beyond Chocolate* di Belgia (FPS Foreign Affairs Belgium, 2020; CBI, 2024a).

Tabel 3. Nilai RCA dan *market share* (%) produk kakao Indonesia di negara importir kakao utama dunia

Negara Tujuan	Jenis Produk				
	Biji Kakao (HS 1801)	Pasta Kakao (HS 1803)	Mentega Kakao (HS 1804)	Bubuk Kakao (HS 1805)	Cokelat Olahan (HS 1806)
Amerika Serikat	0,0847 (0,11028%)	5,4356 (5,27720%)	32,4306 (37,83562%)	1,1155 (1,24980%)	0,0040 (0,00435%)
Jerman	0,2310 (0,03821%)	8,2913 (2,62969%)	31,8121 (5,84634%)	11,9594 (2,53972%)	0,0060 (0,00106%)
Belanda	0,0424 (0,02799%)	0,3568 (0,24005%)	20,0449 (12,63739%)	2,3549 (1,34890%)	0,0023 (0,00146%)
Prancis	0,0336 (0,00637%)	0,0000 (0,00000%)	16,9509 (3,13437%)	0,2829 (0,04996%)	0,0001 (0,00002%)
Inggris	0,0105 (0,00351%)	0,7068 (0,19201%)	5,1038 (1,75300%)	0,1043 (0,03110%)	0,0005 (0,00014%)
Belgia	0,2311 (0,05816%)	0,1484 (0,03651%)	0,8687 (0,01245%)	0,0003 (0,00011%)	0,0079 (0,00210%)
Kanada	6,4724 (0,92921%)	2,6157 (0,58372%)	124,8937 (24,19371%)	12,1750 (2,88399%)	20,9918 (3,93507%)

Keterangan:

Nilai dalam tanda kurung adalah *market share* (%)

- Daya saing kuat
- Daya saing lemah
- Daya saing sedang
- Tidak berdaya saing

Tabel 4. Hasil analisis EPD produk kakao Indonesia di negara-negara importir kakao utama dunia periode 2014-2023

Negara Tujuan	Jenis Produk				
	Biji Kakao (HS 1801)	Pasta Kakao (HS 1803)	Mentega Kakao (HS 1804)	Bubuk Kakao (HS 1805)	Cokelat Olahan (HS 1806)
Amerika Serikat	LO	LO	LO	RS	LO
Jerman	R	R	R	R	R
Belanda	R	R	FS	R	FS
Prancis	FS	FS	R	R	FS
Inggris	FS	FS	R	R	R
Belgia	LO	RS	RS	RS	LO
Kanada	LO	LO	LO	RS	LO

Keterangan: ■ *Rising star* (RS) ■ *Falling star* (FS) ■ *Lost opportunity* (LO) ■ *Retreat* (R)

Sementara itu, mentega kakao menjadi produk dengan kinerja terbaik yang berdaya saing kuat hampir di seluruh negara importir, khususnya di Amerika Serikat, Kanada, dan Belanda yang sejalan dengan penelitian Nurwansyah dkk., (2024). Bubuk kakao juga berdaya saing di Jerman, Kanada, dan Belanda, meskipun memiliki *market share* yang relatif kecil. Sementara itu, cokelat olahan masih belum berdaya saing karena keterbatasan kualitas, inovasi, dan pemenuhan standar keberlanjutan.

Gambaran tersebut dapat dipahami lebih mendalam dengan melihat posisi ekspor kakao Indonesia di tiap negara importir. Di pasar Amerika Serikat, pasta dan mentega kakao menunjukkan keunggulan komparatif yang kuat berdasarkan analisis RCA, tetapi menempati posisi *lost opportunity* berdasarkan analisis EPD. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa potensi ekspor produk tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, terutama karena hambatan non-tarif seperti *Food*

*Safety Modernization Act* (FSMA), pelabelan asal produk (*Country of Origin Labeling*), dan penerapan sistem keamanan pangan berbasis *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) (UNCTAD, 2018). Bubuk kakao menempati posisi *rising star*, yang menunjukkan peluang ekspor menjanjikan, sedangkan biji kakao dan cokelat olahan memiliki nilai RCA yang rendah dan berada dalam posisi *lost opportunity*. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh struktur tarif eskalasi, di mana produk olahan dikenakan tarif impor lebih tinggi dibandingkan bahan mentah, serta regulasi *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) (Avesani, 2017; Darhyati *et al.*, 2017).

Kondisi serupa juga terlihat di Jerman, di mana mentega, pasta, dan bubuk kakao Indonesia memiliki daya saing kuat, namun seluruh produk berada dalam posisi *retreat*. Kondisi tersebut menunjukkan penurunan pangsa pasar relatif Indonesia di tengah persaingan yang ketat. Hambatan utama berasal dari tarif eskalasi untuk produk olahan, serta regulasi teknis seperti HACCP, pelabelan asal, dan kepatuhan terhadap *European Union Cocoa and Chocolate Directive dan Regulation* (EC) No 1935/2004. Selain itu, struktur industri kakao di Jerman yang sangat terintegrasi juga menjadi tantangan tersendiri. Industri ini didominasi oleh perusahaan multinasional besar seperti Barry Callebaut dan Cargill yang menguasai rantai pasok dari hulu hingga hilir dan hanya bekerja sama dengan pemasok yang telah memenuhi standar keberlanjutan internasional (CBI, 2022a).

Di Belanda, meskipun mentega kakao menunjukkan RCA tinggi, performa ekspornya terus menurun. Produk biji kakao, pasta, dan bubuk berada dalam posisi *retreat*, sementara cokelat olahan dan mentega kakao tergolong *falling star*. Hambatan utama berasal dari regulasi SPS untuk biji kakao dan hambatan *Technical Barriers to Trade* (TBT) untuk produk olahan, seperti batas maksimum residu pestisida, kandungan logam berat, serta persyaratan sertifikasi seperti *Rainforest Alliance*, *Fairtrade*, dan kepatuhan terhadap *European Union Deforestation-Free Regulation* (EUDR) (CBI, 2024b).

Di Prancis, hanya mentega kakao yang memiliki nilai RCA di atas satu, namun berada dalam posisi *retreat*. Produk lainnya tergolong tidak berdaya saing dan sebagian besar mengalami penurunan performa ekspor. Struktur pasar yang didominasi oleh negara-negara Afrika Barat seperti Pantai Gading dan Ghana, membuat produk Indonesia sulit bersaing. Tantangan tambahan muncul dari standar kualitas

tinggi dan keberlanjutan seperti EUDR dan pelabelan asal produk (CBI, 2025). Sementara di Inggris, produk kakao Indonesia juga menghadapi berbagai hambatan, terutama setelah keluarnya Inggris dari Uni Eropa (*Brexit*). Mentega kakao merupakan satu-satunya produk yang memiliki daya saing kuat, namun menurun secara dinamik ekspor sehingga menempati posisi *retreat*. Produk lainnya berada pada posisi *falling star* dan *retreat* dengan pangsa pasar yang rendah. Hambatan yang dihadapi antara lain tarif eskalasi sebesar 12–18 persen untuk produk olahan, regulasi SPS dan TBT, serta sertifikasi seperti HACCP, *Good Agricultural Practices* (GAP), dan keberlanjutan (CBI, 2022b; Du & Shepotylo, 2022).

Pasar Belgia memperlihatkan peluang yang belum tergarap optimal. Semua produk kakao Indonesia tidak menunjukkan keunggulan komparatif berdasarkan analisis RCA. Namun, produk antara kakao berada dalam posisi *rising star*. Sementara itu, biji kakao dan cokelat olahan tergolong *lost opportunity*. Struktur pasar yang sangat terkonsentrasi dan dominasi perusahaan seperti Barry Callebaut, Cargill, dan Puratos membatasi ruang bagi pemain baru, terutama dari negara-negara yang belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem keberlanjutan (CBI, 2024c).

Kanada memberikan sinyal positif, di mana hampir seluruh produk kakao Indonesia memiliki nilai RCA tinggi, tetapi sebagian besar berada dalam posisi *lost opportunity*. Hanya bubuk kakao yang menempati posisi *rising star*. Ketidaksiharian antara daya saing dan kinerja ekspor tersebut terjadi karena penerapan NTM dan SPS yang ketat, seperti pengujian residu, sertifikasi sanitasi, dan dokumentasi *traceability* yang kompleks (Darhyati *et al.*, 2017).

Analisis daya saing dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ekspor kakao Indonesia di negara-negara importir utama dunia relatif lebih unggul pada produk antara berupa mentega, pasta, dan bubuk kakao, dibandingkan biji kakao mentah dan cokelat olahan. Rendahnya daya saing pada biji kakao Indonesia disebabkan oleh penerapan kebijakan bea keluar ekspor biji kakao (Murwendah & Desyani, 2023), serta kondisi domestik berupa penurunan produksi kakao dan mutu biji yang belum seragam akibat rendahnya tingkat fermentasi di tingkat petani yang turut membatasi kemampuan Indonesia dalam mempertahankan pasokan dan kualitas biji kakao di pasar internasional (Kementerian Pertanian, 2024; FAO, 2025)

Sementara itu, rendahnya daya saing produk cokelat olahan Indonesia antara lain disebabkan oleh kuatnya dominasi produk cokelat dari perusahaan multinasional yang telah lama menguasai pasar global, seperti Mars, Mondelez, dan Ferrero. Perusahaan-perusahaan tersebut memiliki keunggulan dalam skala produksi, kekuatan merek, jaringan distribusi internasional, serta kemampuan memenuhi standar kualitas dan keberlanjutan di berbagai pasar tujuan, sehingga menyulitkan produk cokelat olahan Indonesia untuk bersaing secara langsung di segmen pasar global yang sangat kompetitif (Report Prime, 2025).

Temuan penelitian ini sejalan dengan Yemima & Novianti, (2020) dan Rahmadona dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa daya saing produk kakao Indonesia cenderung lebih kuat pada produk antara. Namun, keunggulan tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam kinerja ekspor dinamis, karena sebagian besar produk masih berada pada posisi *lost opportunity* dan *retreat*. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa meskipun Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada produk olahan kakao, pemanfaatan peluang pasar global masih terhambat oleh berbagai faktor struktural, termasuk keberadaan hambatan non-tarif dan tuntutan pemenuhan standar teknis dan keberlanjutan di negara tujuan, sebagaimana diidentifikasi oleh Subawa & Setyari, (2024).

Perbedaan antara keunggulan komparatif yang dimiliki dan kinerja ekspor dinamis yang belum optimal menunjukkan bahwa kemampuan dalam

mengidentifikasi dan memanfaatkan pasar ekspor yang paling potensial penting untuk dikaji. Analisis daya saing saja belum cukup untuk menentukan arah pengembangan ekspor yang potensial, sehingga diperlukan analisis pasar yang mempertimbangkan daya saing dan dinamika pertumbuhan pasar di masing-masing pasar tujuan. Dengan demikian, analisis potensi pengembangan pasar ekspor menjadi penting untuk mengarahkan strategi ekspor kakao Indonesia secara lebih efektif.

### Potensi Pengembangan Ekspor Kakao Indonesia di Negara Importir Utama Dunia

Hasil klusterisasi analisis X-Model menunjukkan bahwa terdapat empat negara yang tergolong dalam kategori pasar optimis dan potensial, yaitu Kanada, Amerika Serikat, Belgia, dan Belanda. Artinya, keempat negara tersebut dapat menjadi prioritas pengembangan ekspor kakao Indonesia untuk produk-produk tertentu yang termasuk pada kategori optimis dan potensial. Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informants* yang merupakan analis perdagangan dari Kementerian Perdagangan, telah dikonfirmasi bahwa empat negara tersebut termasuk dalam daftar negara yang menjadi sasaran penguatan akses pasar melalui promosi dagang dan kerja sama perdagangan dengan keberadaan perwakilan dagang Indonesia atau yang biasa dikenal sebagai *International Trade Promotion Center* (ITPC) di masing-masing negara tersebut. Rincian pemetaan pasar ekspor produk kakao Indonesia berdasarkan kategori tersebut disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Pemetaan pasar ekspor potensial produk kakao Indonesia berdasarkan analisis X-Model

Jenis Produk	Kategori Pasar Ekspor			
	Pasar Optimis	Pasar Potensial	Pasar Kurang Potensial	Pasar Tidak Potensial
Biji kakao (HS 1801)	-	Kanada	Amerika Serikat, Prancis, Inggris, Belgia	Jerman, Belanda
Pasta kakao (HS 1803)	-	Amerika Serikat, Belgia, Kanada	Jerman, Prancis, Inggris	Belanda
Mentega kakao (HS 1804)	Kanada	Amerika Serikat, Belanda, Belgia	Jerman, Prancis, Inggris	-
Bubuk kakao (HS 1805)	Amerika Serikat, Kanada	Belgia	Jerman, Belanda	Prancis, Inggris
Cokelat olahan (HS 1806)	-	Kanada	Amerika Serikat, Belanda, Prancis, Belgia	Jerman, Inggris

Hasil pemetaan tersebut menunjukkan adanya variasi kategori pengembangan pasar ekspor pada tiap produk kakao di negara importir utama dengan fokus

pada negara-negara prioritas. Pertama, Kanada adalah pasar optimis untuk mentega dan bubuk kakao, serta pasar potensial untuk biji kakao dan

cokelat. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Fahmid *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa Kanada merupakan salah satu pasar yang menjanjikan untuk ekspor kakao Indonesia. Selain itu, Indonesia juga memiliki daya saing kuat di pasar Kanada (Tabel 3), yang merupakan modal dan peluang besar untuk peningkatan penetrasi pasar produk kakao, meskipun pangsa ekspor kakao Indonesia di Kanada saat ini baru mencapai 6,5 persen (ITC, 2025).

Potensi tersebut diperkuat dengan peresmian *Canada-Indonesia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA) pada Desember 2024 yang akan berlaku mulai 2026, yang dapat memperluas akses pasar dan mengurangi hambatan tarif maupun non-tarif (ICIS, 2024). Dalam wawancara dengan *key informants* disebutkan bahwa CEPA juga membuka ruang bagi fasilitasi promosi dan peningkatan kapabilitas pelaku ekspor. Industri makanan dan minuman di Kanada yang memanfaatkan bahan baku kakao untuk berbagai produk seperti roti, susu, dan makanan fungsional, diproyeksikan terus tumbuh hingga 2035, terutama untuk produk premium, organik, dan *fair trade* (Market Research Future, 2024).

Kedua, Amerika Serikat merupakan pasar optimis untuk bubuk kakao, dan potensial untuk pasta dan mentega kakao (Tabel 5). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Ikhwan *et al.* (2024) dan Napitupulu dkk., (2024) yang menyatakan bahwa produk antara kakao Indonesia berdaya saing kuat di Amerika Serikat. Kebutuhan industri besar di Amerika Serikat seperti Mars, Hershey, dan Mondelez terhadap bahan baku kakao berkelanjutan menciptakan peluang bagi eksportir Indonesia. Namun, tantangan juga muncul dari tingginya standar mutu dan keberlanjutan, seperti sertifikasi *United States Department of Agriculture* (USDA) *Organic*, *Kosher*, dan *fair trade*. Informasi tersebut diperkuat oleh wawancara dengan *key informants* yang merupakan perwakilan ITPC Los Angeles, yang menekankan pentingnya *storytelling* produk, keberlanjutan, dan *branding* berbasis nilai tambah Indonesia untuk menembus pasar Amerika Serikat. Ketiga, Belgia diidentifikasi sebagai pasar potensial untuk pengembangan ekspor produk antara kakao Indonesia (Tabel 5). Potensi tersebut didukung oleh kapasitas produksi cokelat yang mencapai 584.000 ton per tahun. Belgia menyerap produk antara kakao sebagai bahan baku utama untuk pembuatan cokelat premium oleh produsen ternama seperti Leonidas, Neuhaus, dan Godiva (Firmanto, 2016). Tingkat konsumsi cokelat di Belgia sekitar 5,6 kg per kapita

per tahun, yang mencerminkan tingginya permintaan domestik. Pasar cokelat Belgia juga diproyeksikan tumbuh sebesar 3,7 persen per tahun pada periode 2023–2028, sehingga membuka peluang ekspor yang lebih luas bagi produk kakao Indonesia. Produk organik dan *fair trade* juga memiliki peluang karena konsumen Belgia sangat peduli dengan etika dan lingkungan (CBI, 2024c). Dalam wawancara dengan analis perdagangan Kementerian Perdagangan, disampaikan bahwa Belgia merupakan *hub* perdagangan kakao Eropa, yang dinilai strategis sebagai pintu masuk menuju pasar Eropa lainnya, dan termasuk dalam prioritas pasar Eropa yang dioptimalkan melalui promosi aktif dan partisipasi pameran internasional, salah satunya melalui dukungan ITPC Brussel.

### **Validasi Hasil Melalui Wawancara dengan *Key Informants***

Hasil wawancara dengan *key informants* dari Kementerian Perdagangan (Kemendag), Kementerian Perindustrian (Kemenperin), *Indonesian Trade Promotion Center Los Angeles* (ITPC LA), dan eksportir kakao dari PT Ekspor Tani Nusantara menguatkan temuan kuantitatif mengenai posisi dan potensi ekspor kakao Indonesia di pasar global. Secara umum, para informan menilai bahwa Amerika Serikat, Belgia, Belanda, dan Kanada merupakan pasar yang relevan dalam strategi pengembangan ekspor kakao, meskipun karakteristik permintaan dan tantangannya berbeda antar negara.

*“Belanda dan Amerika Serikat menunjukkan tren permintaan kakao yang positif, sementara Belgia dan Belanda memiliki peran strategis sebagai hub perdagangan kakao di Eropa, baik sebagai negara pengolah maupun trader untuk distribusi ke pasar Eropa lainnya. Selain itu, Kanada, Amerika Serikat, Belgia, dan Belanda juga menjadi sasaran penguatan akses pasar karena keberadaan ITPC serta peluang kerja sama promosi dan perdagangan”* (Wawancara Kemendag). *“Ekspor kakao Indonesia ke Amerika Serikat mengalami menunjukkan tren yang positif dan mengalami peningkatan signifikan pada beberapa tahun terakhir”* (Wawancara ITPC LA).

Pada aspek peluang produk, kakao Indonesia dinilai memiliki karakteristik intrinsik yang kompetitif, khususnya dari segi cita rasa dan titik leleh, yang berpotensi mendukung pengembangan produk bernilai tambah. Munculnya industri cokelat artisan di dalam negeri juga dipandang sebagai sinyal positif bagi penguatan segmen premium, meskipun skalanya masih terbatas.

*“Indonesia memiliki potensi dalam pengembangan produk cokelat premium dan artisan melalui peningkatan kualitas dan penguatan narasi produk. Tren merek cokelat artisan mulai tumbuh di beberapa wilayah seperti Bali, namun pengembangannya masih menghadapi kendala skala produksi dan literasi konsumen, sehingga sebagian besar ekspor kakao Indonesia saat ini masih berupa produk setengah jadi”* (Wawancara Kemenperin).

Selain itu, peningkatan daya saing ekspor kakao Indonesia masih menghadapi berbagai kendala struktural. Salah satu hambatan utama berasal dari mutu pascapanen, khususnya rendahnya tingkat fermentasi biji kakao, yang membatasi akses ke segmen pasar bernilai tinggi. Keterbatasan pemahaman dan kesiapan pelaku usaha terhadap regulasi teknis dan sertifikasi internasional juga menjadi kendala bagi produk kakao Indonesia dalam memasuki pasar global.

*“Tingkat fermentasi petani kita masih sangat rendah. Petani lebih memilih untuk langsung menjual biji kakao tanpa fermentasi karena kebutuhan ekonomi jangka pendek. Selain itu, ketatnya regulasi dalam memasuki pasar negara maju seperti Amerika dan Eropa yang memerlukan kesiapan administratif dan biaya tidak kecil juga menjadi penghambat ekspor kakao kita”* (Wawancara Kemendag).

*“Hambatan terbesar bagi eksportir, khususnya ke pasar Amerika Serikat, adalah kompleksitas regulasi dan standar teknis, seperti FDA, USDA Organic, Kosher, Fair Trade, hingga regulasi pada negara bagian tertentu, seperti Proposition 65 di California”* (Wawancara ITPC LA).

Indonesia juga menghadapi tantangan lain yang berkaitan dengan konsistensi pasokan, kesiapan dokumen ekspor, serta keterbatasan kapasitas produksi. Kondisi tersebut menyebabkan ekspor kakao Indonesia masih didominasi oleh produk antara yang ditujukan ke segmen industri, sementara pengembangan produk hilir untuk pasar ritel internasional relatif terbatas.

*“Menjaga konsistensi volume dan kualitas ekspor masih menjadi tantangan berat, terutama ketika berhadapan dengan permintaan pasar luar negeri yang menuntut kepastian pasokan jangka panjang”* (Wawancara eksportir).

Hasil wawancara terhadap *key informants* menguatkan temuan kuantitatif bahwa potensi ekspor kakao Indonesia di negara importir utama dunia masih terbuka, tetapi realisasinya sangat dipengaruhi oleh faktor domestik, terutama pada

aspek mutu bahan baku, kesiapan pelaku usaha, serta dukungan kelembagaan dan kebijakan. Oleh karena itu, peningkatan daya saing ekspor kakao Indonesia memerlukan penguatan rantai pasok dari hulu hingga hilir secara terintegrasi agar peluang pasar yang ada dapat dimanfaatkan secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Pada sektor hulu, strategi pengembangan perlu difokuskan pada peningkatan mutu bahan baku melalui perbaikan praktik budidaya dan pascapanen, khususnya fermentasi biji kakao yang penting untuk lebih diperhatikan. Penguatan kapasitas petani dalam aspek teknis dan manajerial dapat dilakukan melalui pelatihan teknis mengenai budidaya dan pascapanen kakao, termasuk teknik fermentasi, pengeringan, dan penyimpanan yang sesuai standar mutu ekspor. Selain itu, penyuluhan yang dilakukan secara berkelanjutan diperlukan agar petani memperoleh pembaruan informasi dan praktik yang relevan dengan permintaan pasar. Akses terhadap teknologi juga penting untuk meningkatkan efisiensi dan menjaga konsistensi kualitas produk sebelum masuk ke rantai industri pengolahan atau ekspor.

Pada sektor hulu juga perlu mempertimbangkan keberlanjutan ketersediaan bahan baku, mengingat tren produksi kakao Indonesia yang mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam menjawab tantangan tersebut, perlu didorong regenerasi kebun kakao melalui program peremajaan tanaman, penggunaan varietas unggul, serta penyediaan bibit dan sarana produksi secara lebih merata. Di samping itu, pengorganisasian petani dalam kelembagaan kolektif seperti koperasi atau kelompok tani juga penting untuk menjamin kontinuitas pasokan, efisiensi logistik, *traceability* produk, serta mempermudah integrasi ke dalam rantai pasok ekspor.

Sementara itu, pada sektor hilir, strategi pengembangan sebaiknya difokuskan pada perluasan akses bahan baku kakao berkualitas untuk industri pengolahan, terutama bahan baku yang berasal dari dalam negeri untuk mendukung keberlanjutan pasokan dan mengurangi ketergantungan terhadap impor bahan baku. Upaya tersebut perlu diikuti dengan peningkatan efisiensi produksi serta optimalisasi kapasitas industri dalam negeri agar pemanfaatan sumber daya dapat berjalan lebih maksimal. Pengembangan *Research and Development* (RnD) juga penting untuk mendorong diversifikasi produk olahan yang sesuai dengan preferensi pasar global. Selain itu, dukungan insentif perlu diarahkan pada pelaku industri pengolahan

kakao dalam negeri yang berorientasi ekspor, terutama yang telah menerapkan standar keberlanjutan. Strategi lainnya dapat berupa pengembangan sistem logistik terpadu, agar pelaku industri kakao memiliki peluang yang lebih adil dan efisien dalam menjangkau pasar ekspor.

### SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja daya saing dan pangsa pasar ekspor produk kakao Indonesia bervariasi di negara-negara importir utama dunia. Produk antara berupa pasta, mentega, dan bubuk kakao secara umum menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan biji kakao dan cokelat olahan. Belgia teridentifikasi sebagai pasar *rising star* bagi ketiga produk antara tersebut, sementara Amerika Serikat dan Kanada teridentifikasi sebagai pasar *rising star* untuk bubuk kakao. Berdasarkan kombinasi analisis kuantitatif dan wawancara dengan *key informants*, terdapat empat negara potensial untuk pengembangan ekspor kakao Indonesia. Kanada potensial untuk seluruh produk kakao, Amerika Serikat dan Belgia potensial untuk produk antara kakao, serta Belanda potensial untuk mentega kakao. Temuan penelitian ini memiliki implikasi kebijakan yang bersifat kontekstual sesuai karakter pasar tujuan. Untuk Kanada dan Amerika Serikat, pengembangan ekspor kakao Indonesia perlu diarahkan pada penguatan produk melalui peningkatan akses terhadap sertifikasi teknis dan keberlanjutan, serta strategi promosi dagang yang lebih terfokus pada industri pengguna kakao sebagai *end market*. Sementara itu, bagi pasar Eropa seperti Belgia dan Belanda, kebijakan ekspor perlu menekankan peningkatan kepatuhan terhadap standar keberlanjutan dan ketertelusuran yang sejalan dengan posisi kedua negara tersebut sebagai *hub* perdagangan kakao di kawasan Eropa. Pada sisi domestik, upaya peningkatan daya saing tidak dapat dilepaskan dari intergrasi sektor hulu dan hilir, terutama melalui peningkatan mutu pascapanen, harmonisasi standar mutu nasional, serta penguatan sistem logistik dan pasokan bahan baku yang berkelanjutan. Oleh karena itu, peningkatan daya saing dan pengembangan ekspor kakao Indonesia memerlukan sinergi dan kolaborasi menyeluruh antar aktor dalam rantai pasok, dari hulu hingga hilir, guna membangun sistem ekspor yang berkelanjutan dan kompetitif.

Penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan analisis daya saing statis dan

dinamis dengan pemetaan potensi pasar pada negara-negara importir utama dunia, yang masih relatif terbatas dalam kajian komoditas kakao Indonesia. Namun, penelitian ini belum sepenuhnya mencerminkan keterkaitan antara kondisi pasokan domestik, kebijakan pengembangan industri, dan dinamika struktur pasar ekspor. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengkaji keterkaitan tersebut secara lebih terintegrasi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kinerja perdagangan kakao Indonesia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Augustin, NP, E Prasetyo, dan S Santoso. 2022. Analisis daya saing dan trend ekspor kakao Indonesia ke lima negara tujuan tahun 2010-2019. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 6: 442. DOI: 10.21776/ub.jepa.2022.006.02.10.
- Avesani, C. 2017. Evolution of Import Tariffs and the Issue of Tariff Escalation. *Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)*. Available online at: [https://www.researchgate.net/publication/354631252\\_Evolution\\_of\\_import\\_tariffs\\_and\\_the\\_issue\\_of\\_tariff\\_escalation](https://www.researchgate.net/publication/354631252_Evolution_of_import_tariffs_and_the_issue_of_tariff_escalation) (accessed 27 June 2025).
- Balassa, B. 1965. Trade liberalisation and "revealed" comparative advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*. 33: 99-123. DOI: 10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x.
- [Bappenas] Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2023. Rancangan Teknokratik RPJMN Tahun 2025 - 2029. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- [BPS] Badan Pusat Statistik, 2023. Statistik Kakao Indonesia 2022. Direktorat Statistik Tanaman Pangan. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- [CBI] Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries. 2022a. Entering the German market for cocoa. Available online at: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/germany/market-entry> (diakses 26 Juni 2025).
- [CBI] Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries. 2022b. Entering the United Kingdom market for cocoa. Available online at: [11](https://www.cbi.eu/market-</a></p></div><div data-bbox=)

- information/cocoa-cocoa-products/united-kingdom/market-entry (diakses 27 Juni 2025).
- [CBI] Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries. 2024a. Entering the Belgian market for cocoa. Available online at: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/belgium/market-entry> (diakses 19 April 2025).
- [CBI] Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries. 2024b. Entering the Dutch market for cocoa. Available online at: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/netherlands/market-entry> (diakses 27 Juni 2025).
- Darhyati, AT, S Suharno, and A Rifin. 2017. Impact of non tariff measure on Indonesian cacao exports. *International Journal of Agriculture System*. 5: 175. DOI: 10.20956/ijas.v5i2.1191.
- Dianawati, Nastiti S.I, A Ismayana, T Djatna, and I Yuliasih. 2023. Measuring Indonesian cocoa agroindustry competitiveness from a global value chain perspective. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 17: 133. DOI: 10.55981/bilp.978.
- Du, J, and O Shepotylo. 2022. TCA, Non-tariff Measures and UK Trade. *Enterprise Research Centre*.
- Esterhuizen, D. 2006. Measuring and analysing competitiveness in the agribusiness sector: methodological and analytical framework. Pretoria: University of Pretoria. 107: 823–824.
- Fahmid, IM, Wahyudi, D Salman, IK Kariyasa, MM Fahmid, A Agustian, RP Perdana, B Rachman, V Darwis, and S Mardianto. 2022. “Downstreaming” policy supporting the competitiveness of Indonesian cocoa in the global market. *Frontiers in Sustainable Food Systems*. 6: 821330. DOI: 10.3389/fsufs.2022.821330.
- [FAO] Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2025. Cocoa Bean Production.
- Firmanto, H. 2016. Ragam Pengolahan Cokelat di Negara Belgia. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Tersedia online pada: <https://warta.iccri.net/wp-content/uploads/2023/06/6.-Hendy-Firmanto-Ragam-Pengolahan-Cokelat-di-Negara-Belgia.pdf> (diakses 25 April 2025).
- FPS Foreign Affairs Belgium. 2020. Beyond Chocolate: Cacao Farmers Should Also be Able to be Happy. Belgian Federal Public Service Foreign Affairs. Available online at: <https://diplomatie.belgium.be/en/policy/policy-areas/highlighted/beyond-chocolate-cacao-farmers-should-also-be-able-be-happy> (accessed 29 April 2025).
- García Juárez, HD, JC Montes Ninaquispe, HY Marquez Yauri, AR Rodríguez Abraham, CD Corrales Otazú, SJ Apaza Miranda, EJ Suysuy Chambergó, SL León Luyo, and MM Flores Castillo. 2025. Market diversification and international competitiveness of South American Coffee: A comparative analysis for export sustainability. *Sustainability*. 17:5091. DOI: 10.3390/su17115091.
- Gautama, BH. 2019. Dampak penerapan kebijakan bea keluar terhadap ekspor kakao Indonesia. *Jurnal Perspektif Bea dan Cukai*. 3: 81. DOI: 10.31092/jpbc.v3i1.432.
- Gnangnon, SK, 2021. Services export diversification and services export revenue stability: does trade openness matter? *International Trade, Politics and Development*. 5: 90–113. DOI: 10.1108/itpd-04-2020-0012.
- Hanafi, RU. 2016. Pengaruh Pemberlakuan Kebijakan Bea Keluar Terhadap Produksi Biji Kakao Dan Ekspor Produk Kakao Indonesia. Tesis, IPB University, Bogor.
- Hermawan, R. 2019. Analisis pengaruh kebijakan bea keluar biji kakao, impor biji kakao, ekspor biji kakao dan harga cocoa butter terhadap ekspor cocoa butter. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*. 4: 233–242. DOI: 10.33105/itrev.v4i3.128.
- Hinloopen, J, and C Marrewijk. 2001. On the empirical distribution of the Balassa index. *elwirtschafliches Archiv*. 137: 1–35. DOI: 10.1007/BF02707598.
- Ikhwan, MA, J Jusni, and M Mahyuddin, 2024. Analysis of Indonesian cocoa’s competitiveness in the international market. *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)*. 2: 406–414. DOI: 10.58631/ajemb.v2i12.67.
- [ICIS] Independent Commodity Intelligence Services. 2024. Canada-Indonesia sign key trade agreement. Singapore. Available online at: <https://www.icis.com/explore/resources/news/2024/12/03/11056533/canada-indonesia-sign-key-trade-agreement/> (accessed 27 May 2025).

- [ITC] International Trade Center, 2025. Trade Statistics for International Business Development.
- Jones, L, and E Bethmann. 2023. Approaches of Measuring Revealed Comparative Advantage (RCA): Literature Review. Washington DC.
- Kemenperin, 2020, October 8. Di Kala Pandemi, Industri Pengolahan Kakao Sumbang Ekspor USD 549 Juta. Tersedia online pada: <https://kemenperin.go.id/artikel/22046/Di-Kala-Pandemi,-Industri-Pengolahan-Kakao-Sumbang-Ekspor-USD-549-Juta> (diakses 26 Maret 2025).
- Kementerian Perdagangan. 2013. Kajian Potensi Pengembangan Ekspor ke Pasar Non Tradisional. Jakarta.
- Kementerian Perindustrian. 2015. Rencana Strategis Kementerian Perindustrian 2015-2019.
- Kementerian Pertanian. 2023a. Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian
- Kementerian Pertanian. 2023b. Outlook Kakao 2023. Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2024. Analisis Kinerja Perdagangan Kakao. Page (S. P. , M. Si. Dr. Saefudin & S. Si. Sri Wahyuningsih, Eds.). Jakarta.
- Market Research Future. 2024. Canada Cocoa Ingredients Market Research Report - Forecast to 2035. Available online at: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/canada-cocoa-ingredients-market-48870> (accessed 16 June 2025).
- Murwendah, and W Desyani. 2023. High tax burden reduces competitiveness: A study of the cocoa industry in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*. 38: 211–228. DOI: 10.22146/jieb.v38i3.4408.
- Napitupulu, DA, PY Gabriel, R Sirait, dan R Prayoga. 2024. Analisis daya saing kakao Indonesia di pasar internasional. *Journal of Agribusiness, Social and Economic*. 4: 38–43. DOI: 10.32585/jase.v4i1.5022.
- Ninaquispe, JCM, MA Arbulú-Ballesteros, MG Valle, AE Paredes Morales, LE Cruz Salinas, GC Farfán-Chilicaus, HD García Juárez, and JEB Sanchez. 2024. Diversification of export markets: A literature review. *Journal of Educational and Social Research*. 14: 260. DOI: 10.36941/jesr-2024-0137.
- Nurwansyah, A, C Nuraini, dan D Apriyani. 2024. Daya saing ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional. *Forum Agribisnis*. 14: 50–58. DOI: 10.29244/fagb.14.1.50-58.
- Rahmadona, L, D Naully, dan DI Putri. 2023. Analisis daya saing kakao olahan Indonesia di negara tujuan utama dunia. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*. 8: 39–46. DOI: 10.24853/jat.8.1.39-46.
- Ramadhani, RA, A Rifin, dan T Novianti. 2023. Analisis daya saing dan kebijakan bea keluar pada komoditas kakao (*Theobroma cacao*) Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 21: 171–186. DOI: 10.21082/akp.v21i2.171-186.
- Report Prime. 2025. Top Chocolate Market Companies - Rankings, Profiles, SWOT Analysis & Strategic Outlook. Available online at: <https://www.reportprime.com/chocolate-r5917/company> (Accessed 16 September 2025).
- Saragih, MT, H Harianto, dan H Kuswanti. 2021. Pengaruh penerapan bea keluar biji kakao terhadap daya saing serta ekspor produk kakao Indonesia. *Forum Agribisnis*. 11: 133–152. DOI: 10.29244/fagb.11.2.133-152.
- Subawa, IMA, dan NPW Setyari. 2024. Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi volume ekspor kakao di Indonesia 2015 – 2019. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. 13: 91–160. DOI: 10.24843/EEP.2024.v13.i02.p05.
- UNCTAD. 2018. Technical Fact Sheet - United States of America. Non-tariff measures applicable to biodiversity and BioTrade products: Personal care, food and phytopharma sectors. Available online at: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d10\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d10_en.pdf) (accessed 16 June 2025).
- Wijaya, TYE, dan L Simamora. 2024. Analisis daya saing ekspor biji kakao Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 8: 1428–1443. DOI: 10.21776/ub.jepa.2024.008.04.16.
- Yemima, R, and T Novianti. 2020. Competitiveness and determinant of Indonesian processed cocoa demand in the AANZFTA Framework. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*. 5: 12–23. DOI: 10.20473/jiet.v5i1.19627.
- Yudyanto, H, and F Faisal Hastiadi. 2017. Analysis of the imposition of export tax on Indonesian cocoa beans: impact on the processed cocoa export Indonesia and Malaysia. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 7: 552–560. DOI: 10.2991/iciied-17.2018.11.