

# NEWS LETTER EKSPOR IMPOR

## Commodity dan Market Review Bulan Agustus 2025

**03** Geliat Ekspor Tuna Fillet  
Indonesia di Pasar Dunia

**12** Potensi Komoditas Ekspor Indonesia  
di Pasar The Eurasian Economic  
Union (EAEU) 2025

**07** Ban Mobil Penumpang  
Indonesia: Karet Bundar Hitam  
Yang Mengaspal di Pasar Dunia

**16** Potensi Ekspor Indonesia ke Pasar  
Turki

EDISI AGUSTUS  
**2025**

# Geliat Ekspor Tuna Fillet Indonesia di Pasar Dunia

oleh: Jala Ridwan

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tuna terbesar di dunia dengan wilayah perairan yang luas dan kaya akan sumber daya laut, sehingga memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan tuna global. Permintaan internasional terhadap tuna, baik dalam bentuk segar, beku, maupun olahan, terus menunjukkan peningkatan seiring dengan tren konsumsi makanan sehat serta produk perikanan yang berkelanjutan. Berdasarkan data *Fortune Business Insights* (2025), nilai pasar tuna dunia mencapai USD 43,02 miliar pada 2024 dan diproyeksikan meningkat hingga USD 57,45 miliar pada 2033 dengan pertumbuhan tahunan (CAGR) sekitar 3,34%. Kondisi ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk memperluas pangsa ekspor, tidak hanya ke pasar tradisional seperti Jepang, Amerika Serikat, dan Uni Eropa, tetapi juga ke pasar non-tradisional yang tengah mengalami pertumbuhan kebutuhan produk perikanan.

Komoditas ini sebagian besar tercatat dalam kode HS 030487, yang meliputi *frozen fillets of tuna (genus Thunnus)* seperti *skipjack* dan *skipjack-like bonito*. Pada tahun 2024, permintaan tuna fillet (HS 030487) dunia tercatat mencapai sekitar 194,05 ribu ton dengan nilai sekitar USD 2,00 miliar. Tren permintaan tersebut menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 3,82% sepanjang periode 2020–2024, sehingga membuka peluang lebih besar bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan memperluas penetrasi pasar di tingkat global.

Jepang menjadi importir terbesar dunia sejak 5 tahun terakhir. Pada tahun 2024, nilai impor Jepang tercatat sebesar USD 695,36 juta dengan pangsa sebesar 34,74% dari total tuna fillet dunia. Penurunan signifikan juga terjadi di Korea Selatan. Namun, pasar Amerika Serikat dan sebagian Eropa menunjukkan pertumbuhan yang positif (Tabel 1).

**Tabel 1. Permintaan Dunia Komoditas Tuna Fillet (HS 030487)**

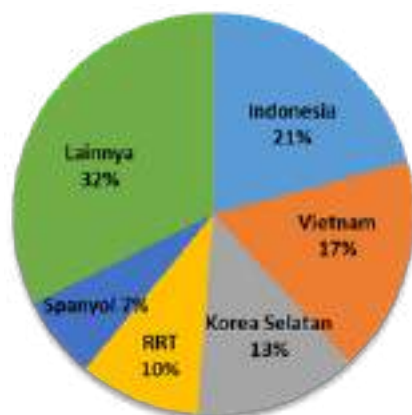
Negara Importir	Nilai (USD Juta)					Perub. (%)	Tren (%)	Pangsa (%)
	2020	2021	2022	2023	2024	23-24	20-24	2024
Dunia	1.678,43	2.107,75	2.641,20	2.156,57	2.001,66	-7,18	3,82	100
Jepang	717,72	921,05	907,07	782,03	695,36	-11,08	-2,24	34,74
Amerika Serikat	370,10	435,90	707,46	452,29	487,40	7,76	6,05	24,35
Korea Selatan	145,11	147,38	207,81	249,63	109,02	-56,33	-0,45	5,45
Spanyol	53,77	104,08	141,37	77,39	90,78	17,30	7,80	4,54
Italia	56,60	73,00	93,33	80,84	83,12	2,82	9,09	4,15
Perancis	81,97	82,05	99,56	71,97	80,14	11,35	-1,75	4,00
Portugal	8,57	19,32	32,09	34,19	43,05	25,92	46,22	2,15
Belanda	29,89	28,59	42,06	32,02	31,94	-0,26	2,49	1,60
Inggris	14,49	28,99	31,08	25,78	29,40	14,06	13,85	1,47
Israel	14,49	15,39	18,73	22,03	25,96	17,81	16,48	1,30
Sub Total	1.492,70	1.855,76	2.280,56	1.828,16	1.676,16	-8,31	2,19	83,74
Lainnya	185,73	251,99	360,64	328,42	325,50	-0,89	14,88	16,26

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

## Indonesia Pimpin Ekspor Tuna Fillet Dunia

Grafik 1.

### Eksportir HS 03048700 Dunia

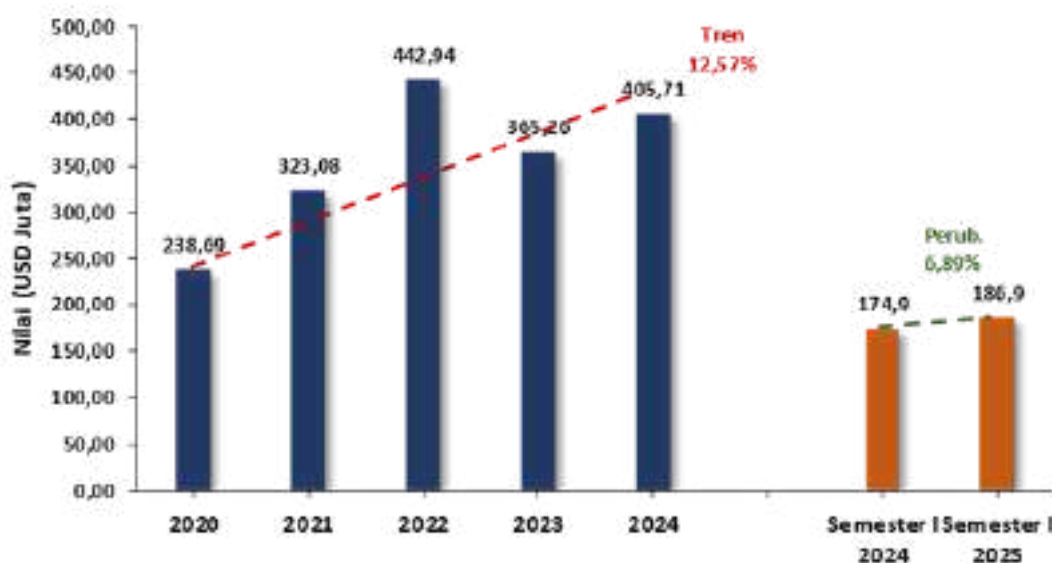


Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

Dengan kontribusi mencapai 21% dari total ekspor tuna fillet dunia, Indonesia menempati posisi puncak sebagai eksportir terbesar. Selanjutnya, Vietnam dengan pangsa 17% dan Korea Selatan dengan 13% mengikuti sebagai pemain utama lainnya. Bersama-sama, ketiganya menguasai lebih dari setengah pasar ekspor dunia, potret bahwa perdagangan tuna fillet terpusat di kawasan Asia Tenggara dan Timur. Menariknya, meski menjadi salah satu eksportir besar, Korea Selatan juga tercatat sebagai importir utama, membuka kemungkinan terjadinya perbedaan segmen antara kebutuhan domestik dan pasar ekspor.

Di posisi berikutnya, Republik Rakyat Tiongkok (RRT) memegang pangsa 10%, sementara Spanyol menjadi satu-satunya wakil Eropa yang masuk lima besar eksportir. Sisanya, sebanyak 32% ekspor dunia berasal dari negara-negara di luar lima besar, menunjukkan pasar yang masih cukup tersebar sekaligus menyediakan ruang bagi pemain baru untuk masuk (grafik 1).

Grafik 2. Kinerja Ekspor HS 03048700 Indonesia



Sumber: BPS (diolah Puska EIPP, BKPerdag, Agustus 2025)

Indonesia terus memperkuat posisinya di pasar tuna fillet dunia, dengan tren pertumbuhan ekspor yang impresif. Dalam periode 2020–2024, nilai ekspor melonjak dari USD 238,69 juta menjadi USD 405,71 juta, mencatat rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 12,57%. Lonjakan tertinggi terjadi pada 2022, saat ekspor menembus USD 442,94 juta, sempat mengalami koreksi pada 2023 menjadi sebesar USD 365,26 juta seiring dengan permintaan dunia yang menurun, lalu kembali menguat pada tahun 2024. Data semester I tahun 2025 menunjukkan kenaikan 6,89% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya, dari USD 174,87 juta menjadi USD 186,92 juta. Peningkatan ini mengindikasikan adanya perbaikan permintaan di pasar utama produk tuna fillet Indonesia (Grafik 2).



Tabel 2. Ekspor Tuna Fillet (HS 03048700) Indonesia berdasarkan Negara Tujuan

No.	NEGARA	NILAI : USD Juta							Perub. (%)	Tren (%)	Pangsa (%)
		2020	2021	2022	2023	2024	Semester I				
							2024	2025	25- 24	20- 24	Smstr I 25
Total Ekspor HS 03048700		238,69	323,08	442,94	365,26	405,71	174,87	186,92	6,89	12,57	100,00
1	Amerika Serikat	145,24	162,31	218,10	158,90	169,07	74,12	71,78	-3,15	2,87	38,40
2	Italia	33,79	60,46	49,96	55,76	64,19	34,22	37,30	9,01	12,78	19,96
3	Spanyol	7,94	12,00	21,36	22,16	44,32	11,25	13,10	16,44	49,97	7,01
4	Jepang	17,87	28,57	46,31	37,97	35,56	16,68	15,03	-9,88	18,06	8,04
5	Thailand	3,83	14,21	24,39	14,29	24,01	7,63	12,84	68,40	44,45	6,87
6	Vietnam	6,19	9,56	21,46	13,37	17,05	7,07	12,14	71,68	26,63	6,49
7	Australia	3,08	5,80	10,64	7,75	9,09	4,23	4,31	1,79	27,85	2,30
8	Kanada	3,05	1,35	5,94	1,80	5,01	1,39	4,69	238,35	13,65	2,51
9	Portugal	1,84	1,89	0,94	3,28	4,94	2,56	2,53	-0,88	28,68	1,36
10	Perancis	2,33	3,24	2,33	2,79	4,32	2,07	1,40	-32,27	11,50	0,75
Sub total		225,16	299,39	401,44	318,08	377,57	161,20	175,13	8,64	11,57	93,69
Lainnya		13,53	23,69	41,50	47,18	28,15	13,67	11,79	-13,75	24,03	6,31

Sumber: BPS (diolah Puska EIPP, BKPerdag, Agustus 2025)

Ekspor tuna fillet ke Jepang mengalami penurunan pada semester I 2025 sebesar 9,88% dibandingkan 2024. Meski begitu tren dari 2020 hingga 2024 memperlihatkan pertumbuhan tahunan yang positif 18,06%. Menariknya meskipun Jepang merupakan importir terbesar dan Indonesia merupakan pemasok utama tuna fillet di dunia, produk Indonesia yang terserap oleh Jepang tidak sebanyak AS dan Italia. Importir asal Jepang memilih negara seperti RRT, Malta, dan Korea Selatan sebagai pemasok utamanya, hal ini kemungkinan dikarenakan karakteristik produk dan preferensi pasar lokal Jepang. Jepang mengutamakan bluefin tuna dan potongan sashimi berkualitas tinggi yang diproses dengan teknologi ultra-freezing pada suhu rendah serta rantai distribusi *super-chilled chain* (Tabel 2).

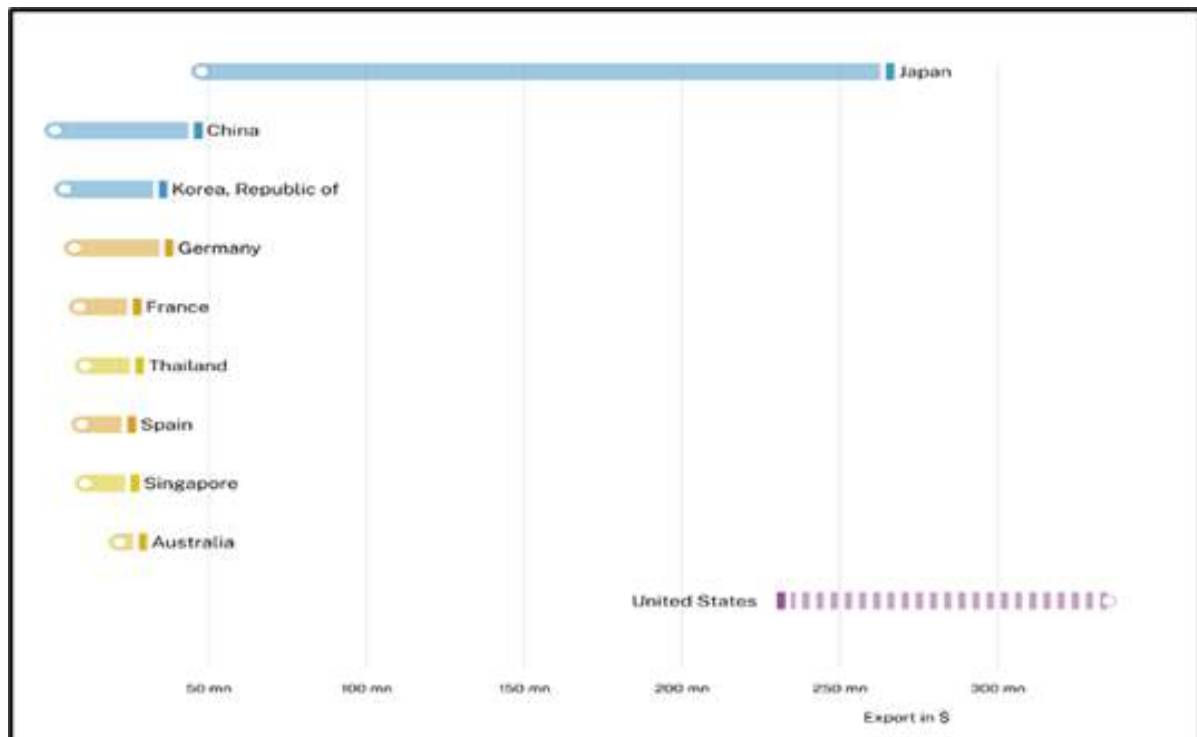
Kejutan muncul dari Thailand, yang naik 68,40% pada Semester I 2025 dan mencatat tren lima tahun mengesankan 44,45%. Lalu masih di kawasan ASEAN, Vietnam juga mencatatkan kenaikan ekspor pada semester I sebesar 71,68% dengan tren 26,63% selama 2020 hingga 2024. Peningkatan ini berpotensi menandai pergeseran strategis Thailand dan Vietnam dari sekadar hub pengolahan menjadi pasar akhir bagi tuna fillet Indonesia.

Lonjakan ekspor ekstrem datang dari Kanada, sepanjang semester I 2025 sudah meningkat 238,35% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya dengan tren lima tahun sebesar 13,65%. Kenaikan luar biasa ini kemungkinan terkait penyesuaian strategi impor Kanada untuk memenuhi pasokan dalam negeri yang berkurang.

Pada semester I 2025, Portugal dan Perancis merupakan negara Uni Eropa yang mengalami penurunan ekspor tuna fillet Indonesia, masing-masing turun sebesar 0,88% dan 32,27%. Meski begitu tren selama lima tahun terakhir dari kedua negara tersebut masih cukup tinggi.

## Potensi Negara Tujuan Ekspor Tuna Fillet Indonesia

Grafik 3. Potensi Negara Tujuan Ekspor Tuna Fillet Indonesia



Sumber: ITC Trademap, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

Berdasarkan indikator Export Potential Map ITC Trademap, produk tuna fillet Indonesia memiliki potensi ekspor yang relatif tinggi pada sepuluh pasar utama senilai USD 950,00 juta dengan potensi yang belum termanfaatkan sebesar USD 515 juta. Beberapa pasar ekspor potensial tuna fillet Indonesia yaitu Jepang dengan nilai mencapai USD 262 juta, diikuti oleh RRT dengan nilai USD 43 juta, Korea Selatan senilai USD 32 juta, Jerman dengan potensi USD 34 juta, dan Perancis menyimpan potensi senilai USD 24 juta (Grafik 3).

## Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Fillet Indonesia di Pasar Global

Upaya peningkatan penetrasi pasar tuna fillet Indonesia memerlukan strategi yang terintegrasi. Optimalisasi perjanjian kerja sama internasional, khususnya *Indonesia-European Union Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IEU-CEPA) dan *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA), menjadi instrumen penting untuk menurunkan hambatan tarif dan non-tarif. Pemanfaatan perjanjian ini dapat meningkatkan daya saing harga produk tuna fillet Indonesia di pasar Uni Eropa dan Jepang.

Pembangunan jalur *cold storage* di negara tujuan ekspor merupakan langkah strategis untuk memastikan rantai pasok tuna fillet tetap terjaga dari sisi kualitas dan kesegaran. Ketersediaan fasilitas rantai dingin di pelabuhan masuk negara tujuan dapat mengurangi risiko *spoilage*, memperpanjang *shelf life*, serta memberikan fleksibilitas dalam pengaturan distribusi dan pemasaran.

Promosi dan *branding* tuna yang sehat, ditangkap secara legal, menjamin penangkapan tidak menyebabkan kerusakan ekosistem laut, dan berkelanjutan dapat meningkatkan *brand equity* Indonesia di pasar global. Tren konsumsi pangan di negara maju semakin mengarah pada produk yang memiliki sertifikasi yang mengedepankan keberlanjutan, keamanan pangan, dan tanggung jawab lingkungan, produk tuna fillet Indonesia dapat mengisi ceruk pasar konsumen yang sadar lingkungan.

Peningkatan daya saing melalui pelatihan dan pembimbingan pelaku usaha, khususnya UMKM, menjadi faktor krusial untuk memastikan standar produksi memenuhi persyaratan pasar tujuan. Pelatihan meliputi aspek penanganan pascapanen, quality control, penerapan *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP), serta pemenuhan standar sanitasi internasional. Hal ini akan memperluas basis pemasok berkualitas tinggi, mengurangi ketergantungan pada eksportir besar, dan menciptakan diversifikasi sumber pasokan.





# Ban Mobil Penumpang Indonesia: Karet Bundar Hitam Yang Mengaspal di Pasar Dunia

oleh: Sefiani Rayadiani

Industri ban sering kali luput dari sorotan publik. Padahal, di balik roda kendaraan yang melaju di jalan raya, tersimpan potensi besar bagi Indonesia untuk meneguhkan posisi sebagai pemain penting dalam perdagangan global. Salah satunya melalui ekspor ban mobil penumpang.

Indonesia adalah produsen karet alam terbesar kedua di dunia. Produksi karet alam Indonesia diprediksi mencapai 2,04 juta ton pada 2025, berada di atas output produksi Vietnam yang mencapai 1,28 juta ton (ANRPC, 2025). Meskipun Indonesia memiliki keunggulan fundamental yang kuat dalam karet alam dan kapasitas produksi yang besar, sebagian besar karet alam ini diekspor dalam bentuk bahan mentah, dengan nilai tambah yang rendah. Ironisnya, komoditas strategis ini justru banyak diolah negara lain. Indonesia menempati peringkat ke-17 sebagai eksportir utama Ban mobil penumpang (HS 401110) dunia pada tahun 2024 dengan pangsa pasar sebesar 2,46% (ITC UN COMTRADE, 2025). Hal ini menunjukkan adanya potensi yang belum dimanfaatkan untuk mengubah kekuatan bahan bakunya menjadi produk jadi bernilai lebih tinggi dan memperluas jejak ekspornya.

## Kinerja Ekspor Ban Mobil Penumpang Indonesia

Si karet bundar hitam asal Indonesia ini telah mampu mengaspal di 112 negara pada tahun 2024 dan pada semester I 2025 jejaknya semakin meluas hingga menembus 114 negara. Produk Ban mobil penumpang buatan Indonesia sudah melaju jauh hingga ke jalanan di Amerika, Eropa, Afrika dan Timur Tengah. AS menjadi pasar ekspor terbesar bagi Indonesia. Pada Semester I 2025, pangsa ekspor Ban mobil penumpang (HS 401110) ke AS mencapai 49,49%; diikuti oleh Jepang 6,07%; Malaysia 5,41%; Kanada 3,53% dan Meksiko 3,03% (Grafik 4b).

Kinerja ekspor Ban mobil penumpang (HS 401110) Indonesia dalam lima tahun terakhir (2020-2024) menunjukkan tren yang meningkat sebesar 3,14%. Secara total, nilai ekspor Ban mobil penumpang Indonesia pada 2020 tercatat sebesar USD 1,17 miliar, lalu meningkat pada 2021 menjadi USD 1,33 miliar dan terus naik hingga mencapai puncaknya pada 2023 sebesar USD 1,48 miliar. Namun, pada 2024 terjadi penurunan cukup signifikan menjadi USD 1,29 miliar. Pada semester I 2025, kinerja ekspor Ban mobil penumpang kembali tertekan hanya sebesar USD 608,59 juta, turun 10,48% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (Grafik 4a).

### Grafik 4. Negara Potensial Tujuan Ekspor Minyak Kelapa Mentah (HS 151311) Indonesia



Sumber: ITC Trademap, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

## Pasar Global: Peluang yang Terbuka

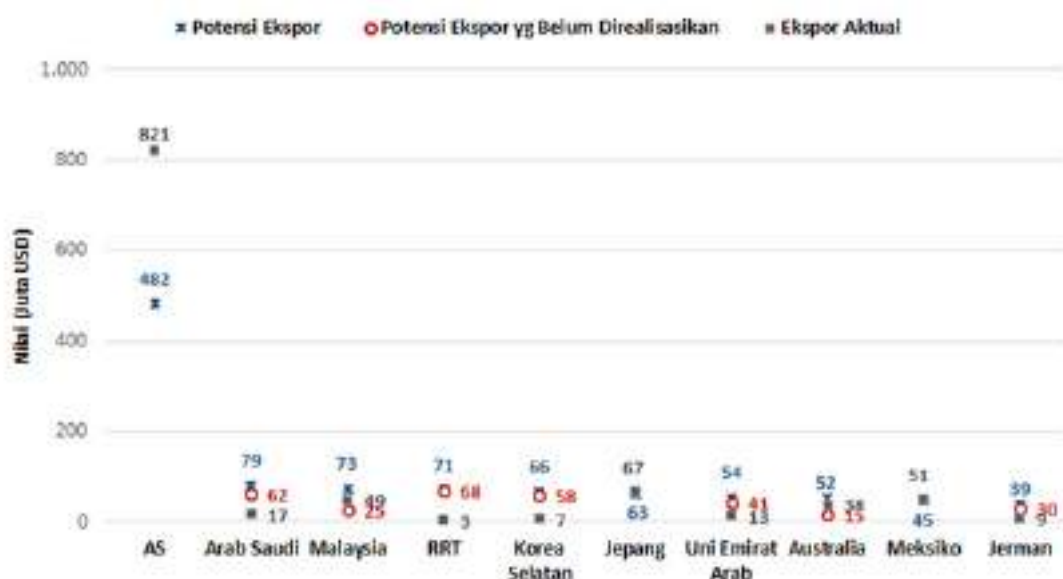
Secara global, pasar ban mobil penumpang bernilai ratusan miliar dollar AS. Nilai pasar ban mobil penumpang diperkirakan sebesar USD 101 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan tumbuh menjadi USD 130 miliar pada tahun 2033, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 3,2% dari tahun 2026 ke 2033 (Verified Market Reports, 2025). Pertumbuhan pasar ban mobil penumpang global tersebut didorong oleh berbagai dinamika, seperti pertumbuhan permintaan untuk mobil penumpang kelas menengah hingga atas, terutama Asia dan Afrika juga negara-negara berkembang di India dan Asia Tenggara; dan peningkatan permintaan ban pengganti dan ban OEM dan perubahan preferensi konsumen (Wadhwani & Ambekar, 2025). Pemerintah di berbagai dunia juga memainkan peran kunci dalam mengatur standar keselamatan dan mempromosikan keberlanjutan dalam industri ban mobil penumpang.

Selain itu, inovasi teknologi seperti ban mobil penumpang ramah lingkungan, ban mobil penumpang pintar dan ban mobil penumpang kendaraan listrik atau *electric vehicle* (EV) juga mendorong permintaan ban mobil penumpang dunia. Berdasarkan data *International Energy Agency* (2025), penjualan mobil listrik global tercatat melampaui 17 juta unit pada tahun 2024.

Tingginya permintaan ban mobil penumpang di pasar global juga dapat terlihat dari nilai impor ban mobil penumpang (HS 401110) dunia yang cenderung meningkat sebesar 8,81% selama lima tahun terakhir (2020-2024). Pada tahun 2024, impor ban mobil penumpang dunia (HS 401110) mencapai USD 52,97 miliar, jauh lebih tinggi dari angka impornya pada tahun 2020 yang hanya USD 36,97 miliar.

Meskipun ekspor Ban mobil penumpang (HS 401110) Indonesia sempat mengalami penurunan pada paruh pertama tahun 2025, pasar dunia masih membuka peluang luas bagi produk ini. Berdasarkan hasil estimasi *ITC Export Potential Map* (2025), Indonesia memiliki potensi ekspor ban mobil (HS 401110) senilai USD 1,6 miliar dengan potensi ekspor yang belum terealisasi sebesar USD 631 juta. AS tetap menjadi pasar utama dengan nilai potensi ekspor Ban mobil penumpang (HS 401110) sebesar USD 482 juta. Selain AS, Arab Saudi menempati posisi kedua dengan potensi ekspor sebesar USD 79 juta, Malaysia USD 73 juta, RRT USD 71 juta, Korea Selatan USD 66 juta, Jepang USD 67 juta, Uni Emirat Arab USD 54 juta, Australia USD 52 juta, Meksiko USD 51 juta, dan Jerman USD 39 juta (Grafik 5).

**Grafik 5. Potensi Ekspor Ban Mobil Penumpang (HS 401110) Indonesia Berdasarkan Negara (dalam Juta USD)**



Sumber: ITC Export Potential Map (2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.



Adapun RRT menunjukkan perbedaan absolut terbesar antara potensi ekspor dan ekspor aktual, sehingga menyisakan ruang untuk merealisasikan ekspor tambahan senilai USD 68 juta atau mewakili 10,78% dari total potensi ekspor ban mobil penumpang. RRT merupakan salah satu pusat manufaktur ban mobil penumpang yang besar di dunia dengan permintaan besar untuk kendaraan penumpang dan ban pengganti. Dengan memaksimalkan pasar RRT akan memberikan dorongan yang signifikan bagi ekspor ban mobil penumpang Indonesia.

Selain RRT, Arab Saudi adalah negara yang memiliki potensi ekspor yang belum terealisasi terbesar kedua dengan nilai sebesar USD 62 miliar, diikuti oleh Korea Selatan USD 58 miliar, Uni Emirat Arab (UEA) USD 41 miliar, dan Jerman USD 30 miliar. Selain AS, pasar di kawasan Timur Tengah, Asia Tenggara, Asia Timur, Uni Eropa dan Amerika Latin masih terbuka lebar bagi ban mobil penumpang asal Indonesia. Tren elektrifikasi kendaraan penumpang atau penggunaan ban mobil penumpang EV, ban pintar dan ban ramah lingkungan juga menumbuhkan peluang baru di pasar global.

### Tantangan yang Mengemuka

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, ban mobil penumpang Indonesia menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang dapat memengaruhi kinerja ekspornya, mulai dari fluktuasi ekonomi global, volatilitas harga bahan baku karet alam, gangguan rantai pasok, tekanan geopolitik akibat berkecamuknya perang di beberapa wilayah (konflik Rusia-Ukraina dan ketegangan Timur Tengah), kebijakan tarif resiprok dan sektoral AS hingga perubahan pola permintaan global, termasuk percepatan transisi menuju EV dan ban yang memiliki performa tinggi, tahan lama serta ramah lingkungan.

Ekspor ban mobil penumpang Indonesia juga menghadapi tekanan persaingan di pasar ban global yang semakin intens dan kompetitif dari Thailand serta munculnya produsen ban mobil penumpang berbiaya rendah dari RRT. Dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), ban mobil penumpang Thailand memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing tinggi di dunia. Nilai RCA ban mobil penumpang Thailand cenderung mengalami peningkatan sepanjang tahun 2020-2024 dan nilainya mencapai 5,79 pada tahun 2024.

Kendatipun nilai RCA ban mobil penumpang asal Indonesia di atas 1 yang menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing di pasar dunia, namun nilainya cenderung mengalami penurunan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir ini (2020-2024). Sedangkan nilai RCA ban mobil penumpang buatan RRT menunjukkan tren yang meningkat (Tabel 3).

**Tabel 3. Hasil RCA Ban Mobil (HS 4011.10) Indonesia dan Beberapa Negara Eksportir Utama di Dunia**

Negara	Nilai RCA					
	2020	2021	2022	2023	2024	
Indonesia	3,40	2,94	2,65	2,68	2,22	
RRT	0,89	0,93	1,02	1,09	1,15	
Thailand	5,72	5,59	5,34	5,50	5,79	
Jerman	1,17	1,23	1,34	1,24	1,12	
Jepang	1,11	1,27	1,36	1,34	1,29	
Vietnam	1,02	1,03	0,98	1,14		

Sumber: ITC UN COMTRADE (2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag

Di sisi lain, industri ban mobil penumpang domestik masih menghadapi biaya energi tinggi, logistik mahal, serta keterbatasan riset dan inovasi desain. Padahal, konsumen global makin sensitif terhadap kualitas, daya tahan, dan efisiensi bahan bakar yang dihasilkan oleh ban mobil penumpang.

## Strategi ke Depan

Untuk menjawab tantangan sekaligus memaksimalkan potensi ekspor ban mobil penumpang Indonesia, diperlukan beberapa strategi yang dapat didorong:

1. Penguatan hilirisasi karet. Pemerintah perlu mendorong transformasi karet alam lebih banyak diolah di dalam negeri dengan memberikan insentif fiskal dan nonfiskal.
2. Investasi dalam inovasi dan teknologi. Pemerintah dan swasta perlu bahu-membahu melakukan investasi secara signifikan dalam riset dan pengembangan (R&D) untuk ban mobil penumpang khusus untuk kendaraan listrik yang super efisien, ban pintar dengan sensor terintegrasi atau ban ramah lingkungan yang memakai bahan bio-based atau daur ulang. Adopsi proaktif industri terhadap teknologi manufaktur canggih dan fokus pada ban mobil penumpang berkinerja tinggi, ramah lingkungan, dan kompatibel dengan EV sangat penting untuk naik ke rantai nilai pasok dan memenuhi tuntutan pasar global yang canggih.
3. Diversifikasi pasar. Untuk memaksimalkan potensi ekspor dan mengurangi ketergantungan yang tinggi pada pasar AS, ekspor ban mobil penumpang Indonesia perlu menjelajah ke pasar-pasar non-tradisional yang sedang tumbuh, seperti Timur Tengah, Afrika atau Amerika Latin dan memperkuat kehadiran di pasar Asia lainnya.
4. Diversifikasi produk. Diversifikasi juga harus mencakup penawaran produk dengan fokus pada ban mobil penumpang bernilai tinggi dan khusus, mengingat tren global menuju EV, ban pintar, dan ban berkinerja tinggi serta ban ramah lingkungan. Pergeseran strategis dari volume ke produk ban bernilai tambah ini sangat penting untuk daya saing jangka panjang melawan pemain global yang sudah mapan. Dengan menghasilkan dan mengeksport ban mobil penumpang bernilai lebih tinggi tersebut, Indonesia diharapkan dapat memenuhi tuntutan pasar yang berkembang di pasar negara maju dan meningkatkan potensi ekspor di segmen margin yang lebih tinggi.
5. Optimalisasi perjanjian perdagangan bebas Indonesia dengan negara mitra dagang. Pemerintah perlu memastikan bahwa eksportir ban mobil penumpang Indonesia sepenuhnya dapat memanfaatkan perjanjian perdagangan bebas yang sudah ada, seperti IJ-EPA dengan Jepang, AC-FTA dengan RRT dan potensi IEU-CEPA dengan Uni Eropa, untuk mendapatkan akses tarif preferensial. Dengan pemanfaatan yang optimal, ekspor ban mobil Indonesia dipastikan akan dapat melesat. Akses tarif yang lebih rendah juga akan dapat meningkatkan daya saing harga ban mobil penumpang Indonesia di pasar global.
6. Membangun merek dan citra ban mobil penumpang Indonesia yang kuat di mata dunia guna memiliki daya tawar yang lebih tinggi di pasar internasional

Dengan strategi ini, industri ban mobil penumpang Indonesia bukan hanya menopang ekspor, tetapi juga menjadi bukti sukses hilirisasi. Dari karet alam mentah ke ban mobil penumpang berteknologi tinggi, inilah saatnya Indonesia naik kelas sebagai pemain global ban mobil penumpang. Kolaborasi erat antara pemerintah, pelaku industri dan asosiasi menjadi kunci penting dalam menerapkan strategi-strategi tersebut.



# Potensi Komoditas Ekspor Indonesia di Pasar The Eurasian Economic Union (EAEU)

oleh: Yudi Fadilah

Kerja sama perdagangan Indonesia dengan Eurasian Economic Union (EAEU) yang beranggotakan Rusia, Kazakhstan, Belarus, Armenia, dan Kyrgyzstan, berlandaskan kebutuhan kedua pihak untuk memperluas pasar dan mendiversifikasi mitra dagang. Bagi Indonesia, EAEU adalah pasar non-tradisional dengan jumlah penduduk  $\pm 184$  juta jiwa dan PDB gabungan lebih dari US\$ 2 triliun. Potensinya besar untuk produk agrikultur tropis, perikanan, dan manufaktur bernilai tambah. Bagi EAEU, Indonesia menjadi pintu masuk ke pasar ASEAN dan negara-negara mitra RCEP, serta pemasok komoditas yang tidak dapat diproduksi di iklim Eurasia.

Kerja sama dagang bilateral antara Indonesia dan EAEU dilandaskan pada perjanjian dagang dan most favoured nation treatment di bawah WTO. Indonesia–EAEU sedang merancang terwujudnya *Free Trade Agreement* (FTA). Saat ini tahap perundingan sedang menuju Indonesia–EAEU *Comprehensive Economic Cooperation Agreement* (IEAEU-CECA) yang mencakup beberapa hal seperti pengurangan tarif bea masuk untuk produk prioritas, pengakuan sertifikasi teknis dan standar mutu, dan fasilitasi prosedur bea cukai dan logistik.

Bagi Indonesia, kerja sama perdagangan ini memiliki potensi sinergi strategis. Indonesia akan mendapatkan akses pasar bebas intra-EAEU, dimana setelah barang masuk ke satu negara anggota, maka kemudian dapat mendistribusikan komoditas ekspor Indonesia dengan fasilitas bebas bea ke negara anggota lainnya. Selain itu, kerja sama ini menjadi bentuk mutual benefit dan saling melengkapi antara kondisi iklim dan sumber daya di kedua pihak. Indonesia memiliki keunggulan di sektor tropis (kelapa sawit, rempah, ikan laut), sedangkan EAEU unggul di sektor iklim sedang dan industri berat. Di sisi lain, kerja sama antara Indonesia dengan EAEU akan membuka peluang investasi, antara lain di sektor logistik, *cold chain*, dan pengolahan makanan di Rusia dan Kazakhstan.

## Kinerja Ekspor dan Impor Indonesia dan EAEU

EAEU memiliki daya tarik tersendiri sebagai tujuan untuk pemasaran produk ekspor Indonesia. *Gross Domestic Product* (GDP) gabungan negara-negara EAEU mencapai USD 2,4 triliun dengan jumlah populasi sebesar 184 juta jiwa (eaeunion.org). Untuk memenuhi kebutuhan atas barang impor, EAEU mengimpor dari banyak sumber dengan negara pemasok utama di tahun 2024 antara lain Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dengan pangsa 46,38 %, intra EAEU trade 14,75%, dan Jerman 4,27 %. Impor kawasan EAEU dari dunia di 2024 tercatat sebesar USD 311,30 miliar, turun 3,51% dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan Indonesia menjadi negara di posisi ke-20 terbesar negara pemasok barang kebutuhan impor EAEU di 2024 dengan pangsa sebesar 0,51%, dibawah Vietnam yang menjadi negara pemasok terbesar dari negara ASEAN dengan pangsa 0,52%. Tren impor selama 2020–2024 menunjukkan penurunan rata-rata 1,78% per tahun, mencerminkan tekanan perdagangan global, fluktuasi harga komoditas, dan potensi dampak sanksi atau hambatan perdagangan (Tabel 4).



Tabel 4. Negara-Negara Eksportir ke Pasar EAEU (USD juta)

No.	Exporters	2020	2021	2022	2023	2024	Perub. % 24/23	Trend (%) 2020-2024	Share (%) 2024
	<b>Total</b>	<b>310,748.3</b>	<b>387,622.7</b>	<b>261,477.3</b>	<b>322,631.5</b>	<b>311,297.2</b>	<b>- 3.51</b>	<b>- 1.78</b>	
1	China	66,289.9	86,650.3	88,371.3	140,644.6	144,366.1	2.65	22.64	46.38
2	Intratrade EAEU Member	52,514.2	59,138.8	37,092.4	38,994.2	45,904.4	17.72	-6.63	14.75
3	Germany	27,140.2	30,942.6	18,176.8	15,649.0	13,288.5	-15.08	-19.02	4.27
4	Türkiye	7,068.8	8,738.6	12,238.7	15,418.8	12,531.8	-18.72	18.68	4.03
5	Korea, Republic of	12,254.0	13,936.5	6,813.7	9,103.4	7,094.1	-22.07	-14.09	2.28
6	Italy	12,025.1	13,804.3	7,186.1	7,031.6	6,774.3	-3.66	-16.66	2.18
7	Uzbekistan	2,239.5	3,143.4	3,738.6	4,877.6	6,523.2	33.74	29.40	2.10
8	Poland	6,467.1	7,311.0	7,412.4	7,775.2	6,082.4	-21.77	-0.61	1.95
9	India	4,121.8	5,092.7	3,617.5	5,117.7	5,816.1	13.65	7.18	1.87
10	France	9,330.2	13,312.8	3,926.3	3,868.9	4,437.6	14.70	-23.83	1.43
19	Viet Nam	4,489.9	5,409.7	1,842.5	3,466.8	1,610.1	-53.56	-22.09	0.52
20	Indonesia	1,888.9	2,726.0	1,453.5	1,174.7	1,598.3	36.06	-11.09	0.51
32	Thailand	1,573.6	1,977.0	694.5	1,258.6	1,192.0	-5.29	-9.58	0.38
34	Malaysia	1,776.2	1,996.2	649.8	1,000.7	1,078.5	7.77	-15.53	0.35
60	Singapore	580.0	665.6	203.3	232.5	207.8	-10.62	-26.69	0.07
68	Philippines	432.3	537.8	68.2	82.7	89.1	7.84	-39.53	0.03
73	Myanmar	154.5	156.7	23.8	57.8	61.7	6.91	-24.66	0.02
77	Cambodia	203.6	214.5	29.3	43.4	51.5	18.71	-35.25	0.02
122	Lao People's Democratic Republic	15.7	12.3	0.9	2.2	1.3	-39.92	-48.84	0.00
187	Brunei Darussalam	0.0	0.0	-	0.0	-	-100.00	-	0.00
194	Timor-Leste	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-100.00	-	0.00

Sumber: Trademap (2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Komoditas yang paling banyak diimpor oleh EAEU antara lain Mesin dan peralatan mekanis (HS 84) dengan pangsa 17,11% dari total impor, meski turun 4,11% pada 2024 (YoY) dan tren 2020-2024 tumbuh negatif 2,94%. Penurunan ini bisa disebabkan oleh substitusi produksi domestik atau diversifikasi sumber impor. Komoditas impor terbesar berikutnya Kendaraan (HS 87) berada di posisi kedua (pangsa 13,84%), mengalami penurunan 6,12% pada 2024, namun secara tren 2020-2024 tumbuh 17,43%, yang menandakan adanya pemulihan dan peningkatan kebutuhan mobilitas masyarakat. Mutiara, batu mulia, dan logam mulia (HS 71) menjadi komoditas dengan pertumbuhan tertinggi dengan kenaikan sebesar 153,94% pada 2024 dengan tren 2020-2024 sebesar 55,69%, kemungkinan dipicu oleh kenaikan harga emas dan logam mulia di pasar global (Tabel 5).

Tabel 5. Perkembangan Impor EAEU Selama 2020-2024 (USD Juta)

HS	Description	EAEU's imports from world					Growth (%) 24/23	Trend (%) 2020-2024	Share (%) 2024
		2020	2021	2022	2023	2024			
	<b>Total All products</b>	<b>310,748.3</b>	<b>387,622.7</b>	<b>261,477.4</b>	<b>322,631.5</b>	<b>311,297.2</b>	<b>-3.51</b>	<b>-1.78</b>	
84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appli	56,740.6	65,960.3	40,183.9	55,535.4	53,254.0	-4.11	-2.94	17.11
87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and p	22,952.4	32,389.6	19,218.1	45,879.9	43,071.5	-6.12	17.43	13.84
85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sou	36,484.3	44,506.9	26,358.0	35,572.0	29,581.7	-16.84	-6.23	9.50
30	Pharmaceutical products	13,733.6	16,847.1	16,753.5	15,377.8	15,926.8	3.57	2.07	5.12
39	Plastics and articles thereof	12,429.1	16,306.9	12,215.9	11,721.1	10,937.3	-6.69	-5.69	3.51
90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checki	10,034.9	10,598.5	7,543.3	9,525.9	9,496.6	-0.31	-2.15	3.05
71	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stone	1,338.3	1,871.3	1,730.6	3,516.4	8,929.5	153.94	55.69	2.87
73	Articles of iron or steel	9,124.4	9,349.4	6,043.9	7,729.1	6,808.3	-11.91	-7.47	2.19
27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation	10,988.1	5,563.7	6,410.0	5,844.6	6,010.6	2.84	-10.93	1.93
28	Inorganic chemicals; organic or inorganic compounds of pr	3,723.9	3,743.9	4,252.1	4,816.7	5,766.8	19.73	11.93	1.85
	<b>Others</b>	<b>133,198.6</b>	<b>180,484.9</b>	<b>120,768.1</b>	<b>127,112.6</b>	<b>121,514.0</b>	<b>-4.40</b>	<b>-5.20</b>	<b>39.03</b>

Sumber: Trademap (2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.



Berdasarkan struktur impornya, impor EAEU masih sangat terkonsentrasi pada komoditas teknologi tinggi (HS 84, HS 87, HS 85) dan produk strategis industri (HS 39, HS 72, HS 28). Adapun pangsa produk primer seperti buah-buahan (HS 08) dan minuman beralkohol (HS 22) relatif kecil (kurang dari 2%), menunjukkan fokus impor pada kebutuhan industri dan teknologi. Sektor otomotif dan teknologi masih menjadi penggerak utama perdagangan eksternal EAEU, meskipun menunjukkan fluktuasi akibat ketidakpastian global.

Perkembangan komoditas ekspor Indonesia ke Eurasian Economic Union (EAEU) periode 2020–2025 (Januari–Juni) menunjukkan dinamika yang cukup signifikan, baik dari sisi nilai, pertumbuhan, maupun struktur komoditas. Nilai ekspor total ke EAEU pada 2024 mencapai USD 1,88 miliar, naik 47,03% dari USD 1,28 miliar USD di 2023. Laju pertumbuhan Januari–Juni 2025 dibanding periode yang sama 2024 sangat tinggi, yaitu 50,24%, dengan tren positif 11,61% per tahun sepanjang 2020–2024. Hal ini mengindikasikan adanya pemulihan kuat perdagangan bilateral, yang didorong oleh peningkatan permintaan pasca-pandemi, diversifikasi pasar, dan intensifikasi kerja sama dagang.

**Tabel 6. Perkembangan Komoditas Ekspor Indonesia ke EAEU (USD Juta)**

HS	URAIAN	NILAI : US\$ JUTA							Perub. %	Trend (%)	Share (%)
		2020	2021	2022	2023	2024	JANUARI - JUNI				
							2024	2025			
	Total	1,002.58	1,517.26	1,494.36	1,283.71	1,887.45	734.25	1,103.11	50.24	11.61	
15	Lemak dan minyak hewani, nabati atau mikro	524.49	840.24	954.32	595.28	749.11	304.25	482.26	58.51	3.75	43.72
28	Bahan kimia anorganik; senyawa organik atau	0.91	0.86	0.00	231.80	426.47	183.30	201.77	10.07	499.02	18.29
18	Kakao dan olahan kakao	39.15	34.52	22.15	28.13	140.15	51.46	84.36	63.95	26.44	7.65
85	Mesin dan perlengkapan elektrik serta bagian	51.49	90.86	110.73	94.81	92.60	19.34	68.94	256.49	12.93	6.25
09	Kopi, teh, mate dan rempah-rempah	54.26	30.52	59.62	33.39	123.37	16.06	61.84	285.04	18.92	5.61
40	Karet dan barang daripadanya	45.21	100.12	47.22	32.73	65.59	31.46	57.04	81.27	-3.67	5.17
84	Reaktor nuklir, ketel, mesin dan peralatan me	23.17	38.62	85.85	62.77	54.67	24.67	27.76	12.54	24.64	2.52
21	Bermacam-macam olahan yang dapat dimaka	12.75	21.22	21.79	27.36	33.31	14.91	16.46	10.4	24.30	1.49
64	Alas kaki, pelindung kaki dan sejenisnya; bagi	51.77	72.18	14.70	33.71	35.64	16.14	15.28	-5.3	-14.00	1.39
38	Aneka produk kimia	11.06	23.66	20.43	16.67	22.26	12.34	12.93	4.84	11.05	1.17
	Lainnya	188.32	264.48	157.56	127.07	144.27	60.33	74.47	23.44	-11.89	6.75

Sumber: BPS (diolah, 2025)

Di lihat lebih dalam, Lemak dan Minyak Hewani/Nabati (HS 15) menjadi kontributor terbesar dengan pangsa 43,72% dari total ekspor Januari–Juni 2025. Nilai ekspornya selama Januari–Juni 2025 sebesar USD 482,26 juta, naik 58,51% dibanding periode sama 2024. Tren selama periode 2020–2024 tumbuh 11,37%, menegaskan posisi Lemak dan Minyak Hewani/Nabati (HS 15) sebagai komoditas andalan. Komoditas ekspor terbesar berikutnya adalah Bahan Kimia Anorganik (HS 28) menempati posisi kedua dengan pangsa 18,29%. Pertumbuhan luar biasa, tren tahunan selama periode 2020–2024 mencapai 499,02%, menunjukkan pergeseran ekspor ke produk bernilai tambah tinggi untuk industri di negara-negara anggota EAEU. Selanjutnya, Kakao dan Olahan Kakao (HS 18) berkontribusi sebesar 7,65% dari total ekspor Indonesia ke EAEU, dengan tren positif 26,44%, didorong permintaan industri makanan dan minuman EAEU (Tabel 6).

Secara umum, pada periode 2020–2021 terjadi penurunan ekspor akibat dampak pandemi COVID-19 yang menekan aktivitas perdagangan dan mengganggu rantai pasok. Namun, mulai 2022 terlihat pemulihan signifikan dengan kenaikan pada komoditas utama seperti HS 15 dan HS 85 seiring dengan meningkatnya permintaan energi dan bahan baku industri setelah pemulihan ekonomi global. Beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian adalah sanksi ekonomi yang diterapkan oleh negara-negara Barat terhadap Rusia sejak 2022 meningkatkan kebutuhan Rusia untuk memperluas mitra dagang non-Barat, termasuk Indonesia. Selain itu, integrasi ekonomi di kawasan EAEU (melalui Uni Ekonomi Eurasia) memberikan akses tarif preferensial yang potensial memperkuat ekspor Indonesia. Negosiasi perjanjian perdagangan Indonesia–EAEU (CECA) menjadi faktor pendukung strategis yang memberi harapan peningkatan ekspor lebih berkelanjutan di masa depan.

## Kesimpulan

1. EAEU dengan populasi ±184 juta jiwa dan PDB gabungan lebih dari USD 2 triliun merupakan pasar non-tradisional yang potensial bagi Indonesia. Struktur kebutuhan impor EAEU masih terfokus pada industri dan teknologi, tetapi juga terbuka untuk komoditas agrikultur tropis, perikanan, dan manufaktur bernilai tambah dari Indonesia.
2. Nilai ekspor Indonesia ke EAEU meningkat signifikan dari USD 1,28 miliar pada 2023 menjadi USD 1,88 miliar pada 2024 (naik 47,03%). Pada Januari–Juni 2025, ekspor tumbuh 50,24% dibanding periode sama 2024, dengan tren positif rata-rata 11,61% per tahun selama 2020–2024. Hal ini mencerminkan pemulihan kuat pasca-pandemi dan peningkatan integrasi dagang.
3. Lemak & minyak hewani/nabati (HS 15) menyumbang pangsa sebesar 43,72% dari total ekspor (Januari–Juni 2025), tumbuh konsisten dan menjadi andalan utama ekspor Indonesia. Sementara itu, Bahan kimia anorganik (HS 28) mengalami pertumbuhan luar biasa dengan tren 499% (2020–2024), menandakan pergeseran ekspor menuju produk industri bernilai tambah. Sedangkan Kakao dan olahannya (HS 18) dengan kontribusi sebesar 7,65%, dengan tren pertumbuhan 26,44%, menunjukkan potensi kuat di sektor makanan dan minuman.
4. Diversifikasi pasar Rusia dan EAEU akibat sanksi Barat sejak 2022 mendorong peningkatan perdagangan dengan negara non-Barat termasuk Indonesia. Di sisi lain, integrasi ekonomi EAEU memungkinkan produk Indonesia masuk ke seluruh anggota dengan tarif preferensial. Adapun proses negosiasi *Comprehensive Economic Cooperation Agreement* (CECA) berpotensi memperluas akses pasar, mengurangi hambatan tarif maupun non-tarif, serta memperkuat kerja sama logistik dan investasi.





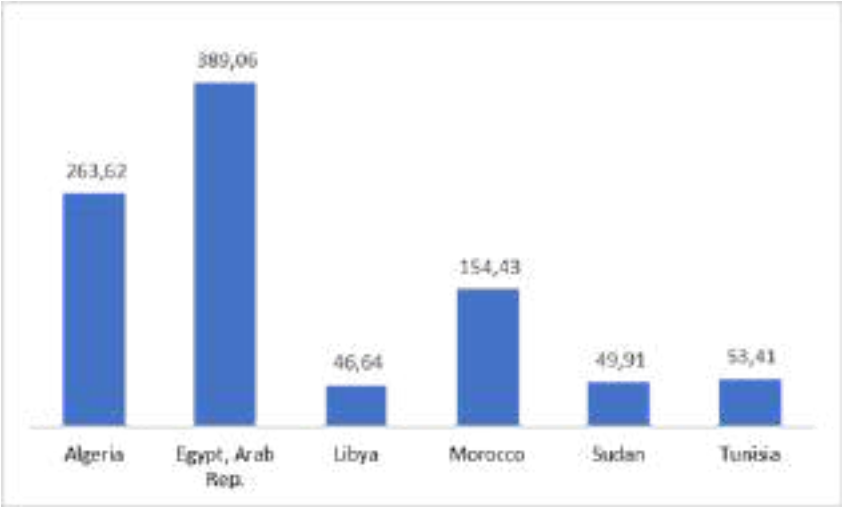
# Potensi Ekspor Indonesia ke Pasar Mesir

oleh: Fairuz Nur Khairunnisa

## Gambaran Umum Perekonomian Mesir

Mesir merupakan salah satu negara dengan kinerja perekonomian yang cukup baik di kawasan Afrika Utara. Mesir memiliki jumlah penduduk sebanyak 110 juta jiwa (Worldometer, 2024) dan menempati urutan ketiga terbesar di Afrika setelah Nigeria dan Ethiopia. Dari sisi perekonomian, Mesir menempati posisi sebagai negara dengan GDP terbesar di kawasan Afrika, yakni dengan nilai sekitar USD 389,06 miliar pada tahun 2024 (Grafik 5).

Grafik 5. Perbandingan GDP Beberapa Negara Afrika Utara Tahun 2024 (Miliar USD)



Sumber: World Bank, 2025 (Diolah oleh Puska EIPP)

## Kinerja Ekspor Produk Utama Indonesia di Mesir

Meskipun menghadapi tantangan ekonomi global dan tekanan inflasi, perekonomian Mesir masih menunjukkan daya tahan dan tetap menjadi salah satu pasar prospektif di kawasan Afrika. Bagi Indonesia, Mesir termasuk salah satu negara potensial selain Nigeria, Algeria, Kenya, dan Maroko yang difokuskan sebagai tujuan ekspor non-tradisional. Oleh karena itu, upaya promosi dan penetrasi pasar ekspor ke Mesir perlu terus digencarkan, mengingat hubungan dagang kedua negara yang cenderung surplus bagi Indonesia.

Kinerja ekspor Indonesia ke Mesir menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Hal ini terlihat dari nilai total ekspor Indonesia ke Mesir pada tahun 2024 yang mencapai USD 1,94 miliar, naik sebesar 26,0% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar USD 1,54 miliar. Sementara itu, pertumbuhan ekspor rata-rata tahunan Indonesia ke Mesir selama periode 2020–2024 adalah sebesar 12,6%. Produk andalan utama Indonesia di Mesir adalah Minyak Sawit dan Fraksinya (HS 151190) dengan nilai ekspor di tahun 2024 mencapai USD 732 juta atau menyumbang pangsa 37,8% dari total ekspor. Produk utama lainnya antara lain Kopi (HS 090111) dengan nilai ekspor USD 143 juta (pangsa 7,3%); Besi atau baja non-paduan (HS 720720) dengan nilai USD 97 juta (pangsa 5,0%); Aluminium oxide (HS 281820) senilai USD 72 juta (pangsa 3,7%); serta Benang (HS 551011) senilai USD 47 juta (pangsa 2,4%) (Tabel 7).

Tabel 7. Perkembangan Ekspor Produk Utama Indonesia di Mesir

No	HS	URAIAN	NILAI : USD Juta							Perub. %	Trend (%)	Share (%)
			2020	2021	2022	2023	2024	SEMESTER I				
								2024	2025	25/24		
Total ekspor			1048,12	1604,46	2050,28	1538,39	1939,07	754,56	843,27	11,8	12,6	100,0
1	151190	Vegetable oils; palm	642,94	1.068,96	781,52	798,55	732,15	334,47	540,11	61,5	-0,3	37,8
2	090111	Coffee; not roasted c	55,02	89,08	81,73	84,53	142,52	51,28	82,86	61,6	20,3	7,3
3	720720	Iron or non-alloy ste	-	-	-	10,15	97,45	53,68	-	-100,0	-	5,0
4	281820	Aluminium oxide; ot	-	-	-	16,60	72,18	10,97	57,46	423,7	-	3,7
5	551011	Yarn; (not sewing th	40,35	47,54	42,02	48,17	46,97	17,06	18,34	7,5	3,2	2,4
6	151329	Vegetable oils; palm	14,72	50,27	36,46	27,95	45,99	16,68	25,69	54,0	18,4	2,4
7	290315	Saturated chlorinate	-	-	5,41	-	33,03	16,76	10,97	-34,6	-	1,7
8	852990	Reception and trans	3,18	14,27	36,95	29,05	26,80	14,64	6,94	-52,6	64,4	1,4
9	151620	Vegetable fats and o	6,19	10,54	9,81	8,63	17,34	5,22	4,98	-4,5	20,4	0,9
10	151790	Edible mixtures or p	12,38	15,31	17,15	27,40	16,52	6,92	7,19	3,9	12,3	0,9
Subtotal			774,78	1.295,98	1.011,04	1.051,03	1.230,93	527,67	754,54	43,0	7,4	63,5
Produk lainnya			273,34	308,48	1.039,24	487,36	708,14	226,89	88,73	-60,9	26,6	36,5

Sumber: BPS, 2025 (Diolah oleh Puska EIPP)

Jika mencermati pangsa ekspor produk utama Indonesia, terlihat bahwa ekspor Indonesia ke Mesir relatif cukup terdiversifikasi, meskipun masih didominasi minyak sawit. Produk-produk utama lainnya selain minyak sawit terdistribusi pada kisaran 2–7% pangsa, sehingga komoditas ekspor Indonesia ke Mesir tidak hanya bergantung pada satu sektor saja.

## Analisis Dinamika Pangsa Pasar dan Daya Saing Produk Ekspor Utama Indonesia di Mesir

Melihat potensi yang cukup besar untuk melakukan penetrasi pasar ekspor, pemerintah Indonesia perlu menyusun strategi promosi ekspor yang tepat ke Mesir. Langkah pertama yang penting dilakukan adalah memetakan kondisi kinerja dan daya saing produk ekspor serta dinamikanya di pasar Mesir. Untuk mengetahui sejauh mana perubahan pangsa pasar dan daya saing produk utama Indonesia di Mesir, dapat digunakan beberapa alat analisis, di antaranya *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Informasi mengenai peta produk dan dinamika daya saing ini akan membantu para pemangku kepentingan dalam menentukan prioritas produk yang harus ditingkatkan ekspornya.

Berdasarkan perhitungan RCA tahun 2024, sejumlah produk Indonesia di Mesir menunjukkan daya saing yang kuat dengan nilai RCA di atas 1, di antaranya lemak dan minyak hewan/nabati (HS 15) dengan RCA 9,81, kapas (HS 52) dengan RCA 6,20, serat staple buatan (HS 55) dengan RCA 7,13, produk kayu dan arang kayu (HS 44) dengan RCA 5,72, serta kopi, teh, dan rempah (HS 09) dengan RCA 0,83 yang meskipun relatif rendah, tetap menunjukkan tren positif pada ekspor. Hal ini mencerminkan bahwa produk-produk tersebut memiliki keunggulan komparatif dan menjadi sektor yang prospektif untuk dipromosikan.

Namun demikian, hasil analisis CMSA menunjukkan dinamika yang berbeda. Meskipun sebagian besar produk utama Indonesia terdorong oleh kenaikan permintaan impor Mesir (efek pertumbuhan impor positif), banyak di antaranya yang justru mengalami penurunan daya saing (efek daya saing negatif), seperti mesin dan peralatan listrik (HS 85), serat staple buatan (HS 55), serta produk kimia tertentu (HS 38 dan HS 84). Hanya beberapa produk yang mengalami peningkatan daya saing, seperti kopi, teh, rempah (HS 09), kapas (HS 52), serta produk berbasis kertas (HS 48) (Tabel 8).



Tabel 8. Indeks RCA dan CMSA 20 Produk Utama Ekspor Indonesia di Mesir

No	HS	Deskripsi Produk	Efek Daya Saing			Perubahan Nilai Ekspor 2023-2024	RCA (2024)
			Efek Pertumbuhan Impor	Efek Komposisi	Efek Daya Saing		
All products			18.209.993,14	0,00	-17.995.233,14		
1	'15	Animal, vegetable or microbial fats and oils and their preparations	12.028.432,69	-17.682.225,04	5.603.120,34	-50.672,00	9,81
2	'09	Coffee, tea, maté and spices	1.187.421,53	-691.441,18	-433.249,35	62.731,00	0,83
3	'72	Iron and steel	140.952,02	90.917,23	-136.461,25	95.408,00	1,35
4	'85	Electrical machinery and equipment and parts thereof	1.271.565,36	783.421,44	-2.056.039,79	-1.053,00	0,27
5	'28	Inorganic chemicals; organic or inorganic compounds	231.770,18	-384.037,02	207.800,84	55.534,00	2,12
6	'55	Man-made staple fibres	936.932,67	574.634,68	-1.519.187,35	-7.620,00	7,60
7	'29	Organic chemicals	91.276,07	2.699,59	-59.832,67	34.143,00	0,53
8	'44	Wood and articles of wood; wood charcoal	579.696,04	-566.053,18	-19.154,86	-5.512,00	5,75
9	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp, of paper or of paperboard	339.586,40	-102.859,35	-231.935,05	4.792,00	4,10
10	'18	Cocoa and cocoa preparations	112.867,07	155.754,45	-260.505,52	8.116,00	0,54
11	'39	Plastics and articles thereof	98.796,85	-51.688,88	-38.161,97	8.946,00	0,25
12	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock	67.936,71	115.611,90	-173.114,61	10.434,00	0,10
13	'40	Rubber and articles thereof	194.665,86	27.324,71	-225.438,57	-3.448,00	2,89
14	'52	Cotton	168.565,18	146.746,76	-317.683,94	-2.372,00	0,82
15	'38	Miscellaneous chemical products	100.281,57	38.635,60	-136.655,18	2.262,00	1,87
16	'84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances	121.803,19	-96.423,25	-24.787,94	592,00	0,10
17	'08	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons	36.937,81	-45.913,97	13.322,16	4.346,00	0,13
18	'54	Man-made filaments; strip and the like of man-made	56.905,32	-48.093,10	-8.929,22	-117,00	0,53
19	'21	Miscellaneous edible preparations	25.184,87	10.721,33	-34.385,20	1.521,00	0,11
20	'30	Pharmaceutical products	31.193,16	-37.275,74	6.935,58	853,00	0,21

Sumber: ITC Trademap diolah Puska EIPP, 2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki sejumlah produk andalan di pasar Mesir, pemanfaatan peluang permintaan masih belum optimal. Oleh karena itu, strategi promosi ekspor ke Mesir sebaiknya tidak hanya berfokus pada produk dengan RCA tinggi, tetapi juga diarahkan pada penguatan daya saing melalui inovasi produk, penerapan standar mutu internasional, serta penguatan hubungan dagang jangka panjang.

Terdapat beberapa peluang yang dapat dimaksimalkan untuk memperkuat ekspor Indonesia ke Mesir di masa mendatang. Salah satunya adalah melalui skema imbal dagang *business-to-business* (B-to-B) yang telah dilakukan. Pada tahun 2023, Indonesia dan Mesir berhasil melaksanakan praktik imbal dagang dengan menukar 25 ton kopi Indonesia dengan 50 ton kurma Mesir. Skema ini dimaksudkan untuk mengatasi keterbatasan devisa Mesir dalam pembayaran impor, dan mendapat respon positif dari kedua pemerintah. Keberhasilan *pilot project* kopi dan kurma tersebut membuka peluang model perdagangan baru yang lebih fleksibel tanpa aliran uang tunai, sekaligus dapat memperkuat kerja sama ekonomi kedua negara.



# NEWSLETTER EKSPOR IMPOR

Agustus 2025

## REDAKSI

**Penanggung Jawab:**  
Bambang Jaka Setiawan

**Redaktur:**  
Yudi Fadilah

**Penyunting/Editor:**  
Sri Mulatsih  
Rakhma

**Sekretariat:**  
Ayu Wulandani

**Penulis:**  
Yudi Fadilah  
Tarman  
Fitria Faradila  
Sefiani Rayadiani  
Fairuz Nur Khairunnisa  
Jala Ridwan

**Desain dan Tata Letak:**  
Fairuz Nur Khairunnisa

*Dokumen ini disusun hanya sebatas sebagai informasi dan tidak ada jaminan bahwa informasi tersebut akurat dan lengkap. Tidak ada kewajiban yang timbul terhadap kerugian yang dapat terjadi atas tindakan yang dilakukan dengan berdasarkan pada dokumen ini.*