

Kajian Potensi Komoditas Vanilla Indonesia di Pasar Internasional

Ade Baharudin¹, Muhammad Dzaki², Reza Erlangga³ dan Ernah⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

ernah@unpad.ac.id

ABSTRAK

Makalah ini bertujuan untuk mengkaji potensi vanili di pasar internasional terutama di pasar Amerika Serikat. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa *yearly time series* tahun 2013-2022. Metode analisis data yang digunakan adalah Revealed Comparative Advantage (RCA) untuk mengetahui daya saing komparatif vanili Indonesia. Hasil studi ini menunjukkan bahwa daya saing vanili Indonesia pada periode 2013-2022 untuk pasar Amerika Serikat memiliki nilai rata-rata RCA 10,4 yang berarti vanili Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia atau berdaya saing kuat. Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor vanili Indonesia memiliki kecocokan yang tinggi karena mereka menerima vanili Indonesia meskipun kualitasnya rendah asalkan sesuai standar mutu dan lolos regulasi.

Kata Kunci : Vanili, Potensi, Pasar Internasional, Amerika Serikat

Pendahuluan

Salah satu rempah yang berpotensi sebagai komoditas ekspor unggulan di Indonesia adalah vanili. Anggraeni *et al.* (2019) mengutip Chandrayani *et al.* (2016) mengatakan bahwa vanili dapat digunakan sebagai komoditas di sektor pangan dan bahan baku di sektor non pangan. Vanili dimanfaatkan sebagai penambah rasa dan aroma, serta dimanfaatkan dalam pembuatan parfum dan obat. Selain itu, vanili merupakan tanaman perkebunan dengan harga yang sangat tinggi apabila kualitasnya sesuai standar mutu internasional. Menurut International Trade Center (2022), pada periode 2013-2022 Indonesia mengekspor 3.339 ton vanili, membuat Indonesia menjadi negara pengekspor vanili terbesar di Asia dan keempat terbesar di dunia. Selama periode 2013-2022, nilai ekspor vanili Indonesia mencapai 461,75 juta USD, peringkat keempat di bawah Madagaskar, Prancis, dan Jerman.

Amerika Serikat merupakan tujuan utama ekspor vanili Indonesia. Pada tahun 2020, Indonesia mengekspor vanili sebanyak 240 ton dengan nilai ekspor mencapai 39 juta USD. Amerika Serikat biasanya mengimpor vanili yang memiliki kadar air sekitar 25% untuk diekstrak menjadi produk lain. Menariknya, vanili berkualitas rendah asal Indonesia juga disukai oleh pengimpor di Amerika Serikat. Ada dugaan bahwa vanili Indonesia yang berkualitas rendah ini akan dimanfaatkan untuk menambah aroma pada makanan dan minuman. Menurut Ramadhan *et al.* (2019), keadaan ini berbeda dengan pasar Eropa, dimana mereka lebih memilih vanili dengan kadar air 30% dengan aroma tajam sebagai konsumsi rumah tangga.

Kepopuleran tanaman vanili Indonesia telah mengalami pasang surut. Guntoro (2020) menyatakan bahwa periode tahun 1960 hingga 1970 adalah era emas vanili Indonesia dengan banyak terciptanya sentra produksi di Pulau Jawa yang sebagian besar hasil produksinya diekspor. Bahkan, kualitas vanili Indonesia sangat bagus dibandingkan negara produsen lain hingga memunculkan istilah “*Java Vanilla*.” Menurunnya kepopuleran vanili Indonesia di pasar internasional terjadi pada periode tahun 2005-2016 yang merupakan

akibat dari rendahnya kualitas vanili. Hal ini disebabkan oleh terjadinya manipulasi oleh petani seperti menambah berat karung dengan memasukkan batu, menyuntik polong vanili dengan pasir besi, dan memanen vanili saat umurnya masih muda. Kejadian-kejadian pada periode tahun tersebut menyebabkan vanili Indonesia terkena *blacklist* oleh pasar internasional sehingga harga vanili menurun. Dikarenakan harga vanili yang terus turun, banyak petani vanili memutuskan untuk mengganti vanili menjadi komoditas perkebunan lain. Permintaan vanili dunia mulai naik kembali pada tahun 2017, khususnya Amerika Serikat dan Eropa. Selain itu, negara-negara pengekspor vanili seperti Madagaskar sedang mengalami penurunan produksi. Sayangnya, peningkatan kepopuleran vanili di pasar internasional tidak disertai dengan peningkatan produksi vanili Indonesia dikarenakan banyak masyarakat Indonesia yang belum menyadari potensi komoditas vanili. Maka dari itu, penting untuk mempelajari potensi vanili.

Masalah dalam pelaksanaan budidaya vanili di Indonesia adalah rendahnya tingkat produktivitas dan kualitasnya tidak sesuai standar pasar internasional. Tingkat produktivitas vanili Indonesia dapat dipengaruhi oleh tingkat kecocokan lingkungan dari lahan vanili, teknik budidaya, varietas benih yang digunakan, dan kemungkinan serangan penyakit. Menurut Ruhnayat (2004), faktor utama yang menyebabkan rendahnya produktivitas vanili di berbagai daerah sentra produksi vanili. Oleh karena itu, penting agar budidaya vanili dilakukan dengan tepat agar mampu memproduksi vanili dengan kualitas yang sesuai permintaan ekspor, sehingga meningkatkan volume dan nilai ekspor vanili di pasar internasional. Untuk itu artikel ini bertujuan untuk mengkaji potensi komoditas vanili Indonesia di pasar internasional.

METODE

Makalah ini menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan potensi komoditas vanili di pasar internasional khususnya di pasar Amerika Serikat. Sumber informasi melalui berbagai macam sumber literature baik jurnal, buku, dan berbagai dokumen lainnya.

PEMBAHASAN

Profil Vanili Indonesia

Pada tahun 1819, tanaman vanili mulai dikenal di Indonesia berkat bangsa Belanda. Awalnya, tanaman ini ditujukan untuk menambah koleksi taman Botani di Bogor, kemudian menyebar ke berbagai wilayah seperti Nusa Tenggara, Sumatera, Sulawesi, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Papua sepanjang abad ke-19. Akhirnya, sekitar tahun 1960-an, pulau Jawa menjadi daerah dengan perkembangan terpesat dalam produksi vanili. Hal ini mengakibatkan munculnya banyak sentra produksi vanili sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara produsen vanili terbesar kedua di dunia setelah Madagaskar (FAO, 2021).

Vanili Indonesia memiliki kadar vanili yang tinggi, sekitar 2,75 persen. Hal ini membuat vanili Indonesia lebih unggul dibandingkan dengan vanili dari negara produsen lainnya seperti Meksiko yang hanya memiliki kadar vanilin 1,88% atau Tahiti (1,55 - 2,2%). Lebih lanjut, varietas vanili yang ditanam di Indonesia merupakan varietas yang banyak disukai di pasar internasional yakni varietas *Vanilla planifolia Andrews*. Bersamaan dengan tingginya harga menyebabkan sebagian besar petani menjual hampir seluruh hasil produksi vanili di Indonesia ke pasar internasional (Kunarto, 2007).

Sebagian besar vanili di Indonesia diusahakan di perkebunan yang dikelola oleh rakyat. Sentra produksi vanili Indonesia dengan volume produksi tertinggi adalah provinsi Sumatera Utara, Lampung, Jawa Barat, Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Utara, dan Sulawesi Selatan. Pada tahun 2022, provinsi dengan volume produksi vanili tertinggi adalah Nusa Tenggara Timur dengan total produksi sebesar 499 ton (Dirjen Perkebunan, 2022).

Kebanyakan komoditas vanili Indonesia yang diekspor ke pasar internasional masih berbentuk polong kering. Vanili yang diekspor dalam bentuk ini dapat diolah menjadi ekstrak oleoresin yang banyak digunakan di negara Eropa sebagai penambah rasa, parfum, hingga pengobatan. Ekspor vanili dalam bentuk oleoresin lebih menguntungkan karena tidak memerlukan gudang yang besar untuk menyimpannya dan nilai jualnya lebih tinggi dari polong vanili kering. Akan tetapi, harga yang tak pasti dan kualitas yang tak seragam menyebabkan ekspor vanili kurang diminati.

Kualitas vanili dapat ditentukan oleh usia panen, jumlah buah per tandan, dan proses pasca panen. Umumnya, kematangan vanili berada di usia 8-9 bulan, tetapi kebanyakan petani di Indonesia memanen vanili di usia 3-4 bulan karena ingin cepat mendapatkan uang untuk memenuhi kebutuhannya. Pengetahuan petani yang masih terbatas dalam melakukan kegiatan pasca panen vanili menjadi faktor penyebab kualitas vanili Indonesia rendah di standar internasional. Oleh karena itu, kualitas vanili Indonesia perlu ditingkatkan agar volume dan nilai ekspor vanili Indonesia meningkat.

Potensi Vanili Indonesia di Pasar Amerika Serikat

Saat ini, Indonesia sudah mengembangkan varietas unggul vanili yang layak digunakan untuk komersial, seperti Vania 1, Vania 2, dan Alor. Vania 1 dan 2 merupakan varietas vanili bermutu tinggi yang dihasilkan oleh Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat di Bogor. Sementara itu, Vanili Alor merupakan vanili unggul lokal asal Alor, Nusa Tenggara Timur (Ramadhan et al, 2018).

Tanah dan iklim di Indonesia mempunyai tanah dan iklim yang cocok untuk budidaya vanili. Berdasarkan data dari Dirjen Perkebunan (2022), luas areal lahan vanili di Indonesia pada tahun 2016 tercatat seluas 11.227 ha terus menurun hingga tahun 2020 menjadi seluas 9.291 ha, kemudian meningkat kembali menjadi 9.586 pada tahun 2022. Budidaya vanili di Indonesia dikelola di perkebunan rakyat. Maka dari itu, luas areal vanili dan skala vanili lebih kecil dibanding luas lahan komoditas perkebunan lain. Meski begitu, harga pasar vanili yang tinggi membuat komoditas vanili memiliki potensi yang tinggi.

Komoditas yang akan diekspor perlu memenuhi persyaratan, termasuk untuk komoditas vanili. Menurut FAO (2009) dalam Kusuma (2020), kadar air vanili yang diakui sebagai kualitas ekspor terbaik di dunia adalah 25-35% yang biasa digunakan untuk masakan mewah. Sementara itu, vanili Indonesia memiliki kadar air yang lebih kecil yakni 15-25%. Standar mutu vanili Indonesia ditentukan dari SNI 01-0010- 2002. Standar Nasional Indonesia (SNI) mengklasifikasikan vanili ke dalam kelas I, II, dan III. Persyaratan umum vanili adalah memiliki aroma khas vanili, berwarna hitam kecoklatan atau coklat mengkilap, polongnya berisi penuh, lentur, berminyak, dan bebas dari benda asing dan jamur.

Salah satu faktor yang dapat menentukan potensi atau menjadi indikator keberhasilan perdagangan internasional adalah daya saing (Marina et al, 2016). Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas dalam menembus pasar internasional dan bertahan di kompetisi bersama negara pesaing. Analisis daya saing ekspor vanili dapat ditinjau dari keunggulan komparatif dengan menggunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*).

Metode RCA digunakan untuk menentukan posisi ekspor suatu komoditi negara tertentu terhadap negara lainnya. Menurut Pramesti (2017) Metode RCA didasarkan pada suatu konsep bahwa perdagangan antar wilayah menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu wilayah. Berikut ini adalah rumus dari RCA.

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

RCA = Tingkat Daya Saing Suatu Komoditas di Pasar Internasional

Xij = Nilai ekspor Indonesia untuk komoditas i ke Amerika Serikat

Xit = Total Nilai ekspor Indonesia ke Amerika Serikat

Wj = Total nilai impor Amerika Serikat atas komoditas i dari seluruh dunia

Wt = Total nilai impor Amerika Serikat dari dunia

Apabila nilai RCA > 1, berarti negara pengekspor memiliki keunggulan komparatif atas komoditas tertentu. Sebaliknya, jika nilai RCA < 1, artinya keunggulan komparatif negara pengekspor masih berada di bawah nilai rata-rata negara pesaing atas komoditas tertentu. Ruang lingkup yang digunakan pada perhitungan ini adalah penggunaan kode HS 090510, *Vanilla, neither crushed nor ground*. Data yang digunakan adalah *yearly time series* dari tahun 2013-2022.

Berikut merupakan nilai RCA vanili Indonesia untuk pasar Amerika Serikat periode tahun 2013-2022 yang sudah diolah dari data yang didapat dari *International Trade Center*.

Tabel 1. Nilai RCA Komoditas Vanili Indonesia Periode Tahun 2013-2022

Tahun	Nilai RCA
2013	9.00
2014	7.54
2015	13.06
2016	18.03
2017	10.33
2018	11.07
2019	11.39
2020	13.89
2021	8.56
2022	1.18
Rata-Rata	10,4

Sumber : International Trade Centre, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1 nilai RCA di atas, nilai RCA komoditas vanili Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat selalu di atas 1 yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif atas komoditas vanili. Apabila dibandingkan dengan hasil data olahan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwitama et. al. (2022), nilai RCA rata-rata Indonesia kalah jauh jika dibandingkan madagaskar yang mencapai nilai RCA rata-rata 3080,76. Meski begitu, vanili Indonesia tetap memiliki potensi, khususnya di pasar Amerika Serikat.

Pasar Amerika Serikat biasanya mengimpor vanili dengan kadar air 20-25% untuk diekstrak menjadi produk lain. Menariknya, vanili bermutu rendah asal Indonesia juga diminati importir dari Amerika Serikat, meski hanya dalam jumlah sedikit. Ada dugaan bahwa vanili Indonesia yang berkualitas rendah ini akan dimanfaatkan untuk menambah

aroma vanilin pada produk pangan seperti es krim dan kue. Keadaan ini berbeda dengan pasar Perancis, Jerman, dan negara Eropa lainnya. Negara-negara tersebut lebih memilih vanili berkualitas tinggi dengan aroma tajam sebagai konsumsi rumah tangga (Ramadhan et al, 2019).

Pada periode tahun 2000-an, Indonesia memiliki lahan vanili paling luas di dunia, tetapi produksi dan kualitas vanili tersebut masih rendah dibandingkan negara pesaing seperti Madagaskar yang luas lahannya lebih rendah dibandingkan Indonesia tetapi nilai eksportnya jauh lebih tinggi. Saat ini, luas lahan vanili Indonesia hanya mencapai 9.000-an hektar, sedangkan madagaskar terus memperluas lahan vanili untuk komersial hingga mencapai 25.000 hektar. Posisi Indonesia sebagai eksportir vanili sudah cukup baik dengan nilai ekspor terbesar keempat di dunia setelah Madagaskar, Perancis, dan Jerman (Dwitama et. al, 2022). Meski begitu, kualitas vanili Indonesia yang masih rendah menyebabkan banyak potensi ekspor yang terbuang. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi teknik budidaya vanili, penggunaan teknologi, dan pengelolaan pasca panen yang baik agar vanili Indonesia dapat memenuhi kriteria ekspor di pasar Internasional.

Analisis Aspek Dinamika Sosial dan Budaya di Amerika Serikat

Dinamika sosial merupakan perilaku individu maupun kelompok yang dapat berpengaruh terhadap individu maupun kelompok yang lain (M. Rusdi, 2020). Adapun dinamika budaya menurut Clifford Geertz (1973) yaitu transformasi sosial yang kompleks yang terdapat adaptasi dan penemuan kembali terhadap dinamika sosial yang terjadi pada masyarakat. Amerika Serikat memiliki kondisi dinamika sosial dan budaya yang kental mengacu kepada pluralisme dimana terdapat pendekatan masyarakat terhadap pengakuan dan penerimaan kepada keyakinan maupun nilai-nilai yang ada pada masyarakat. Amerika Serikat juga identik dengan budaya populer pada suatu hal dan dapat berpengaruh secara global, contohnya seperti hiburan musik populer yang mendunia.

Salah satu contoh budaya orang Amerika Serikat yaitu kebiasaan makan es krim rasa vanila. Berdasarkan International Dairy Foods Association (IDFA) pada tahun 2019, penjualan es krim rasa vanila di Amerika Serikat mencapai 28%, kemudian naik pada tahun 2020 menjadi 29% dan menjadi rasa es krim paling populer. Produk makanan lainnya yang memiliki unsur vanila dan diminati orang Amerika Serikat yaitu kue rasa vanila. Menurut survei Nielsen pada tahun 2019, mayoritas responden menyukai kue vanila, yaitu sebanyak 24%. Kedua produk makanan tersebut tentunya memerlukan rempah berupa vanila yang berasal dari pohon vanili yang merupakan komoditas perkebunan.

Melihat kepada aspek budaya orang Amerika Serikat, ternyata terdapat keyakinan terhadap produk rasa vanila. Menurut salah satu studi Oxford University tahun 2016, rasa vanila diyakini sebagai rasa yang “universal” dan klasik yang memiliki simbol kesederhanaan atau “*plain*” namun memuaskan. Vanila yang digunakan sebagai unsur tambahan bagi produk makanan lain dinilai dapat memperkuat identitas vanila sebagai rasa yang diinginkan masyarakat.

Analisis Aspek Dinamika Perilaku Konsumen di Amerika Serikat

Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa perilaku konsumen yaitu studi bagaimana organisasi, kelompok, dan individu membeli, memilih, memakai, serta mendisposisikan barang, jasa, gagasan, ataupun pengalaman dalam rangka memperoleh kepuasan ketika memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dinamika perilaku konsumen di Amerika Serikat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti sosial, budaya, dan psikologis. Dinamika perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, secara sosial dan budaya, masyarakat Amerika

Serikat meyakini bahwa rasa vanila diyakini sebagai rasa yang “universal” dan klasik yang memiliki simbol kesederhanaan atau “*plain*” namun memuaskan.

Keyakinan semacam ini tentunya berpengaruh kepada perilaku konsumen di Amerika Serikat mengenai bagaimana mereka memandang rasa vanila. Sedangkan secara psikologis, perilaku konsumen di Amerika Serikat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya: 1) Konsumen Amerika Serikat cenderung mengutamakan kebebasan pribadi dan preferensi individu pada saat membeli. Namun, bukan tidak mungkin dapat dipengaruhi oleh faktor sosial ketika adanya interaksi satu sama lain. 2) Konsumen Amerika Serikat menekankan pada barang dengan kualitas yang baik demi mencapai kepuasan. 3) Konsumen Amerika Serikat cenderung cepat dalam beradaptasi dengan teknologi terbaru. 4) Konsumen Amerika Serikat responsif terhadap tren terbaru seperti teknologi, makanan, maupun gaya hidup. Dalam konteks vanila, tren pasar sehat pernah mempengaruhi perilaku konsumen di Amerika Serikat. Minuman yang mengandung ekstrak vanila dinilai lebih sehat karena dapat mengurangi penggunaan bahan kimia dan zat aditif. Dalam survei Nielsen pada pertengahan tahun 2019, menunjukkan bahwa penjualan minuman rasa vanila meningkat 10,4%. Oleh karenanya, vanili sebagai rempah dibutuhkan oleh Amerika Serikat dalam bentuk polong kering untuk tujuan ekstraksi.

Analisis Aspek Ekonomi Negara Amerika Serikat

Pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat mengalami kenaikan pada kuartal kedua tahun 2021 dimana GDP Amerika Serikat naik sebesar 6,5% (U.S. Census Bureau, 2021). Mata uang Dolar yang digunakan oleh Amerika Serikat menjadi bagian dari roda perekonomian yang memberikan pengaruh signifikan pada kemampuan impor barang. Kekuatan dolar Amerika Serikat dapat mendorong daya beli untuk mengimpor barang dari negara lain. Kondisi ekonomi Amerika Serikat masih cukup baik untuk mengimpor beberapa komoditas pertanian. Namun tentu saja hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai dinamika. Seperti dinamika pasar global akibat pandemi yang berpengaruh terhadap harga vanili global, dimana sebelum pandemi COVID-19 pada tahun 2018 harga vanili global yaitu sekitar \$600 per kilogram. Kemudian pada awal pandemi 2020, harga vanili menurun menjadi \$250-300 per kilogram dan kemudian mengalami fluktuasi ketika pandemi (Reuters, 2018; TRT World, 2020).

Amerika Serikat merupakan salah satu negara tujuan ekspor vanili terbesar bagi Indonesia. Menurut data World Bank pada tahun 2019, ekspor vanili Indonesia ke Amerika Serikat mencapai 172 ton dengan nilai \$43,3 juta, dan kemudian nilai ekspor menurun pada tahun 2020 dimana Indonesia mengekspor vanili ke Amerika Serikat sebanyak 254 ton dengan nilai \$41,8 juta. Ini berarti, Amerika Serikat menjadi pasar utama bagi vanili Indonesia. Vanili Indonesia memiliki kadar air 20-25%, kadar air vanili tersebut cocok dimanfaatkan oleh negara Amerika Serikat untuk diekstraksi. Selain itu, permintaan vanili Amerika Serikat juga diperkirakan terus mengalami peningkatan yang ditunjukkan oleh nilai impor rempah-rempah oleh Amerika Serikat yang cenderung terus meningkat dari tahun 1999-2022 dan peningkatan konsumsi vanila yang ditunjukkan oleh peningkatan penjualan es krim rasa vanila (U.S. Census Bureau, 2022; IDFA, 2020).

Analisis Aspek Politik Negara Amerika Serikat

Amerika Serikat sebagai salah satu negara dengan ekonomi terbesar di dunia dan peran penting dalam perdagangan internasional, memiliki kebijakan politik yang signifikan dalam banyak sektor termasuk pertanian. Pertanian di Amerika Serikat diatur oleh Departemen Pertanian Amerika Serikat yang bertanggung jawab atas kebijakan dan regulasi pertanian. Kebijakan pertanian di negara tersebut dapat berdampak langsung pada produksi dan perdagangan produk pertanian, termasuk vanili.

Salah satu aspek politik yang relevan adalah kebijakan pertanian Amerika Serikat. Amerika Serikat memiliki berbagai undang-undang dan peraturan yang mempengaruhi industri pertanian, termasuk vanili. Kebijakan pertanian ini mencakup subsidi, program insentif, dan regulasi terkait yang dapat mempengaruhi harga dan akses pasar bagi petani vanili di Amerika Serikat. Dalam hal ini, kebijakan pertanian Amerika Serikat dapat memiliki implikasi penting dalam perdagangan vanili antara Amerika Serikat dan Indonesia.

Selain itu, kebijakan perdagangan dan kebijakan luar negeri Amerika Serikat juga memiliki dampak signifikan terhadap perdagangan vanili. Amerika Serikat merupakan salah satu negara dengan jaringan perdagangan internasional yang luas dan memiliki perjanjian perdagangan dengan banyak negara, termasuk Indonesia. Perubahan dalam kebijakan perdagangan Amerika Serikat, seperti pengenaan tarif atau perubahan dalam persyaratan sanitasi, dapat mempengaruhi akses pasar vanili Indonesia ke Amerika Serikat. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan produsen vanili Indonesia untuk bersaing di pasar Amerika Serikat dan juga mempengaruhi pasar ekspor vanili Indonesia secara keseluruhan.

Aspek politik lainnya adalah perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Amerika Serikat memiliki sistem hukum yang kuat dalam perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Dalam industri vanili, merek dagang dan inovasi dapat menjadi faktor penting dalam daya saing. Produsen vanili Indonesia harus memperhatikan persyaratan perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual di Amerika Serikat agar produk mereka dapat diterima dan dilindungi di pasar Amerika Serikat. Kebijakan perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual di Amerika Serikat dapat mempengaruhi posisi dan daya saing vanili Indonesia di pasar Amerika Serikat.

Selain itu, regulasi dan standar keamanan pangan juga merupakan aspek politik yang penting dalam perdagangan vanili. Amerika Serikat memiliki standar yang ketat dalam hal keamanan pangan, termasuk untuk produk pertanian. Produsen vanili Indonesia harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi persyaratan keamanan pangan yang telah ditetapkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Amerika Serikat (FDA). Kepatuhan terhadap regulasi dan standar keamanan pangan Amerika Serikat adalah hal yang penting untuk memasuki dan bertahan di pasar Amerika Serikat. Regulasi ini mencakup persyaratan sanitasi, pengujian residu pestisida, dan pengawasan kualitas produk.

Meskipun aspek politik di Amerika Serikat dapat memiliki dampak signifikan pada perdagangan dan industri vanili, Indonesia tetap menjadi salah satu produsen vanili terbesar di dunia. Keunikan geografis dan iklim Indonesia yang mendukung pertumbuhan tanaman vanili, serta tradisi dan pengetahuan yang kaya dalam pengolahan vanili, membuat Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam produksi vanili. Meskipun terdapat tantangan dan keterkaitan dengan aspek politik Amerika Serikat, potensi Indonesia sebagai produsen utama tetap relevan dan kunci dalam industri vanili global.

Aspek politik di Amerika Serikat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perdagangan, regulasi, dan pertumbuhan industri vanili. Kebijakan pertanian, kebijakan perdagangan dan luar negeri, perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual, serta regulasi dan standar keamanan pangan menjadi faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh produsen vanili Indonesia dalam menjalankan bisnis mereka di pasar Amerika Serikat. Meskipun tantangan dan pengaruh tersebut ada, Indonesia tetap memiliki keunggulan geografis dan pengetahuan dalam produksi vanili yang membuatnya tetap menjadi salah satu produsen utama di dunia.

Analisis Aspek Hukum dan Regulasi Negara Amerika Serikat Untuk Produk Vanili

Peraturan hukum yang berlaku di Amerika Serikat (AS) memiliki peran yang sangat penting dalam perdagangan dan ekspor produk vanili ke negara tersebut. Untuk menjalankan proses ekspor vanili ke AS, produsen harus memiliki pemahaman yang baik dan patuh terhadap berbagai peraturan yang ada. Beberapa aspek hukum dan regulasi yang perlu diperhatikan dalam perdagangan vanili dengan AS termasuk Food and Drug Administration (FDA), perizinan dan sertifikasi, standar pelabelan, perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual, serta peraturan impor dan bea cukai.

FDA merupakan badan pengawas obat dan makanan di Amerika Serikat yang bertanggung jawab atas pengaturan keamanan, kualitas, dan pelabelan produk makanan. Untuk memasarkan vanili di Amerika Serikat, produsen harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi persyaratan keamanan pangan yang ditetapkan oleh FDA. Persyaratan ini mencakup sanitasi, pengujian residu pestisida, serta pengawasan kualitas produk. Produsen juga harus memastikan bahwa proses produksi dan pengolahan vanili mereka sesuai dengan standar keamanan pangan yang berlaku.

Selain itu, produsen juga perlu mendapatkan izin dan sertifikasi yang diperlukan untuk melakukan ekspor vanili ke Amerika Serikat. Hal ini mencakup sertifikasi keamanan pangan, persyaratan sanitasi, dan persyaratan khusus lainnya yang mungkin berlaku untuk produk vanili. Produsen harus memahami prosedur dan persyaratan yang berlaku serta mematuhi proses perizinan yang sesuai agar dapat memasarkan vanili mereka secara legal di Amerika Serikat.

Standar pelabelan juga menjadi aspek hukum dan regulasi penting dalam perdagangan vanili. Di negara Amerika Serikat memiliki persyaratan yang ketat terkait pelabelan produk makanan. Produsen vanili harus memastikan bahwa label pada produk mereka memenuhi persyaratan FDA terkait informasi produk, bahan-bahan, label gizi, dan peringatan yang diperlukan. Informasi yang jelas dan akurat pada label sangat penting untuk memenuhi regulasi dan memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai kualitas dan keamanan produk.

Perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual juga menjadi perhatian bagi produsen vanili yang ingin melakukan ekspor ke Amerika Serikat dan negara tersebut memiliki sistem hukum yang kuat dalam melindungi merek dagang dan hak kekayaan intelektual. Jika produsen vanili memiliki merek dagang atau inovasi tertentu yang ingin dilindungi, mereka harus memahami proses dan persyaratan perlindungan merek dagang serta hak kekayaan intelektual di Amerika Serikat. Hal ini melibatkan pendaftaran merek dagang dan perlindungan hak cipta, jika diperlukan, untuk menjaga kekayaan intelektual mereka dan mencegah penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain.

Selain itu, produsen vanili juga harus memahami peraturan impor dan bea cukai yang berlaku di Amerika Serikat. Ini mencakup prosedur dan persyaratan untuk mendapatkan izin impor, membayar bea cukai yang berlaku, serta mematuhi peraturan terkait pelabelan dan kualitas produk. Produsen harus memastikan bahwa mereka mengikuti semua prosedur dan persyaratan impor yang berlaku agar dapat melakukan ekspor vanili ke Amerika Serikat secara legal dan menghindari masalah hukum atau bea cukai.

Dalam melaksanakan ekspor vanili ke Amerika Serikat, produsen juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau ahli yang berpengalaman dalam perdagangan internasional. Agen ekspor atau perusahaan logistik yang berpengalaman dapat memberikan bantuan dalam memahami dan memenuhi persyaratan hukum dan regulasi yang berlaku, serta memfasilitasi proses ekspor secara efisien.

Secara keseluruhan, aspek hukum dan regulasi di Amerika Serikat memiliki peran penting dalam perdagangan dan ekspor vanili. Produsen vanili Indonesia perlu memahami dan mematuhi persyaratan FDA, perizinan dan sertifikasi, standar pelabelan, perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual, serta peraturan impor dan bea cukai yang berlaku. Dengan memahami dan memenuhi aspek hukum dan regulasi yang ada, produsen vanili dapat melakukan ekspor vanili ke Amerika Serikat secara legal dan berhasil memasuki pasar Amerika Serikat yang besar dan berpotensi. Di negara Amerika Serikat persyaratan regulasi dan sertifikasi yang ketat terkait keamanan pangan, kualitas produk, dan persyaratan sanitasi. Produsen vanili Indonesia harus memastikan produk mereka memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh FDA Amerika Serikat, termasuk pengujian residu pestisida, persyaratan labeling, dan persyaratan sanitasi. Mematuhi regulasi ini membutuhkan waktu, upaya, dan biaya tambahan untuk memastikan produk memenuhi standar yang ditetapkan.

Kompleksitas peraturan bea cukai dan impor dalam proses impor ke Amerika Serikat. Produsen vanili Indonesia harus memahami dan mengikuti peraturan yang berlaku terkait deklarasi bea cukai, pelabelan, dan pemenuhan standar kualitas. Hal ini dapat membutuhkan kerja sama dengan agen ekspor, perusahaan logistik, atau konsultan perdagangan internasional untuk memastikan proses impor berjalan lancar. Persaingan dari produsen lokal di Amerika Serikat menjadi hambatan lain. Amerika Serikat adalah pasar yang kompetitif dengan banyak produsen lokal yang sudah mapan. Produsen vanili Indonesia harus bersaing dengan produsen Amerika Serikat yang mungkin memiliki keuntungan dalam pemahaman pasar lokal, akses distribusi, dan merek yang sudah dikenal. Memasuki pasar yang sudah jenuh dengan pesaing yang kuat bisa menjadi tantangan bagi produsen vanili Indonesia.

Perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual juga penting. Amerika Serikat memiliki sistem hukum yang kuat dalam perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Produsen vanili Indonesia harus melindungi merek dagang mereka dan hak kekayaan intelektual terkait inovasi produk mereka di Amerika Serikat. Proses pendaftaran merek dagang dan perlindungan hak cipta harus diikuti dengan benar untuk melindungi produk dan kekayaan intelektual dari penggunaan yang tidak sah. Distribusi dan logistik merupakan faktor penting dalam bisnis dan pemasaran internasional. Produsen vanili Indonesia perlu menjalin kemitraan dengan perusahaan logistik yang dapat mengelola pengiriman produk dengan efisien ke berbagai lokasi di Amerika Serikat. Memiliki jaringan distribusi yang baik dan ketersediaan pasokan yang konsisten di pasar Amerika Serikat adalah faktor penting untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis internasional.

Penyesuaian dengan preferensi pasar dan kebiasaan konsumen di Amerika Serikat juga diperlukan. Amerika Serikat memiliki pasar yang beragam dengan kebiasaan konsumen yang berbeda-beda. Produsen vanili Indonesia perlu menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka agar sesuai dengan preferensi pasar Amerika Serikat. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang tren konsumen, preferensi rasa, dan kebiasaan penggunaan vanili di pasar Amerika Serikat. Biaya promosi dan pemasaran di Amerika Serikat bisa menjadi hambatan finansial. Amerika Serikat adalah pasar yang besar dengan tingkat persaingan yang tinggi. Memperkenalkan merek baru dan mempromosikan produk vanili Indonesia di Amerika Serikat dapat memerlukan investasi yang signifikan dalam promosi dan pemasaran. Biaya iklan, promosi, dan pemasaran untuk membangun kesadaran merek dan mencapai audiens yang tepat bisa menjadi tantangan finansial bagi produsen vanili Indonesia.

Perubahan kebijakan dan ketidakpastian politik di Amerika Serikat juga dapat mempengaruhi lingkungan bisnis secara keseluruhan. Perubahan kebijakan perdagangan, kebijakan imigrasi, atau kebijakan proteksionis dapat mempengaruhi peraturan dan persyaratan bisnis internasional. Produsen vanili Indonesia perlu memperhatikan

perkembangan politik dan kebijakan terbaru yang dapat mempengaruhi kegiatan bisnis mereka di Amerika Serikat. Dalam menghadapi hambatan-hambatan ini, produsen vanili Indonesia dapat mengambil langkah-langkah seperti bekerja sama dengan mitra lokal yang sudah memiliki pemahaman dan jaringan di pasar Amerika Serikat, melakukan riset pasar yang mendalam, dan membangun strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, mengikuti perkembangan regulasi dan kebijakan terbaru serta menjaga kualitas produk dan inovasi juga merupakan langkah penting dalam mengatasi hambatan-hambatan ini.

Analisis Pengaruh Teknologi Terhadap Ekspor Vanili

Perkembangan budidaya vanili tidak lepas dari peran input pertanian seperti industri pupuk, bibit, benih, alat dan mesin pertanian, serta obat-obatan. Di Indonesia, pupuk dapat dengan mudah diperoleh, walaupun kelangkaan pupuk bisa saja terjadi. Di beberapa daerah, harga pupuk seringkali dipatok sangat mahal, termasuk di sentra produksi vanili. Vanili merupakan tanaman yang membutuhkan banyak unsur hara untuk tumbuh dengan baik. Namun, petani-petani di Indonesia biasanya masih menggunakan pupuk anorganik yang umum, bahkan masih banyak petani yang tidak melakukan pemupukan terhadap vanili yang mereka tanam. Selain itu, masih belum ada industri pupuk yang mampu menyediakan pupuk khusus untuk tanaman vanili di Indonesia.

Kegiatan ekspor memiliki standar kualitas produk yang harus dipenuhi oleh pelaku ekspor. Standar kualitas ekspor berfungsi untuk memastikan bahwa produk yang diekspor sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan importir, seperti syarat kesehatan, kemasan, dan peraturan lainnya yang ditetapkan oleh negara pembeli. Hampir semua petani vanili di Indonesia baru mampu mengekspor vanili dalam bentuk polong kering, karena belum adanya teknologi untuk membuat olahan vanili yang bisa diakses oleh petani. Eksportir vanili perlu memanfaatkan teknologi dalam pengolahan pasca panen agar kualitas vanili kering dapat memenuhi standar kualitas produk ekspor (Rahmawati, 2012).

Budidaya tanaman vanili membutuhkan perawatan dan pemeliharaan yang serius. Sayangnya, pelaksanaan budidaya tanaman vanili di Indonesia masih berupa skala tradisional di tingkat petani. Kurangnya inovasi di bidang teknologi dan sarana yang kurang memadai bagi petani mengakibatkan produksi vanili terus menurun. Menurut data Dirjen Perkebunan (2022), produksi vanili sempat turun pada tahun 2016-2018, kemudian meningkat di tahun 2020-2022, meskipun produksinya belum maksimal. Kondisi budidaya vanili di Indonesia yang kurang baik menyebabkan produksi vanili yang kurang berkualitas. Kualitas vanili yang kurang baik tersebut merupakan akibat dari tidak terlaksananya teknologi yang dianjurkan, seperti proses pengeringan saat pasca panen yang kurang sempurna.

Produsen vanili di Indonesia dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas vanili dengan menggunakan pola produksi yang berbeda, memanfaatkan teknologi baik alat dan mesin, serta memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan promosi dan memperluas pangsa pasar internasional. Nyatanya, harga vanili dipatok cukup mahal dan dapat menguntungkan meski diusahakan dengan skala kecil. Sayangnya, pengelolaan panen dan penanganan pasca panen yang tidak memanfaatkan teknologi membuat vanili Indonesia kurang berkualitas sehingga tidak memenuhi standar pasar internasional. Oleh karena itu, apabila petani vanili di Indonesia mampu memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan vanili berkualitas tinggi, maka petani dapat meningkatkan nilai jual di pasar domestik maupun internasional, sekaligus meningkatkan volume ekspor vanili Indonesia.

Analisis Pengaruh Lingkungan Terhadap Ekspor Vanili

Vanili merupakan komoditas bernilai ekonomis tinggi dengan fluktuasi harga yang relatif stabil. Hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas dan kuantitas vanili. Untuk menghasilkan vanili yang berkualitas dengan produktivitas tinggi diperlukan kondisi lahan yang optimal. Petani vanili di Indonesia perlu menggunakan pola tanam yang baik agar dapat meningkatkan produktivitas, sehingga petani memiliki sumber penghasilan alternatif untuk menunjang kebutuhan hidupnya. Apabila kriteria lahan untuk menanam vanili sudah cocok, bahkan luas lahan yang kecil dapat menghasilkan vanili berkualitas asalkan memanfaatkan teknologi dan teknik budidaya yang baik.

Menurut Rahmawati (2012), produktivitas vanili di Indonesia yang rendah dipengaruhi oleh keadaan lingkungan saat musim tertentu, akibatnya tanaman vanili tidak bisa berbuah sepanjang tahun. Keadaan ini dapat dilihat di hampir semua daerah di Indonesia, dimana tanaman vanili berbuah pada waktu yang mirip. Maka dari itu, pasokan vanili ke pasar baik domestik maupun internasional bersifat musiman. Keadaan ini terus berulang dari tahun ke tahun, karena tidak diimbangi dengan pengelolaan wilayah, pengembangan teknologi, dan inovasi di bidang budidaya vanili dan penanganan pasca panennya. Sebagian besar petani di Indonesia melakukan budidaya vanili secara monokultur. Pola tanam monokultur vanili berisiko terhadap rendahnya pemasukan petani. Apabila petani hanya memiliki pemasukan dari satu komoditas, maka saat terjadi perubahan lingkungan di sekitar tanaman, produktivitas bisa saja menurun. Jika produksi menurun dan harga vanili sedang rendah, maka petani bisa kehilangan pemasukan. Bilamana pendapatan petani menurun saat mengalami gagal panen akibat masalah lingkungan, maka motivasi petani untuk menanam vanili akan menjadi rendah.

Rosman (2010) menyebutkan bahwa salah satu aspek lingkungan yang bisa menentukan tingkat pertumbuhan tanaman vanili adalah kehadiran tanaman lain. Sebagai contoh, pohon panjat atau pohon penaung seperti pohon lamtoro atau mahoni akan mempengaruhi kondisi lingkungan mikro di sekitar vanili, seperti kelembapan air dan udara. Perawatan tanaman lain di sekitar vanili harus diperhatikan, karena hal ini berhubungan dengan kondisi lingkungan mikro yang berdampak pada pertumbuhan dan produksi vanili.

Masalah yang disebabkan oleh faktor lingkungan seperti iklim atau bencana alam bisa mengakibatkan petani tidak bersemangat untuk memelihara tanaman vanili. Biasanya petani akan membiarkan pohon panjat (pohon penaung) tidak dipangkas dan tanaman liar tumbuh, sehingga unsur lingkungan di sekitar tanaman berubah, seperti intensitas cahaya dan kelembapan. Bilamana petani tidak mengelola tanaman vanili dengan baik, maka tanaman tersebut akan mengidap penyakit busuk batang. Apabila dibiarkan, penyakit ini mengganggu perkembangan tanaman vanili, hingga menyebabkan tanaman tersebut mati. Salah satu langkah yang tepat dalam budidaya tanaman vanili adalah melakukan pemangkasan pohon penaung untuk menjaga kondisi iklim mikro lingkungan agar tanaman tidak mengalami stres bahkan mati akibat terjadi perubahan suhu lingkungan yang tidak sesuai.

KESIMPULAN

Indonesia memiliki kondisi tanah dan iklim yang cocok untuk budidaya vanili. Selain itu, daya saing vanili Indonesia di pasar internasional terutama Amerika Serikat terbilang cukup baik. Amerika Serikat umumnya mengimpor vanili untuk tujuan ekstraksi, produk makanan dari vanili yang umum di negara tersebut yaitu es krim dan kue yang memiliki rasa vanila. Faktor lain yang mendukung daya saing dan permintaan vanili Indonesia di Amerika Serikat yaitu kecocokan kadar air untuk diekstraksi oleh beberapa perusahaan di Amerika Serikat. Adanya persepsi positif masyarakat Amerika Serikat terhadap vanili juga dapat menjadi insentif bagi Indonesia untuk terus memproduksi vanili dan mengekspornya ke Amerika Serikat.

Dengan demikian, Indonesia dapat cukup bersaing dalam hal komoditas vanili di Amerika Serikat. Indonesia dapat terus meningkatkan kualitas dan kuantitas vanili untuk dapat bersaing di pasar Internasional terutama menyaingi kompetitornya, Madagaskar. Dalam peningkatan tersebut, Indonesia perlu memperhatikan permintaan, regulasi dan standar negara tujuan, hubungan dengan pihak-pihak terkait, serta penanganan faktor pembatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, I., Eko, N., & Sri, W. (2019). Ekspor Vanili dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA* 8 (2), 99-114.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2022. Statistik Perkebunan Non Unggulan Nasional. 2020-2022.
- Dwitama, A. G. (2022). Analisis Kinerja Perdagangan dan Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia di Pasar Internasional Periode 2010-2019.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). 2021. Top 10 Country Production and Export Value of Raw Vanilla (Countries by Commodity). [http://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries by commodity exports](http://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries%20by%20commodity%20exports)
- Guntoro, T. dan M. A. Fathoni. 2020. Teknik Terbaru Budidaya Vanili di Pekarangan Rumah dan Pot. AgroMedia Pustaka, Jakarta.
- International Dairy Foods Association (2020). The Scoop On Americans' Favorite Ice Cream Flavors.
- International Trade Center (2022). Existing and potential trade between Indonesia and United States of America Product: 0905 Vanilla. Diakses dari https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c%7c%7c0905%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1
- International Trade Center (2022). List of products exported by Indonesia detailed products in the following category: 0905 Vanilla. Diakses dari https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c842%7c%7c0905%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1
- Kunarto, Bambang. 2007 . Panili (*Vanilla planifolia* Andrews): Tinjauan Teknologi Pengolahan, Oleoresin dan Standar Mutu. Semarang : Semarang University Press. [online]. Diakses dari <http://repository.usm.ac.id/detail-buku-67.html>
- Oxford University (2016). Marketing Science Conference.
- Rahmawati, Rosalina Dwi, 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Panili. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Ramadhan, M. F., Setyorini, E., Rachmawati, N., & Andriati, E. (2019). Ayo Berkebun Vanili. Bogor: Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian.
- Rosman, R. (2010). Inovasi teknologi budidaya vanili berbasis ekologi.
- Ruhnayat, A., 2004. Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Bertanam Vanili Si Emas Hijau nan Wangi. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk (2010). "Consumer Behavior." 10th ed. Prentice Hall, 2010.
- Solomon, M. R. (2004). Consumer behavior buying, having and being. New Jersey. *Prentice Hall*, 36, 37.
- The Nielsen Company (2015). The Sustainability Imperative: New Insights on Consumer Expectations.
- The Nielsen Company (2019). A Fresh Look at the Latest U.S. Beverage Trends.
- The Nielsen Company (2019). Dessert Culture In The USA Slice of Insight Into How Americans Eat Dessert.
- UN Comtrade. 2022. United Nation Statistic Division.

- U.S. Census Bureau (2022). U.S. Food Import Value by Food Group
- World Bank (2019 & 2020). Indonesia Spices; Vanilla Exports to the United States.
- Yudha, Eka Purna, and Adi Nugraha. "Analisis Daya Saing Buah Manggis Indonesia Di Negara Thailand, Hong Kong, Dan Malaysia." *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad* 7.1 (2022).
- Yudha, Eka Purna, and Esa Noerbayinda. "Analisis Daya Saing Pisang Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya." *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 7.1 (2023): 146-154.
- Yudha, Eka Purna, and Helena Erma Rasita Malau. "Analisis daya saing ekspor jeruk Indonesia, Singapura dan Thailand ke pasar Malaysia pada periode 2013-2018." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 11.1 (2022).
- Yudha, E. P. (2023). ANALISIS DAYA SAING CENGKEH INDONESIA KE VIETNAM SERTA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(2), 1514-1528.
- Yudha, E. P., Salsabila, A., & Haryati, T. (2023). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOMODITAS UBI KAYU INDONESIA, THAILAND DAN VIETNAM DI PASAR DUNIA. *JURNAL MANEKSI*, 12(2), 417-424.
- Yudha EP, Syamsiyah N, Pardian P, Dina RA. Rural areas are more resilient than urban areas to the COVID19 pandemic. Is it true? (Lessons from Indonesia). *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography*. Vol. 17, No. 2, 2023, 171-192