

Keunggulan ekspor antar negara dan daya saing produk UMKM Indonesia dengan Pendekatan *Gravity Model*

Alvis Rozani*; Nurul Huda

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

*E-mail korespondensi: alvis.rozani@bunghatta.ac.id

Abstract

This research analyzes the potential export development of Indonesian SME products in 12 main export destination countries and determines the ranking of export destination countries. The study used a model of gravity that is distance as an indirect variable. The study results found that the average value of the development of the relative export potential of Indonesian SME products is the most in-demand are agricultural raw material products such as palm oil, coffee, and forest products. Other potential such as textile products is also a potential market share is high in the export destination country. Based on the ranking of export destination countries, the United States ranks first with a holding capacity value ($D_i = A_i H_i$) of 42,895,457.11, then Japan at 10,890,740.61, then Germany with a value of 5,488,387.57. In general, export destinations in these countries are dominated by plantation products and textile products of textile products. Thus it can be concluded that Indonesian SME export products have competitiveness in 12 export destination countries.

Keywords: export, SME, gravity.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis potensi pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia pada 12 negara tujuan utama ekspor dan menentukan rangking negara tujuan ekspor. Penelitian ini menggunakan model gravitasi yaitu jarak sebagai variabel tidak langsung. Hasil penelitian menemukan nilai rata-rata pengembangan potensi relatif ekspor produk UMKM Indonesia yang relatif paling besar diminati adalah produk bahan mentah pertanian seperti sawit, kopi dan hasil hutan. Potensi lain seperti produk tekstil juga merupakan potensi yang pangsa pasarnya tinggi di negara tujuan ekspor tersebut. Berdasarkan rangking negara tujuan ekspor maka negara Amerika menempati urutan pertama dengan nilai *holding capacity* ($D_i = A_i H_i$) sebesar 42,895,457.11 selanjutnya Jepang sebesar 10,890,740.61 kemudian Jerman dengan nilai 5,488,387.57. Pada umumnya tujuan ekspor dinegara-negara tersebut didominasi oleh produk perkebunan dan hasil tekstil produk tekstil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk ekspor UMKM Indonesia memiliki daya saing di 12 negara tujuan ekspor.

Kata kunci: ekspor, UMKM, gravity.

PENDAHULUAN

Komoditas ekspor Indonesia dan negara tujuan Indonesia memiliki banyak peluang untuk diekspor ke berbagai negara di dunia. Menurut data dari situs Kemenperin 2021, ada lebih dari 30 negara tujuan ekspor terbesar untuk produk hasil industri. Diantara 7 komoditas utama ekspor Indonesia banyak sekali mengeksport berbagai jenis makanan ke berbagai negara di seluruh dunia. Di Amerika Serikat, udang yang dibekukan merupakan permintaan tertinggi yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Contoh merek udang Indonesia yang diekspor salah satunya yaitu *Fresh on Time Seafood*. Selain udang beku, ada juga margarin yang banyak diekspor ke

Tiongkok. Merek margarin yang menembus pasar internasional contohnya *Blue Band* yang sangat kita kenal.

Saat ini, Indonesia juga mendominasi pasar minyak sawit di dunia dengan produksi mencapai 31 juta ton per tahun. Indonesia sempat berniat untuk mengandalkan produksi sawit hingga tahun 2030. Minyak kelapa sawit menjadi industri makanan yang banyak diekspor ke berbagai negara seperti Belanda dan Nigeria. Berbagai jenis merek tersebut di antaranya Filma dan Kunci Mas.

Indonesia juga menjadi eksportir kayu tropis terbesar di dunia dengan nilai lebih dari 5 miliar dolar AS per tahun. Adapun kunci ekspor dari industri ini adalah berupa kayu lapis, bubur kayu, kertas, mebel, veneer, proses pembentukan dan penyambungan kayu. Salah satu produk kayu yang banyak diekspor ke berbagai negara seperti Tiongkok dan Jepang merupakan keluaran dari PT. Kayu Lapis Indonesia.

Di industri tekstil, Amerika Serikat termasuk pasar terbesar bagi Indonesia. Banyak pakaian jadi, pakaian rajutan, kaos kaki rajutan, dan perlengkapan pakaian lainnya. Untuk pakaian jadi, merek yang biasa diekspor Indonesia yaitu *The Executive* yang bisa dijumpai di Malaysia, Singapura, dan negara Asia Tenggara lainnya.

Produk berbahan kulit seperti sepatu dan alas kaki juga banyak diekspor ke negara Asia seperti Vietnam dan Tiongkok. Permintaan terbanyak dari kulit meliputi kulit disamak, alas kaki, dan sepatu olahraga. Sepatu olahraga yang banyak diekspor ke Tiongkok mengalami kenaikan cukup drastis dari tahun 2020 sebanyak 66.981,6 dolar AS dan mencapai 109.034,2 dolar AS pada tahun 2021. Selain Tiongkok, Indonesia juga banyak mengekspor barang dari kulit dan kulit buatan ke Australia, Malaysia, dan Hawaii. Salah satu merek yang biasa diekspor adalah Edward Forrer sebagai perusahaan alas kaki dan tas asal Indonesia.

Industri komputer, barang elektronik, dan optik juga banyak diekspor ke negara luar seperti Singapura. Produk yang biasa diekspor umumnya berupa semi konduktor dan komponen elektronik seperti *aluminium electrolytic* dan tantalum, serta perlengkapan komputer seperti *optical character readers* dan *document/image scanners*. Merek produk elektronik asal Indonesia yang diekspor contohnya Maspion yang berupa barang-barang rumah tangga seperti setrika, blender, dan kipas angin. Selain itu, ada juga Polytron yang memproduksi elektronik- elektronik rumah tangga seperti televisi dan radio.

Produksi tahunan karet alam di Indonesia mencapai 3.2 juta ton yang menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir karet terbesar sedunia setelah Thailand. Karet Indonesia sebagian besar berasal dari Sumatera dan Kalimantan. Komoditas karet di Indonesia yang mampu menembus pasar internasional hingga ke Amerika berupa ban luar dan ban dalam. GT Radial merupakan merek ban asal Indonesia yang diproduksi oleh PT. Gajah Tunggal. Perusahaan ini mengekspor ban jenis radial dengan label GT Radial yang sudah diekspor ke berbagai negara di Eropa dan Amerika.

Kopi menjadi komoditas tingkat dunia yang dianggap penting. Indonesia patut berbangga memiliki banyak jenis kopi dengan rasa yang berkualitas, sehingga menjadikan Indonesia sebagai produsen biji kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Indonesia memiliki banyak jenis kopi yang sudah diekspor ke berbagai negara, seperti kopi gayo, kopi toraja, kopi kintamani, dan masih banyak lagi. Merek kopi Indonesia yang berhasil menembus pasar internasional ini contohnya Kopi Kapal Api yang bisa ditemui di Malaysia, Myanmar, dan Austria.

Setiap negara pasti memiliki sumber daya yang berbeda-beda dan inilah yang mendasari terjadinya perdagangan atau pertukaran komoditi dengan negara-negara lain. Indonesia sendiri termasuk negara yang sumber daya alamnya melimpah ruah, yang menjadikannya sebagai pengeksportir dari beberapa komoditas penting, seperti yang sudah dijelaskan di atas. Produk yang diekspor Indonesia ke negara-negara lain tidak hanya produk dengan merek yang sudah besar saja, produk yang dikembangkan oleh usaha menengah pun bisa diekspor ke luar negeri. Berdasarkan latar belakang tersebut

maka penelitian ini akan memfokuskan pada bagaimana situasi ekspor produk UMKM dan total pangsa pasar untuk ekspor Indonesia serta potensi perdagangan berdasarkan negara tujuan utama ekspor Indonesia.

Berdasarkan data BPS Indonesia melakukan ekspor ke lebih 100 negara di dunia termasuk negara-negara ASEAN, Uni Eropa dan NAFTA. Namun pada penelitian ini akan ditentukan 12 negara tujuan utama yaitu Amerika, Jepang, Malaysia, Jerman, Saudi Arabia, Inggris, Brunai, Singapura, Hongkong, Australia, Korea dan Perancis dengan rumusan masalah bagaimana potensi pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia pada 12 negara tujuan utama ekspor dan bagaimanakah urutan negara tujuan ekspor berdasarkan potensi pengembangan produk UMKM Indonesia.

Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk menganalisis potensi pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia pada 12 negara tujuan utama ekspor dan mengetahui urutan negara tujuan ekspor berdasarkan potensi pengembangan produk UMKM Indonesia.

METODE

Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kedua. Penelitian ini menggunakan data panel dalam hal model gravitasi. Cakupan yang digunakan dalam penelitian periode 2021 dan data 12 negara tujuan ekspor Indonesia. Data sekunder yang diperlukan diperoleh BPS Indonesia (Biro Statistik Indonesia) serta *accessed* dari sumber *online* dan situs yang berkaitan dengan topik tesis, jurnal serta sumber lainnya.

Metode analisis

Penelitian ini menggunakan model gravitasi untuk menemukan potensi perdagangan Indonesia dengan melakukan penentuan besarnya *holding capacity* untuk melakukan ranking atau urutan negara ekspor dengan mempertimbangkan variabel jarak sebagai salah satu variabel persamaan model gravitasi dasar bersama dengan beberapa tambahan. Prosedur pengolahan dilakukan dengan cara:

$$Y_{ij} = \alpha_0 X_{1i}^{\alpha_1} X_{2j}^{\alpha_2} X_{3ij}^{\alpha_3} A_{ij}^{\alpha_4} D_{ij}^{\alpha_5}$$

Keterangan:

Y_{ij} : Total nilai ekspor antara negara i dan j,

X_{1i} : PDB negara i.

X_{2j} : PDB negara j.

X_{3ij} : Jarak antara negara i dan j.

A_{ij} : Vektor dari semua variabel kontrol independen.

D_{ij} : Vektor dari semua variabel *dummy* untuk negara i dan j.

α : Koefisien vektor dari semua variabel independen.

Pengukuran *gravity* model terdiri dari:

a. *Gravity* model untuk jumlah perdagangan.

$$\log(T_{ijt}) = \alpha_0 + \alpha_1 \log(GDP_{it}) + \alpha_2 \log(GDP_{jt}) + \alpha_3 \log(PCGDPD_{ijt}) + \alpha_4 \log(Dis_{ijt}) + \alpha_5 \log(T/Y_{it}) + \alpha_6 \log(T/Y_{jt}) + U_{ijt}$$

b. Model gravitasi untuk total ekspor perdagangan antara negara i dan negara j.

$$\log(EXP_{ijt}) = \alpha_0 + \alpha_1 \log(GDP_{it}) + \alpha_2 \log(GDP_{jt}) + \alpha_3 \log(Dist_{ijt}) + \alpha_6 \log(T/Y_{it}) + U_{ijt}$$

Keterangan:

EXP_{ij} : Total nilai ekspor antara negara i dan negara j.

GDP_i : Produk domestik bruto negara i.

- GDP_j : Produksi domestik bruto negara j.
 PCGDPD_{ij} : Diferensial PDB per kapita antara negara i dan j.
 Dist_{ij} : Jarak antara negara i dan negara j.
 T/Y_i : Total perdagangan dengan rasio PDB negara i.
 T/Y_j : Total perdagangan dengan rasio PDB negara j
 EXP/Y_j : Rasio total perdagangan ekspor terhadap PDB negara j

c. Pengukuran *accessibility index*.

$$A_{ij} = \frac{E_j}{D_{ij}^b}$$

Keterangan:

- A_{ij} : *Accessibility index*
 E_j : Ekspor
 D_{ij}^b : Jarak dari negara i ke negara j

d. Pengukuran *holding capacity* dan *gravity model*.

$$G_i = \frac{A_i H_i}{\sum_{j=1}^n A_i H_i} \quad \text{atau} \quad G_i = \frac{D_i}{\sum_{j=1}^n A_i H_i}$$

Keterangan:

- D_{ij} : A_iH_i (*holding capacity*)
 G_i : *Gravity index*

e. Perhitungan daya saing atau *gravity*.

$$G_t = \frac{D_i}{\sum_{j=1}^n D_i}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia

Berdasarkan tujuh produk ekspor UMKM Indonesia yang dianalisis yaitu karet, industri tekstil, kelapa sawit, kakao, kopi, produk barang-barang elektronik dan produksi hasil hutan maka potensi pengembangan produk ini diharapkan memiliki daya saing di negara tujuan ekspor. Berdasarkan data BPS diketahui bahwa karet adalah sebuah produk komoditi yang digunakan di banyak peralatan di seluruh dunia, mulai dari peralatan industri hingga peralatan rumah tangga. Ada dua tipe karet yang dikenal luas yaitu karet alam yang dibuat dari getah pohon karet dan karet sintetis yang dibuat dari minyak mentah. Kita perlu berbangga karena Indonesia adalah negara produsen karet kedua di dunia. Indonesia berhasil menghasilkan 3.200.000 ton karet pada tahun 2021. Daerah penghasil karet di Indonesia adalah Sumatera Selatan, Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Kalimantan Barat. Di tahun 2021 perkebunan karet di Indonesia bahkan mencapai 3,65 hektare. Lima negara yang mengimpor karet dari Indonesia adalah Amerika Serikat, China, Jepang, Singapura,

Industri tekstil di Indonesia terbagi menjadi tiga sektor yaitu sektor hulu, sektor menengah dan sektor hilir. Pembuatan serat (*fiber*) dan pemintal (*spinning*) terdapat di sektor hulu. Kemudian sektor menengah meliputi bidang pemintalan (*spinning*), pertenunan (*weaving*) dan pencelupan/penyempurnaan (*dyeing/finishing*). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) selama Januari - Maret 2021, nilai ekspor pakaian jadi Indonesia non-rajutan adalah US\$ 1,01 miliar. Angka itu tumbuh sekitar 3,1% daripada realisasi ekspor di periode sama tahun lalu, yaitu US\$ 986,4 juta. Bahkan indsutri tekstil Indonesia berhasil menyumbang devisa negara sebesar US\$ 11,87 miliar atau Rp 159,05 triliun (kurs Rp 13.400/US\$). Angka itu setara dengan 8,2% dari total ekspor nasional pada tahun 2021. Negara yang mengekspor produksi tekstil milik Indonesia adalah Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Inggris, China, Malaysia, Saudi Arabia, Perancis.

Kelapa sawit yang diproduksi di Indonesia sebagian kecil dikonsumsi di dalam negeri sebagai bahan mentah dalam pembuatan minyak goreng, *oleochemical*, sabun, *margarine*, dan sebagian besar lainnya diekspor dalam bentuk minyak sawit atau *Crude Palm Oil* (CPO) dan minyak inti sawit atau *Palm Kernel Oil* (PKO). Dari total kelapa sawit yang dihasilkan, ekspor CPO pada tahun 2021 sebesar 50%, sementara *Crude Palm Kernel Oil* (CPKO) mencapai 85% dari total minyak sawit yang dihasilkan oleh Indonesia. Negara-negara penerima kelapa sawit dari Indonesia adalah; Hongkong, India, Vietnam, China, Jerman, Singapura, Korea Utara, Italia, Malaysia, Jepang, Perancis, Amerika Serikat.

Biji kakao merupakan bahan dasar pembuatan coklat dan bahan makanan lainnya. Sektor kakao memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian di Indonesia. Negara Indonesia juga berhasil menjadi negara produsen kakao ketiga terbesar di dunia. Daerah utama penghasil kakao di Indonesia adalah Salatiga, Jawa Tengah. Kakao bubuk yang akan diekspor maupun dikonsumsi oleh rakyat Indonesia harus memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan harus mencakup standar kualitas spesifik, metode pengambilan sampel dan pengujian, kebersihan produk, pengemasan dan pelabelan. Nilai ekspor kakao bahkan mencapai USD 1.224,5. Negara-negara pengimpor dari kakao dari Indonesia adalah Amerika Serikat, Jepang, China, Inggris, Hongkong, Singapura, Prancis, Australia, Malaysia, Jerman, Korea Selatan,

Kopi merupakan andalan ekspor Indonesia di dunia. Kopi sendiri bahkan sudah menjadi komoditas tingkat dunia yang dianggap penting. Berdasarkan data *International Coffee Organization (ICO)*, tiga besar eksportir kopi dunia adalah Brazil, Vietnam dan Indonesia. Daerah penghasil kopi di Indonesia adalah Lampung dan Jawa tengah, seperti Temanggung dan Pati. Negara-negara tujuan ekspor kopi Indonesia adalah Malaysia, Amerika Serikat, Singapura, Korea Utara, Spanyol, Jerman, Prancis, Belanda, Inggris, Australia, Jepang,

Barang-barang elektronik Indonesia yang diekspor ke luar negeri adalah penerima sinyal untuk televisi dan panel elektronika dan barang-barang tersebut diekspor ke Singapura, Amerika Serikat, Jepang, Hongkong, Jerman, Malaysia, Korea Selatan Prancis, Australia, Inggris. Produksi hasil hutan berupa industri kayu di Indonesia juga berkembang dengan pesat. Indonesia adalah *net exporter* dari kayu dan produk kayu dan pada tahun 2021 ekspor kayu bernilai 3,27 miliar USD sementara nilai ekspor pulp dan kertas adalah 4,26 miliar USD. Pada tahun 2021 nilai ekspor dari produksi hasil hutan mencapai 9,71 miliar USD. Negara-negara tujuan ekspor kayu Indonesia adalah, India, China, Malaysia, Singapura, Jerman.

Pola utama distribusi beberapa komoditi perdagangan di Indonesia

Berikut merupakan pola utama distribusi beberapa komoditi perdagangan di Indonesia:

1. Beras: Produsen → Pedagang Grosir → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
2. Cabai merah: Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
3. Telur ayam ras: Produsen → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
4. Bawang merah: Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
5. Daging sapi: Produsen → Pedagang Grosir → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
6. Daging ayam ras: Produsen → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
7. Gula pasir: Produsen → Distributor → Pedagang Grosir → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir.
8. Minyak goreng: Produsen → Distributor → Supermarket/ Swalayan → Konsumen Akhir.

Potensi pola terpanjang distribusi perdagangan beras terjadi di Provinsi DKI Jakarta, cabai merah di Jawa Barat, telur ayam ras di Riau, bawang merah di Nusa Tenggara Barat (NTB), daging sapi di Bengkulu, daging ayam ras di Jambi, gula pasir di Maluku, minyak goreng di Sulawesi Tenggara.

Potensi pola terpendek distribusi perdagangan beras di Provinsi Kalimantan Selatan, cabai merah dan telur ayam ras di Sulawesi Utara, bawang merah di Nusa Tenggara Timur (NTT), daging sapi di Riau, daging ayam ras di Kalimantan Tengah, gula pasir di Sumatera Selatan, dan minyak goreng di Nusa Tenggara Barat.

Persentase Margin Perdagangan dan Pengangkutan (MPP) beras secara nasional tahun 2021 sebesar 20,83 persen; cabai merah 43,09 persen; telur ayam ras 13,09 persen; bawang merah 35,73 persen; daging sapi 41,04 persen; daging ayam ras 24,72 persen; gula pasir 33,18 persen; dan minyak goreng 17,05 persen.

Berdasarkan prosedur model *gravity* maka penentuan potensi ekspor dilakukan dengan menentukan parameter ekspor yang diperoleh dengan melakukan estimasi persamaan penerimaan nilai ekspor dan jarak negara tujuan ekspor dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan koefisien produk ekspor UMKM untuk 12 negara tujuan ekspor
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5775.468	3626.062		1.593	.142
Distance	.148	.453	.103	.327	.750

a. Dependent Variable: eksportvalue

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan Data tahun 2021 untuk 12 negara tujuan diperoleh nilai estimasi (b) sebesar 1.5 yang akan digunakan untuk penentuan potensi relatif dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Perhitungan nilai potensi relatif produk ekspor UMKM untuk 12 Negara tujuan ekspor

No.	Negara	Jarak	Value	Jarak ^{^b}	Aij Amerika
1.	Amerika	14.952	17.744,5	699.164	0,025
2.	Jepang	4.819	17.798	143.265	0,124
3.	Malaysia	1.438	8.441,1	26.355	0,673
4.	Jerman	11.004	8.444,2	455.167	0,039
5.	Saudi Arabia	7.898	55.550,6	286.104	0,062
6.	Inggris	11.713	1.406,1	496.747	0,036
7.	Brunai	2.229	64,5	48.680,4	0,365
8.	Singapura	2.851	12.724,9	68.706,2	0,258
9.	Hongkong	4.195	2.405,8	11.7984	0,150
10.	Australia	3.455	2.524,4	8.9914	0,197
11.	Korea	4.510	8.200,3	13.0571	0,136
12.	Perancis	11.714	975,9	49.6807	0,036

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan data potensi relatif tersebut maka diperoleh potensi relatif pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia ke 12 negara tujuan ekspor. Dari hasil data pada Tabel 2 selanjutnya diperoleh nilai *holding capacity* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Perhitungan *holding capacity* produk ekspor UMKM Negara tujuan ekspor

No.	Negara	Ai	Hi	Di =Ai Hi
1.	Amerika	2,101393	20.412.870	42.895.457
2.	Jepang	2,10772849	5.167.051	10.890.741
3.	Malaysia	0,17029518	364.919	62.143,95
4.	Jerman	1,30314891	4.211.635	5.488.388
5.	Saudi Arabia	0,9353208	748.003	699.622,8
6.	Inggris	1,38711225	2.936.286	4.072.958
7.	Brunai	0,26396937	14.438	3.811,19
8.	Singapura	0,33762973	332.449	112.244,7

Sumber: Data diolah, 2021.

Jika dilihat dari nilai rata-rata pengembangan potensi relatif ekspor produk UMKM Indonesia maka potensi pengembangan yang relatif paling besar diminati adalah produk komoditi mentah pertanian seperti sawit, kopi dan hasil hutan selanjutnya potensi lain seperti produk tekstil juga merupakan potensi yang pangsa pasarnya tinggi di negara tujuan ekspor tersebut.

Tabel 3. Perhitungan *holding capacity* produk ekspor UMKM Negara tujuan ekspor

No.	Negara	Ai	Hi	Di =Ai Hi
9.	Hongkong	0,49679296	364.782	181.221,1
10.	Australia	0,40915844	1.500.256	613.842,4
11.	Korea	0,53409684	1.693.246	904.357,3
12.	Perancis	1,38723068	2.925.096	4.057.783

Sumber: Data diolah, 2021.

Sedangkan berdasarkan rangking negara tujuan ekspor dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan rangking negara tujuan untuk produk ekspor UMKM Indonesia

No.	Negara	Di = Ai Hi	Rangking
1.	Amerika	42.895.457	1
2.	Jepang	10.890.741	2
3.	Jerman	5.488.388	3
4.	Inggris	4.072.958	4
5.	Perancis	4.057.783	5
6.	Korea	904.357,3	6
7.	Saudi Arabia	699.622,8	7
8.	Australia	613.842,4	8
9.	Hongkong	181.221,1	9
10.	Singapura	112.244,7	10
11.	Malaysia	62.143,95	11
12.	Brunai	3.811,19	12

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari tabel 4 diatas, rangking pertama potensi ekspor berdasarkan negara tujuan ditempati oleh negara Amerika dilanjutkan oleh negara Jepang dan Jerman. Pada umumnya tujuan ekspor tersebut di negara-negara tersebut didominasi oleh produk perkebunan dan hasil tekstil produk tekstil yang semakin diminati karena kualitas yang sangat baik. Ini berarti dapat dikatakan bahwa produk ekspor UMKM Indonesia dapat berdaya saing dinegara tujuan ekspor tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pertama, potensi pengembangan ekspor produk UMKM Indonesia didominasi oleh produk perkebunan dan hasil tekstil produk tekstil. Kedua, negara tujuan ekspor terbesar dengan *gravity* model daya tarik negara tujuan ekspor diperoleh urutan 3 besar yaitu negara Amerika, Jepang dan Jerman. Ketiga, dengan model *gravity* ini dapat ditentukan prioritas produk dan negara tujuan sehingga daya saing ekspor Indonesia semakin meningkat sehingga pemerintah dapat memberikan kebijakan yang lebih tepat dalam rangka peningkatan ekspor Indonesia.

Saran

Pertama, penelitian ini masih terbatas kepada 7 jenis produk ekspor UMKM sehingga pada masa yang akan datang harus dilakukan uji model *gravity* yang lebih kompleks dengan keseluruhan produk ekspor Indonesia. Kedua, untuk negara tujuan ekspor yang dianalisis dengan 12 negara tujuan masih terbatas sehingga diharapkan analisis lebih menyeluruh dalam ruang geografis *gravity* negara tujuan ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, H. (2013). Analisis dampak ekonomi dari kebijakan pajak mineral-ekspor Indonesia 2012: Pendekatan CGE . *Makalah MPRA*, No. 62669.
- Arifin S., Rae DE, & Joseph CPR, (Ed). (2007). *Kerjasama perdagangan internasional: peluang dan tantangan bagi Indonesia*. Bank Indonesia: Jakarta.
- Gonarsyah, I. (1987). *Landasan perdagangan internasional* . departemen ilmu-ilmu sosial ekonomi pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Greene WH. (2002). *Analisis ekonometrik. edisi ke-5*. Prentice Hall: Amerika Serikat.
- Gujarati., (2004). *Ekonometrika dasar, edisi ke-4* . The Mc Graw - Hill Companies: New York.
- Hatab AA, Romstad E., & Huo X. (2010). Penentu ekspor pertanian mesir: pendekatan model gravitasi. *Ekonomi Modern*, 1, 134-143.
- Josheski D., & Apostolov M. (2013). Ekspor makedonia dan model gravitasi. *makalah MPRA* No. 48180
- Kim S., (2006). Analisis arus perdagangan kamboja: model gravitasi. *Kertas MPRA*, No.21461.
- Kindleberger, CP dan PH Lindert. (1995). *Ekonomi Internasional (terjemahan), edisi keempat*. Erlangga: Jakarta
- Krugman, Paul R. & Obstfeld, Maurice. (2000). *Ekonomi internasional: teori dan kebijakan, edisi ke-5*. Addison-Wesley: Amerika Serikat.
- Raihan, S. (2008). *Liberalisasi perdagangan dan kemiskinan di Bangladesh dalam UNESCAP (Ed.) Masalah perdagangan yang muncul untuk pembuat kebijakan di negara-negara berkembang di Asia dan Pasifik* . UNESCAP: Bangkok.
- Reyna, OT. (2007). Analisis data panel efek tetap dan acak menggunakan stata. *layanan data & statistik*. Universitas Princeton.
- Salvatore, D. (2011). *Ekonomi internasional: perdagangan dan keuangan*. John Wiley & Sons Inc: Singapura.
- Sen S., (2010). *Teori dan kebijakan perdagangan internasional: tinjauan sastra*. kertas kerja No. 635. Levy Economics Institute dari Bard College.