

## Peran Perdagangan Regional dan Daya Saing Produk Pertanian ASEAN dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan<sup>1</sup>

Fajar B. Hirawan

*Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis daya saing produk-produk pertanian ASEAN di pasar dunia dan ASEAN setelah krisis pangan 2008. Lima produk pertanian yang banyak dikonsumsi masyarakat di kawasan ASEAN, antara lain beras, gula, daging sapi, jagung dan kacang kedelai, digunakan untuk analisis. Dengan menggunakan analisis constant market share (CMS) sebagai salah satu metodologi yang digunakan untuk menentukan strategi kebijakan terbaik bagi ASEAN guna mencapai ketahanan pangan. Selain itu, tulisan ini juga mengukur intensitas perdagangan regional antar negara anggota ASEAN. Perdagangan regional ini sangat diperlukan bagi ASEAN karena adanya persamaan karakteristik konsumsi makanan masyarakatnya. Oleh karena itu, perdagangan regional ASEAN dapat menjadi rencana strategis bagi negara anggota ASEAN dalam mencapai ketahanan pangan di tingkat nasional maupun regional.*

### PENDAHULUAN

Sangat sulit jika kita membayangkan hidup di dunia tanpa adanya makanan atau sumber pangan. Seperti kita ketahui bersama, sejak menginjakkan kaki pertama kali sebagai murid di sekolah dasar, kita diajarkan bahwa kebutuhan dasar manusia ada tiga, yaitu sandang,

---

<sup>1</sup> Tulisan aslinya berjudul "Should ASEAN member countries depend on ASEAN to achieve their food security?" dan dipresentasikan pada *Global Conference on Agriculture Economics and Environment Research* di Kuala Lumpur, Malaysia, 28-29 September 2013.

pangan, dan papan. Warr (2009) bahkan pernah menyebutkan bahwa pangan sangat vital bagi kehidupan manusia karena manusia tidak dapat mensubstitusi pangan dengan barang lain dan manusia akan mengalami bencana kelaparan bahkan kematian apabila tidak mengonsumsi makanan setiap hari. Krisis pangan yang telah mempengaruhi ekonomi global selama tahun 2008 telah meningkatkan kesadaran seluruh negara di kawasan ASEAN khususnya, maupun dunia pada umumnya, untuk membentuk sebuah kebijakan strategis yang efektif dan efisien berkaitan dengan pencapaian ketahanan pangan.

Suplai pangan dunia menjadi isu yang sangat penting setelah krisis pangan terjadi di tahun 2008 dan hal tersebut juga menjadi isu dalam skala domestik maupun regional, khususnya pada tingkat ASEAN. ASEAN sendiri masih berusaha untuk meningkatkan aksesibilitas, khususnya dalam pendistribusian produk-produk pertanian, karena masih kurang efisiennya dan mahalnnya sektor logistik di kawasan tersebut. Meskipun demikian, ASEAN telah berusaha untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan melakukan pertemuan intensif yang disebut AMAF (*ASEAN Ministerial Meeting on Agriculture and Forestry*) dan pertemuan tersebut selalu menyoroti bagaimana cara untuk meningkatkan produksi produk-produk pertanian serta bagaimana cara meningkatkan peran dari perdagangan regional dalam kerangka *ASEAN Free Trade Area* (AFTA).

Berdasarkan hal tersebut, tulisan ini menganalisis daya saing produk-produk pertanian negara-negara anggota ASEAN setelah krisis pangan 2008, baik di pasar dunia maupun di pasar ASEAN. Untuk analisis, ada lima komoditas/produk pertanian yang dipilih berdasarkan tingkat permintaannya yang cukup tinggi di pasar dunia dan ASEAN, serta yang terpenting adalah merupakan komoditas yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di kawasan ASEAN, seperti daging sapi (HS 0201), jagung (HS 1005), beras (HS 1006), kedelai (HS 1201) dan gula (HS 1701).

Daya saing produk-produk pertanian ASEAN sangat penting untuk ditinjau guna mencari tahu seberapa besar pangsa pasar dan seberapa kompetitif produk-produk pertanian tersebut di pasar dunia dan di pasar ASEAN. Dengan menggunakan analisis *constant market share* (CMS), tulisan ini berupaya untuk memberikan solusi mengenai

strategi kebijakan yang tepat bagi negara-negara anggota ASEAN guna mencapai ketahanan pangan di negaranya masing-masing dan di kawasan. Selain itu, untuk melihat tingkat ketergantungan diantara negara-negara anggota ASEAN, tulisan ini juga mengukur intensitas dan pangsa pasar perdagangan intra ASEAN.

Perdagangan di kawasan ASEAN sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di kawasan, khususnya kebutuhan akan produk-produk pertanian, karena adanya persamaan karakteristik konsumsi makanan dalam kaitannya dengan pilihan dan selera. Perdagangan regional di ASEAN sepertinya dapat menjadi kebijakan yang strategis bagi negara-negara anggotanya yang seringkali menghadapi masalah klasik, seperti masalah ketersediaan dan aksesibilitas akan produk-produk pertanian, dalam rangka pencapaian ketahanan pangan di tingkat nasional maupun regional.

Selain itu, tulisan ini menggunakan dua instrumen guna menganalisis integrasi perdagangan regional. Instrumen pertama adalah analisis CMS, sedangkan yang kedua adalah *intra-regional trade share* dan *intra-regional trade intensity index*. Analisis CMS memberikan informasi mengenai daya saing produk-produk di negara atau kawasan yang dianalisis (Tyszynski, 1951; Zebregs, 2004; Athanasoglou, et al., 2010). Pangsa pasar diklasifikasi menjadi empat bagian atau kriteria, antara lain *competitiveness effect*, *initial country* atau *regional* atau *market effect*, *initial product* atau *commodity effect*, dan *adaptation* atau *world growth effect* (Leamer & Stern, 1970; Gilbert, 2010a; Spence & Karingi, 2011). Tabel 1 memberikan penjelasan singkat mengenai *effect* yang telah disebutkan di atas sebagai *output* dari analisis CMS.

**Tabel 1. Penjelasan mengenai analisis *Constant Market Share* (CMS)**

<i>Effects</i>	Positif (+)	Negatif (-)
<i>Competitiveness</i>	Daya saing positif (kompetitif).	Daya saing negatif (tidak kompetitif).
<i>Initial Country</i>	Permintaan positif terhadap suatu produk karena tingginya permintaan dari pasar tertentu (negara/kawasan).	Permintaan negatif terhadap suatu produk karena rendahnya permintaan dari pasar tertentu (negara/kawasan).

<i>Product</i>	Permintaan positif terhadap suatu produk karena tingginya permintaan produk tersebut dari pasar dunia secara keseluruhan.	Permintaan negatif terhadap suatu produk karena rendahnya permintaan produk tersebut dari pasar dunia secara keseluruhan.
<i>Adaptation</i>	Respon positif terhadap permintaan.	Respon negatif terhadap permintaan.

Sementara itu, *intra-regional trade share* adalah persentase perdagangan antar negara-negara di kawasan tertentu terhadap total perdagangan di kawasan yang diperoleh dengan menggunakan data ekspor (ADB, 2013). Semakin tinggi nilai pangsa pasarnya menunjukkan semakin tingginya ketergantungan pada perdagangan regional (Gilbert, 2010b). Sementara itu, *intra-regional trade intensity index* adalah rasio *intra-regional trade share* terhadap pangsa pasar perdagangan dunia dengan kawasan tersebut dengan menggunakan data ekspor (ADB, 2013). Apabila nilai indeks lebih dari satu berarti arus perdagangan di kawasan lebih besar dibandingkan dengan perdagangan di kawasan tersebut dengan dunia (UNU CRIS, 2008). Tulisan ini menggunakan data dari UN COMTRADE (*United Nations Commodity Trade Statistics Database*). Data yang digunakan adalah klasifikasi *Harmonized Commodity Description and Coding System* (HS) tahun 2007.

## DAYA SAING PRODUK PERTANIAN ASEAN DI PASAR DUNIA DAN PASAR ASEAN

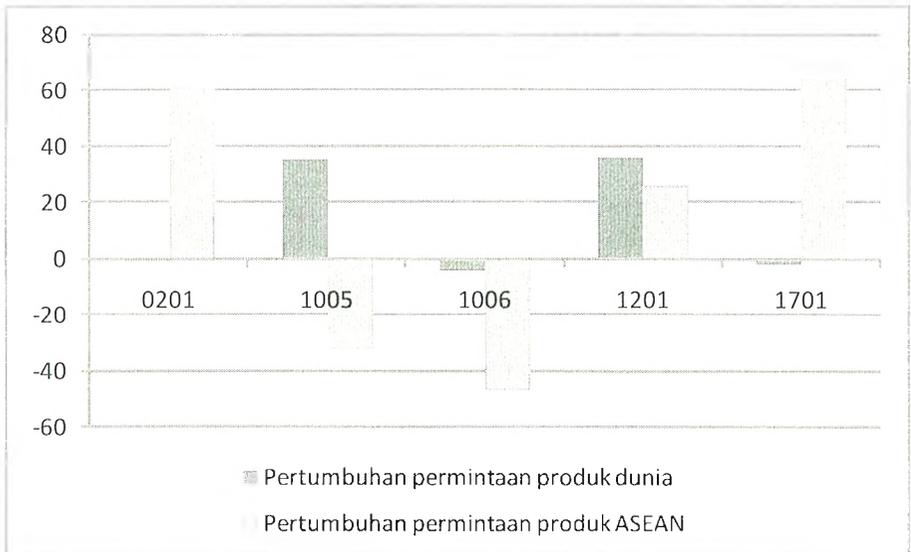
Sangat menarik untuk menganalisis bagaimana daya saing produk pertanian ASEAN di pasar dunia dan di pasar ASEAN. Analisis dengan menggunakan CMS dapat menunjukkan seberapa kompetitif produk-produk pertanian ASEAN di kedua pasar tersebut dibandingkan dengan produk-produk pertanian dari negara atau kawasan lain. Selain itu, dengan analisis CMS, kita juga dapat melihat bagaimana permintaan negara atau kawasan tertentu terhadap produk yang dianalisis dan bagaimana respons negara atau kawasan pengekspor terhadap permintaan pasar tersebut.

### *Daya Saing Produk Pertanian ASEAN di Pasar Dunia*

Menurut Zabregs (2004), analisis CMS merupakan instrumen yang secara langsung bertujuan untuk menunjukkan struktur ekspor suatu negara atau kawasan dan bagaimana daya saing dari produk-produk ekspor tersebut. Setelah krisis pangan tahun 2008, lima produk pertanian yang diteliti memperlihatkan perubahan yang dinamis berkaitan dengan pertumbuhan eksportnya ke pasar dunia. Berdasarkan gambar 1 dibawah, pertumbuhan ekspor gula (HS 1701) ASEAN ke pasar dunia tercatat paling tinggi dan tercatat besarannya sampai dengan 70 persen selama tahun 2010-2012. Kemudian, diikuti oleh daging sapi (HS 0201) dan kacang kedelai (HS 1201) secara berurutan sebesar 61,1 persen dan 25,9 persen. Pada kurun waktu tahun 2010-2012, ada dua (2) produk pertanian ASEAN yang mengalami pertumbuhan ekspor yang negatif, yaitu jagung (-32 persen) dan beras (-46,7 persen). Sementara itu, secara keseluruhan pertumbuhan ekspor produk pertanian dunia ke pasar dunia mengalami pertumbuhan ekspor yang negatif, khususnya daging sapi, beras dan gula. Dalam periode tahun 2010 dan 2012, hanya jagung dan kacang kedelai dari seluruh dunia yang mengalami pertumbuhan ekspor yang positif, yaitu sebesar 35,5 persen dan 36 persen secara berurutan.

Kemudian, dengan menggunakan analisis CMS, tulisan ini juga berusaha untuk menganalisis *competitiveness*, *country*, *product* dan *adaptation effect* dari 5 produk pertanian yang diteliti. Tabel 2 menunjukkan *output* analisis CMS dari 5 produk pertanian ASEAN di pasar dunia. Dari kolom *competitiveness effect* dapat terlihat bahwa hanya 2 produk pertanian ASEAN yang memiliki daya saing yang positif di pasar dunia, yaitu daging sapi dan gula. Sedangkan, tiga (3) produk pertanian lainnya, seperti kacang kedelai, jagung dan beras, memiliki daya saing yang negatif. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa produk daging sapi dan gula ASEAN mampu bersaing di pasar dunia dengan produk yang sama dari negara atau kawasan lain. Sedangkan, ketiga produk ASEAN lainnya tidak mampu bersaing dengan produk yang sama dari negara atau kawasan lain.

**Gambar 1. Pertumbuhan permintaan terhadap produk pertanian dunia dan ASEAN di pasar dunia 2010-2012 (%)**



Sumber: UN COMTRADE

Selanjutnya, analisis dibagi menjadi dua kondisi yang berbeda. Kondisi pertama berlaku untuk daging sapi, beras dan gula. Berdasarkan analisis CMS, ketiga produk ini memiliki tanda negatif pada *country effect* yang berarti adanya permintaan yang negatif dari produk daging sapi, beras dan gula ASEAN dikarenakan turunnya permintaan dari pasar dunia. *Product effect* menunjukkan tanda yang positif yang berarti ketiga produk tersebut secara keseluruhan pada dasarnya memiliki permintaan yang positif dari pasar dunia. *Initial product* menunjukkan tanda negatif dan memiliki makna bahwa penurunan permintaan ketiga produk ASEAN tersebut di pasar dunia cenderung dipengaruhi oleh penurunan permintaan dari pasar dunia (*country effect* yang negatif). Sedangkan, *adaptation effect* daging sapi dan gula berdasarkan *output* analisis CMS menunjukkan tanda yang negatif yang berarti ASEAN merespons secara negatif terhadap penurunan permintaan kedua produk ASEAN tersebut di pasar dunia. Sementara itu, *adaptation effect* beras ASEAN menunjukkan tanda yang positif dan memiliki arti bahwa meskipun ASEAN merespon

secara positif permintaan pasar dunia, namun tetap saja permintaan akan beras ASEAN di dunia mengalami penurunan.

Kondisi kedua berlaku pada produk jagung dan kacang kedelai. Kedua produk tersebut memiliki tanda positif pada *country effect* yang berarti permintaan yang positif terhadap jagung dan kacang kedelai ASEAN disebabkan oleh permintaan yang tinggi dari pasar dunia. Sementara itu, *product effect* kedua produk tersebut memiliki tanda negatif yang berarti penurunan permintaan terhadap jagung dan kacang kedelai ASEAN disebabkan karena penurunan permintaan terhadap kedua produk tersebut di pasar dunia. Kemudian, *initial product* menunjukkan tanda positif yang berarti secara keseluruhan peningkatan permintaan kedua produk ASEAN tersebut di pasar dunia cenderung dipengaruhi oleh peningkatan permintaan dari pasar dunia (*country effect* yang positif). *Adaptation effect* jagung dan kacang kedelai berdasarkan *output* analisis CMS menunjukkan tanda yang negatif yang berarti ASEAN merespons secara negatif terhadap peningkatan permintaan kedua produk ASEAN tersebut di pasar dunia.

**Tabel 2. Output analisis CMS produk pertanian ASEAN di pasar dunia**

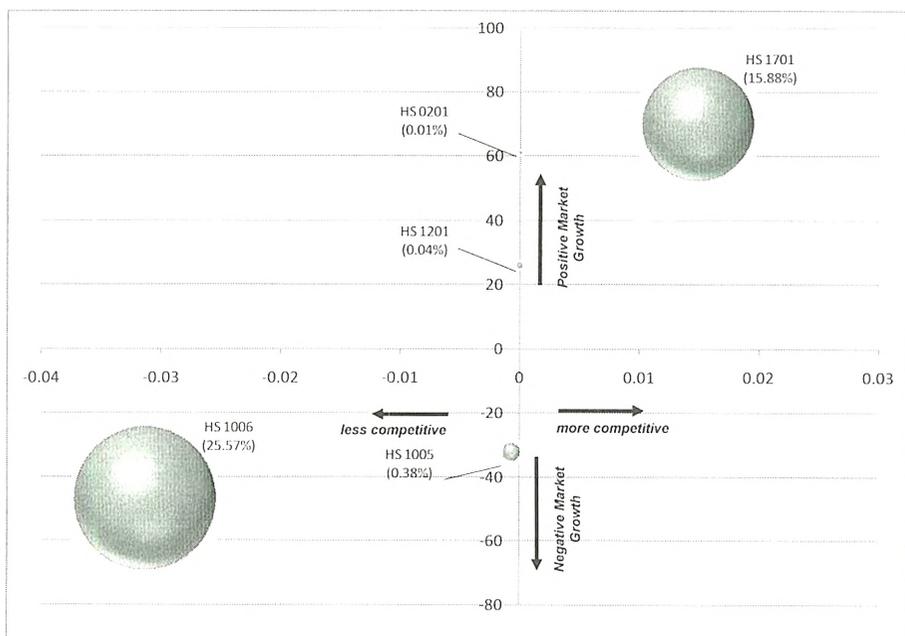
HS	<i>Competitiveness Effect</i>	<i>Initial Product</i>	<i>Country Effect</i>	<i>Product Effect</i>	<i>Adaptation</i>
	2010-2012	2010-2012	2010-2012	2010-2012	2010-2012
0201	5.81028E-06	-1.37E-06	-1.91E-03	1.91E-03	-3.14E+03
1005	-0.000669527	2.23E-04	2.70E-03	-2.70E-03	-2.32E+05
1006	-0.031264193	-1.23E-02	-2.46E-03	2.46E-03	8.90E+04
1201	-9.08388E-06	2.08E-05	4.85E-03	-4.85E-03	-7.37E+05
1701	0.014828488	-3.17E-03	-3.19E-03	3.18E-03	-8.10E+04

Sumber: UN COMTRADE (diolah).

Setelah menganalisis pertumbuhan permintaan ke-5 produk pertanian ASEAN di pasar dunia serta meninjau beberapa *effect*, gambar 2 dibawah merupakan ringkasan dan ilustrasi dari apa yang sudah dijelaskan sebelumnya. Tambahan informasi dari gambar 2 adalah pangsa pasar kelima produk pertanian ASEAN tersebut di pasar dunia yang diilustrasikan dengan besarnya bola atau *bubble*. Produk gula ASEAN adalah satu-satunya produk yang memiliki tiga karakteristik yang positif, yaitu pertumbuhan permintaan di pasar

dunia yang positif, memiliki daya saing yang positif (atau kompetitif), serta memiliki pangsa pasar yang signifikan di pasar dunia sebesar 15,88 persen. Sementara itu, produk beras ASEAN dalam kurun waktu tahun 2010-2012 memiliki pertumbuhan permintaan di pasar dunia yang negatif dan daya saing rendah (tidak kompetitif), meskipun pangsa pasarnya di pasar dunia cukup besar, yaitu sebesar 25,57 persen. Turunnya pertumbuhan permintaan akan beras ASEAN dan tidak kompetitifnya beras ASEAN di pasar dunia disinyalir akibat bencana banjir yang terjadi di Thailand pada akhir tahun 2011. Seperti kita ketahui bahwa Thailand adalah salah satu produsen beras terbesar, bukan hanya di ASEAN, melainkan juga di dunia. Dari gambar 2 juga terlihat bahwa produk pertanian ASEAN yang lain, seperti daging sapi, kacang kedelai dan jagung, pangsa pasarnya tidak signifikan di pasar dunia (hanya kurang dari 1 persen).

**Gambar 2. Daya saing dan pertumbuhan permintaan produk pertanian ASEAN di pasar dunia 2010-2012**



Sumber: UN COMTRADE (diolah).

### *Daya Saing Produk Pertanian ASEAN di Pasar ASEAN*

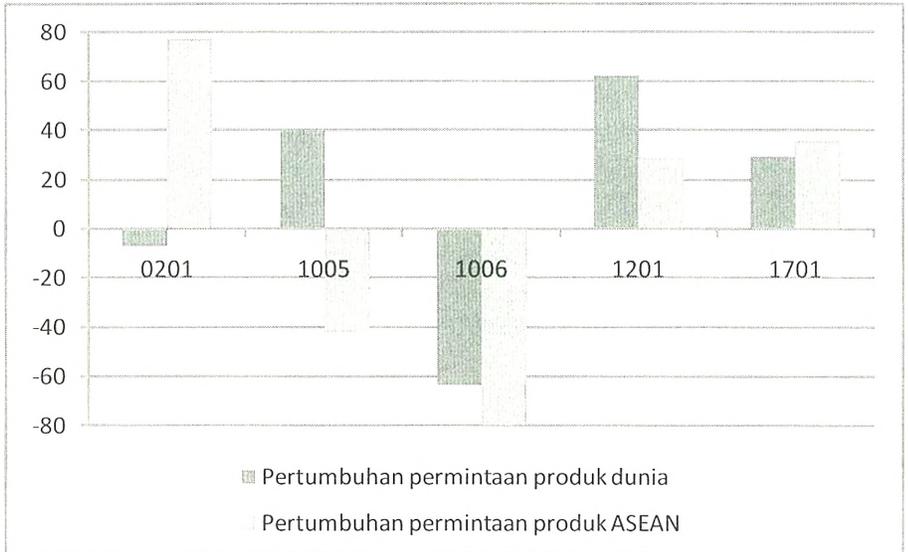
Setelah menganalisis bagaimana performa produk-produk pertanian ASEAN di pasar dunia, dalam bagian ini, akan menggunakan pendekatan yang sama dengan konteks yang lebih sempit, yaitu pasar ASEAN. Berdasarkan gambar 3 dibawah ini, pertumbuhan permintaan kelima produk pertanian ASEAN di pasar ASEAN menunjukkan tren yang positif, khususnya daging sapi, kacang kedelai dan gula. Secara berurutan, pertumbuhan ketiga produk pertanian tersebut adalah 77,2 persen, 28,5 persen dan 35,2 persen. Tren positif pertumbuhan permintaan ini salah satunya disebabkan oleh perdagangan bebas di wilayah ASEAN yang biasa disebut dengan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*).

Sementara itu, pertumbuhan dua produk pertanian lainnya, yaitu beras dan jagung mengalami tren negatif sepanjang tahun 2010 hingga tahun 2012. Kondisi ini sangat beralasan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam kasus beras, yaitu adanya bencana banjir di Thailand, sedangkan untuk produk jagung lebih disebabkan karena memang ASEAN bukanlah negara pengekspor atau penghasil utama produk jagung sehingga pasar ASEAN lebih cenderung untuk mengimpornya dari negara lain, seperti Amerika Serikat.

Pada tabel 3 kita dapat melihat *output* dari analisis CMS terhadap lima (5) produk pertanian ASEAN di pasar ASEAN. Dari kolom *competitiveness effect*, sama seperti yang terjadi di pasar dunia, dapat terlihat bahwa hanya 2 produk pertanian ASEAN yang memiliki daya saing yang positif di pasar ASEAN, yaitu daging sapi dan gula. Sedangkan, 3 produk pertanian lainnya, seperti kacang kedelai, jagung dan beras, memiliki daya saing yang negatif. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa produk daging sapi dan gula ASEAN mampu bersaing di pasar ASEAN dengan produk yang sama dari negara atau kawasan lain. Sedangkan, ketiga produk ASEAN lainnya tidak mampu bersaing dengan produk yang sama dari negara atau kawasan lain.

Kemudian, seperti yang telah dilakukan di bagian sebelumnya, analisis CMS akan dibagi menjadi 2 kondisi yang berbeda. Kondisi pertama berlaku untuk produk jagung, kacang kedelai dan gula ASEAN. Ketiga produk ini memiliki tanda positif pada *country effect* yang berarti

**Gambar 3. Pertumbuhan permintaan terhadap produk pertanian dunia dan ASEAN di pasar ASEAN 2010-2012 (%)**



Sumber: UN COMTRADE

adanya permintaan yang positif dikarenakan naiknya permintaan dari pasar ASEAN. *Product effect* menunjukkan tanda yang negatif yang berarti 3 produk tersebut secara keseluruhan pada dasarnya memiliki permintaan yang negatif dari pasar dunia. *Initial product* menunjukkan tanda positif dan memiliki makna bahwa peningkatan permintaan 3 produk ASEAN tersebut di pasar ASEAN cenderung dipengaruhi oleh kenaikan permintaan dari pasar ASEAN (*country effect* yang positif). Sedangkan, *adaptation effect* dari 3 produk tersebut menunjukkan tanda yang negatif yang berarti ASEAN merespons secara negatif terhadap peningkatan permintaan di pasar ASEAN.

Kondisi kedua berlaku pada daging sapi dan beras. Ke-2 produk tersebut memiliki tanda negatif pada *country effect* yang berarti permintaan yang negatif terhadap 2 produk ini disebabkan oleh penurunan permintaan dari pasar ASEAN. Sementara itu, *product effect* 2 produk tersebut memiliki tanda positif yang berarti peningkatan permintaan disebabkan karena peningkatan permintaan terhadap 2 produk tersebut di pasar dunia. Kemudian, *initial product* menunjukkan

tanda negatif yang berarti secara keseluruhan penurunan permintaan 2 produk ASEAN tersebut di pasar ASEAN cenderung dipengaruhi oleh penurunan permintaan dari pasar ASEAN (*country effect* yang negatif). *Adaptation effect* daging sapi berdasarkan output analisis CMS menunjukkan tanda yang negatif yang berarti ASEAN merespons secara negatif terhadap penurunan permintaan produk tersebut di pasar ASEAN.

Sementara itu, *adaptation effect* beras ASEAN menunjukkan tanda yang positif dan memiliki arti bahwa meskipun ASEAN merespon secara positif permintaan pasar ASEAN, namun tetap saja permintaan akan beras ASEAN di pasar ASEAN mengalami penurunan. Hal ini lagi-lagi diakibatkan karena salah satu penghasil beras terbesar di ASEAN maupun di dunia, Thailand, mengalami bencana banjir pada akhir 2011, yang mengganggu produksi dan distribusi beras, bukan hanya di wilayah ASEAN, melainkan juga di dunia.

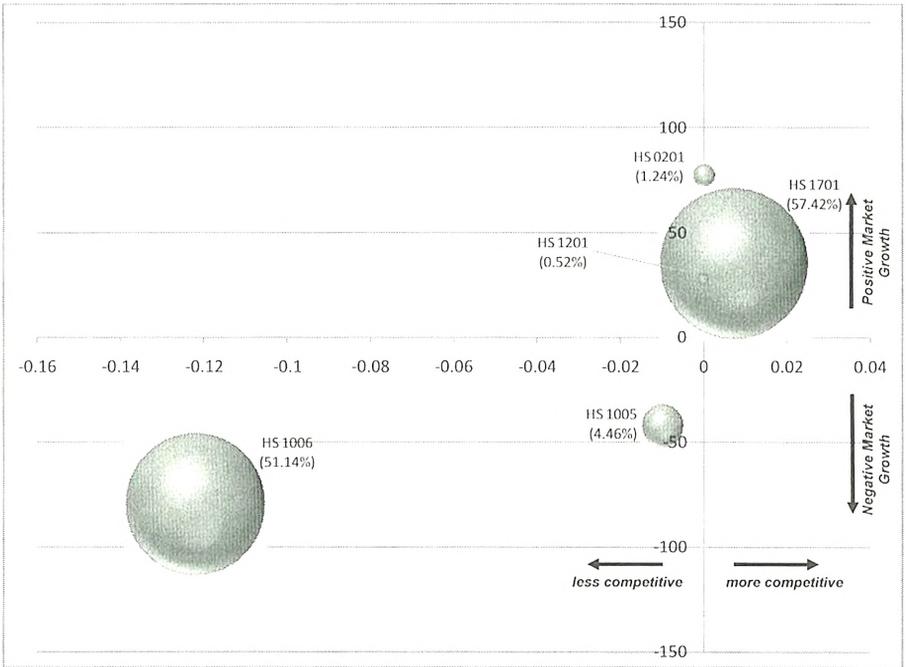
**Tabel 3. Output analisis CMS produk pertanian ASEAN di pasar ASEAN**

HS	<i>Competitiveness Effect</i>	<i>Initial Product</i>	<i>Country Effect</i>	<i>Product Effect</i>	<i>Adaptation</i>
	2010-2012	2010-2012	2010-2012	2010-2012	2010-2012
0201	0.000103059	-1.75E-05	-1.25E-03	1.23E-03	-3.30E+01
1005	-0.009889289	4.64E-03	1.98E-02	-1.95E-02	-2.64E+04
1006	-0.122118502	-1.85E-01	-9.28E-02	9.15E-02	5.07E+04
1201	-0.000304074	7.03E-04	4.92E-02	-4.85E-02	-1.31E+05
1701	0.007225999	3.00E-02	2.51E-02	-2.47E-02	-1.48E+04

Sumber: UN COMTRADE (diolah).

Berdasarkan gambar 4, produk gula ASEAN merupakan produk yang memiliki karakteristik yang paling baik, yaitu pertumbuhan permintaan di pasar ASEAN yang positif, memiliki daya saing yang positif (atau kompetitif), serta memiliki pangsa pasar yang signifikan di pasar ASEAN sebesar 57,42 persen. Sedangkan, beras ASEAN memiliki pertumbuhan permintaan di pasar ASEAN yang negatif dan kurang kompetitif. Meskipun begitu, beras ASEAN masih memiliki pangsa pasar kedua terbesar, setelah gula, di pasar ASEAN, yaitu sebesar 51,14 persen. Produk pertanian ASEAN lainnya, seperti kacang kedelai, daging sapi, dan jagung hanya memiliki pangsa pasar dibawah 5 persen di pasar ASEAN.

**Gambar 4. Daya saing dan pertumbuhan permintaan produk pertanian ASEAN di pasar ASEAN, 2010-2012**



Sumber: UN COMTRADE (diolah).

## PERDAGANGAN PRODUK PERTANIAN ASEAN DI PASAR ASEAN

Untuk mengukur seberapa signifikan besar kegiatan perdagangan di kawasan tertentu, banyak formula yang dapat digunakan, diantaranya *intra-regional trade share* dan *intra-regional trade intensity index*. Untuk melihat sejauh mana kegiatan perdagangan, khususnya perdagangan produk-produk pertanian ASEAN di wilayah ASEAN, tulisan ini menghitung *intra-ASEAN trade share* dan *intra-ASEAN trade intensity index*.

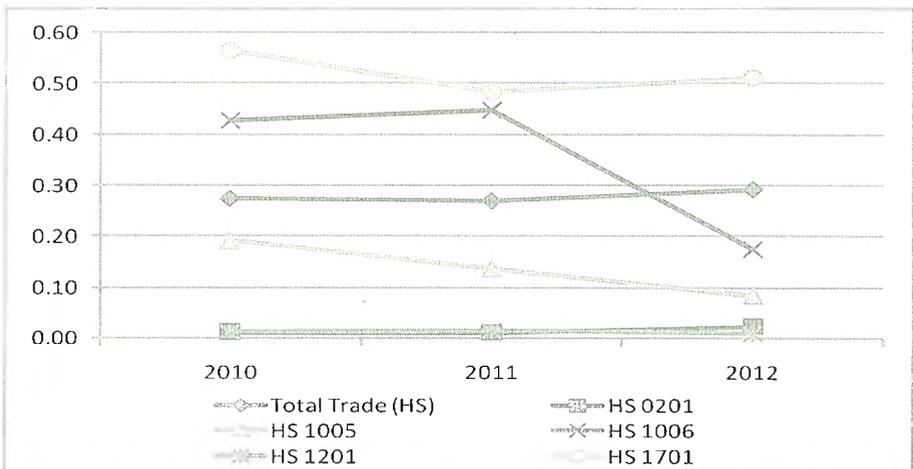
### *Intra-ASEAN trade share*

*Intra-ASEAN trade share* pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa signifikan perdagangan di kawasan ASEAN. Nilai dari perhitungan *intra-regional trade share* berada pada interval 0 sampai dengan 1. Semakin tinggi nilainya, atau mendekati 1, maka

semakin penting kegiatan perdagangan di kawasan tersebut. Dalam pengukuran *intra-ASEAN trade share*, definisi ASEAN merupakan representasi dari sepuluh (10) negara, yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, Vietnam, Brunei Darussalam, Myanmar, Laos, Kamboja dan Filipina. Meskipun Gilbert (2010b) dan Iapadre (2004) mengemukakan bahwa pengukuran menggunakan formula ini ada keterbatasan, seperti adanya informasi yang membingungkan (*misleading*) dikarenakan adanya bias yang disebabkan oleh jumlah negara atau ukuran dari kawasan yang dianalisis. Sementara itu, Hanamaka (2012) juga menyebutkan bahwa *intra-regional trade share* adalah formula atau indikator yang problematis. Namun, meskipun ada beberapa kelemahan, menurut Iapadre (2004) indikator ini masih sangat diperlukan untuk menganalisis integrasi di kawasan, khususnya berkaitan dengan analisis antar kawasan dan berdasarkan deret waktu (*time series*).

Berdasarkan gambar 5 dibawah, kita dapat melihat pergerakan nilai *intra-ASEAN trade share* dalam kurun waktu 2010-2012. Nilai *intra-ASEAN trade share* pada tahun 2010 tercatat sebesar 0,27 dan secara perlahan naik di level 0,29 pada tahun 2012. Sementara itu, jika diklasifikasikan berdasarkan 5 komoditas yang dianalisis dalam tulisan

**Gambar 5. *Intra-ASEAN trade share* 2010-2012**



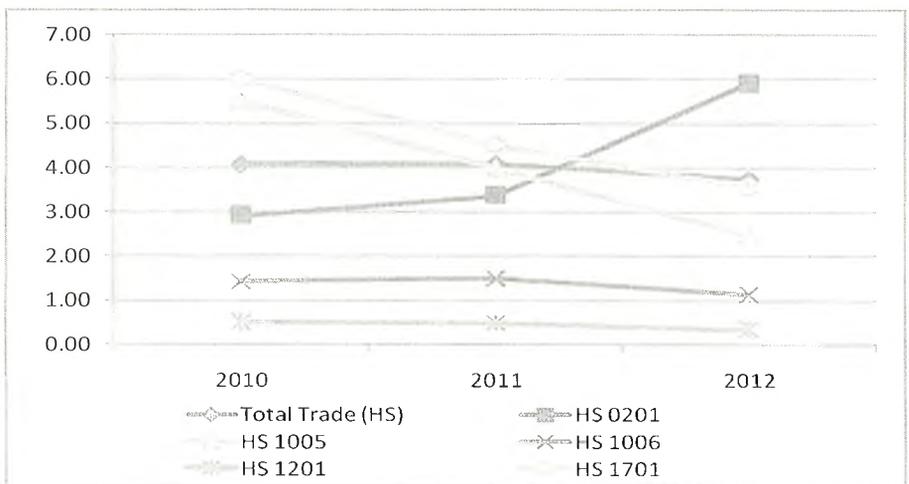
Sumber: UN COMTRADE (diolah).

ini, produk gula memiliki nilai *intra-ASEAN trade share* yang paling tinggi, yaitu berada pada kisaran 0,48 hingga 0,57 selama tahun 2010-2012. Disusul di tempat kedua, yaitu produk beras yang mengalami penurunan tajam di tahun 2012 akibat bencana banjir yang melanda salah satu eksportir beras terbesar di dunia maupun di ASEAN yaitu, Thailand. Kemudian secara berurutan setelah beras, yaitu jagung, daging sapi dan kacang kedelai. Pasca bencana banjir yang melanda Thailand di akhir tahun 2011, beberapa negara langganan pengimpor beras dari Thailand beralih ke negara lain, bahkan beberapa negara ASEAN akhirnya mengimpor beras dari luar ASEAN, seperti dari China dan India, untuk memenuhi kebutuhan domestiknya.

*Intra-ASEAN trade intensity index*

Selanjutnya, *intra-regional trade intensity index* adalah suatu indeks pengukuran yang biasa digunakan untuk melihat signifikansi atau intensitas perdagangan di kawasan tertentu. *Intra-regional trade intensity index* diukur dengan menghitung rasio *intra-regional trade share* dengan pangsa pasar kawasan tersebut dalam total perdagangan di dunia (UNU CRIS, 2008). Berdasarkan gambar 6, *intra-ASEAN trade intensity index* tercatat sebesar 3,7 hingga 4,1 (lebih dari 1) selama

**Gambar 6. *Intra-ASEAN trade intensity index* 2010-2012**



Sumber: UN COMTRADE (diolah).

tahun 2010 hingga tahun 2012. Jadi, angka tersebut membandingkan total perdagangan negara-negara anggota ASEAN di pasar ASEAN dengan total perdagangan negara-negara ASEAN di pasar dunia.

Sementara itu, jika kita menganalisis lebih jauh, khususnya berkaitan dengan 5 produk pertanian yang telah disebutkan sebelumnya, hanya kacang kedelai saja yang memiliki nilai dibawah 1, atau lebih tepatnya berada pada kisaran 0,3 hingga 0,5 selama tahun 2010-2012. Nilai tersebut memiliki arti bahwa arus perdagangan produk kacang kedelai dengan dunia relatif lebih penting jika dibandingkan dengan perdagangan produk tersebut dengan negara-negara anggota ASEAN. Hal ini, terbukti dari sering terjadinya kelangkaan kacang kedelai, khususnya di Indonesia, yang menyebabkan beberapa industri yang sangat bergantung terhadap produk kacang kedelai sebagai inputnya, mengalami kerugian bahkan sampai berhenti berproduksi, seperti pabrik tempe dan bahan makanan lainnya, yang mengandung kacang kedelai. Sedangkan, 4 produk pertanian lainnya seperti daging sapi, jagung, beras dan gula memiliki nilai *intra-ASEAN trade intensity index* lebih besar dari 1, atau dengan kata lain arus perdagangan keempat produk pertanian tersebut dengan negara-negara anggota ASEAN lebih penting dibandingkan dengan perdagangan produk-produk pertanian tersebut dengan dunia.

## PENUTUP

Pentingnya perdagangan produk-produk pertanian antar negara-negara anggota ASEAN menunjukkan kebutuhan kawasan tersebut untuk mengimplementasikan kebijakan dan perjanjian yang efektif. ASEAN perlu mengatur dan mendorong terciptanya perdagangan produk-produk pertanian di kawasan guna mewujudkan ketahanan pangan secara regional dan nasional. Produk-produk pertanian ASEAN yang beredar di pasar dunia maupun di pasar ASEAN memiliki permasalahan berbeda yang perlu ditindaklanjuti oleh negara-negara anggota ASEAN.

Komoditas gula dan beras yang berasal dari ASEAN berdasarkan data yang telah disampaikan sebelumnya memiliki pangsa pasar yang cukup signifikan di pasar dunia. Kedua komoditas tersebut bahkan memiliki pangsa pasar di atas 50 persen di pasar ASEAN.

Sementara itu, komoditas lainnya, seperti daging sapi, jagung dan kacang kedelai tidak memiliki pangsa pasar yang signifikan, baik di pasar dunia maupun di pasar ASEAN. Kemudian, sepanjang tahun 2010-2012 terlihat bahwa beberapa produk pertanian ASEAN, seperti beras, mengalami tren penurunan permintaan yang signifikan, baik di pasar dunia maupun di pasar ASEAN. Selain itu, nilai *intra-ASEAN trade share*, khususnya pada produk beras ASEAN juga mengalami penurunan tajam dalam rentang waktu 2011-2012.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa negara-negara anggota ASEAN sebaiknya tidak terlalu bergantung pada pasar ASEAN guna memenuhi kebutuhan pangan untuk mencapai ketahanan pangan di negaranya masing-masing. Hal ini tak terlepas dari banyaknya kejadian atau bencana yang terjadi di wilayah ASEAN yang terjadi di luar kuasa manusia, seperti contoh bencana banjir yang menerjang Thailand di akhir tahun 2011. Bencana yang terjadi di negeri "gajah putih" tersebut sempat mengganggu ketersediaan pangan di wilayah ASEAN.

Meskipun demikian, masih ada kesempatan bagi ASEAN untuk memperkuat perdagangan regional di ASEAN, khususnya perdagangan produk-produk pertanian, karena berdasarkan indeks mengenai intensitas perdagangan antar negara-negara ASEAN, khususnya produk-produk seperti beras, daging sapi, gula serta kacang kedelai, menunjukkan perdagangan antar negara-negara ASEAN relatif lebih penting dibandingkan dengan perdagangan negara-negara ASEAN dengan dunia secara keseluruhan.

Berdasarkan fakta tersebut, ada 2 rekomendasi kebijakan yang perlu digarisbawahi. *Pertama*, negara-negara anggota ASEAN perlu meningkatkan daya saing produk-produk pertaniannya, bukan hanya di pasar dunia, tetapi juga di pasar ASEAN sehingga mampu bersaing dengan produk-produk pertanian dari negara lain dan terjangkau oleh masyarakat ASEAN. Hal ini sangat penting karena negara-negara anggota ASEAN akan cenderung memilih untuk membeli produk-produk yang berasal dari ASEAN dibandingkan produk-produk yang berasal dari luar ASEAN karena adanya fasilitas AFTA. *Kedua*, negara-negara anggota ASEAN harus meningkatkan ketersediaan dan aksesibilitas pangan melalui peningkatan investasi

di sektor pertanian, khususnya berkaitan dengan penelitian dan pengembangan serta pembangunan infrastruktur. Hal ini diperlukan agar negara-negara anggota ASEAN dapat mencapai kemandirian pangan atau minimal hanya bergantung pada ASEAN dan tidak terlalu bergantung pada beberapa negara pengekspor produk-produk pertanian dari luar ASEAN, seperti China, India, Amerika Serikat, Selandia Baru dan Australia.

## KEPUSTAKAAN

- Asian Development Bank. 2013. *Integration Indicators technical notes*. Retrieved June 12, 2013, from [http://aric.adb.org/integration\\_indicators\\_technotes.php#trade-indicators](http://aric.adb.org/integration_indicators_technotes.php#trade-indicators).
- Athanasoglou, P. P., C. Backinezos, & E. A. Georgio. 2010. Export performance, competitiveness, and commodity composition. *Bank of Greece Working Paper No. 114*, May.
- Gilbert, J. 2010a. *Constant Market Share Analysis of the Pattern of Southeast Asian Export Growth in the 2000s: Handouts*. Utah: Utah State University.
- Gilbert, J. 2010b. *Understanding and Using Common Indices of International Trade: ESCAP Training Session Handouts*. Ulaanbaatar: ESCAP.
- Hamanaka, S. 2012. *Regional Bias of Service Trade in Asia: Handouts*. Structural Reform, Services and Logistics: Building Policy Making Capacity in APEC. Jakarta: Ministry of Trade, Republic of Indonesia.
- Iapadre, L. 2004. *Regional Integration Agreements and the Geography of World Trade: Statistical Indicators and Empirical Evidence*. Retrieved June 10, 2013, <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2012/11119a04.pdf>.
- Leamer, E.E. & R.M. Stern. 1970. *Quantitative International Economics*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Spence, M.D. & S. N. Karingi. 2011. Impact of Trade Facilitation Mechanisms on Export Competitiveness in Africa. *ATPC Work in Progress No. 85*, October 2011, Economic Commission for Africa.
- UNU CRIS. 2008. *Technical notes Regional Integration Knowledge System*. Retrieved June 11, 2013, [www.cris.unu.edu/uploads/Technical\\_notes\\_may\\_2008.doc](http://www.cris.unu.edu/uploads/Technical_notes_may_2008.doc)
- Tyszynski, H. 1951. World trade in manufactured commodities, 1899-1950. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 19 (3), pp. 272-304

- Warr, P. 2009. Food security vs. food self-sufficiency: the Indonesian case. *The Indonesian Quarterly*, vol. 39, no.1, pp. 56 – 71.
- Zebregs, H. 2004. Intraregional Trade in Emerging Asia. *IMF Policy Discussion Paper*.