



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

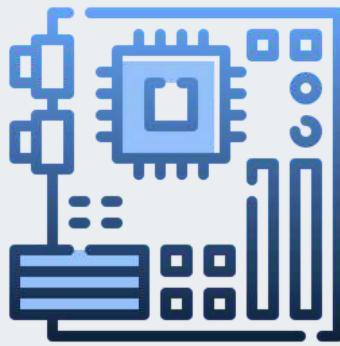
NEWS LETTER EKSPOR IMPOR

Commodity dan Market Review Bulan November 2025

02 Ekspor Elektronik Indonesia
Terus Melaju

07 Perkembangan Ekspor dan Impor
Makanan Minuman Olahan

EDISI NOVEMBER
2025



Eksport Elektronik Indonesia Terus Melaju

oleh: Tarman & Sefiani Rayadiani

tarman@kemendag.go.id & sefiani@kemendag.go.id

Eksport elektronik Indonesia melonjak 34,00% menjadi USD 10,14 miliar pada Januari–September 2025, terutama didorong oleh lonjakan eksport komponen elektronik. Amerika Serikat (AS) masih menjadi mitra utama, diikuti pertumbuhan signifikan ke India dan Vietnam. Meskipun nilai eksport naik, pangsa pasar global Indonesia masih kecil dan daya saing strukturalnya (RCA) masih lemah, terutama untuk komponen elektronik. Pemerintah perlu fokus pada insentif untuk meningkatkan daya saing komponen dan revitalisasi produk elektronik konsumen.

Eksport Elektronik (Teknologi Informasi dan Komunikasi) Menguat

Di tengah perlambatan perdagangan global, kinerja eksport elektronik (teknologi informasi dan komunikasi/ TIK) Indonesia justru menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan yang impresif sepanjang periode Januari hingga September 2025. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2025), nilai eksport elektronik Indonesia periode Januari–September 2025 menembus angka USD 10,14 miliar, melonjak 34,00% dibanding periode yang sama 2024 yang sebesar USD 7,56 miliar. Pertumbuhan kuat ini didorong oleh naiknya permintaan global untuk komponen, perangkat komunikasi, perbaikan kapasitas produksi dalam negeri serta diversifikasi pasar. Tren positif ini juga melanjutkan momen pertumbuhan eksport elektronik nasional yang mencatatkan tren kenaikan rata-rata sebesar 11,61% dalam rentang waktu 2020–2024. Hal ini menunjukkan sektor elektronik kini mulai memperkuat posisinya sebagai motor eksport bernilai tambah tinggi, melampaui performa beberapa komoditas.

Pertumbuhan Eksport Elektronik Ditopang Komponen Elektronik

Dilihat dari kelompok, komponen elektronik menjadi penopang terbesar pertumbuhan eksport elektronik. Nilai eksport komponen elektronik melonjak 94,66% (CtC) dari USD 1,75 miliar menjadi USD 3,41 miliar pada periode Januari–September 2025. Lonjakan ini menjadikan komponen elektronik sebagai penyumbang terbesar pangsa eksport elektronik dengan kontribusi mencapai 33,63%, menggeser dominasi produk lain (Tabel 1).

Tabel 1. Perkembangan nilai ekspor elektronik Indonesia

URAIAN	Nilai : US\$ miliar							Perub. % CtC 25/24	Trend (%) 20 - 24	Share (%) Jan-Sep 2025
	2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Sep 2024r	Jan-Sep 2025			
Elektronik (Teknologi informasi dan komunikasi)	6,69	8,55	11,19	10,69	10,36	7,56	10,14	34,00	11,61	100,00
1 Komponen Elektronik	1,16	1,50	1,84	1,99	2,39	1,75	3,41	94,66	18,85	33,63
2 Peralatan Komunikasi	1,62	1,60	2,12	2,88	2,37	1,79	1,86	4,27	14,45	18,40
3 Elektronik Lainnya	0,49	0,97	2,80	2,13	1,77	1,24	1,81	45,71	40,15	17,83
4 Komputer dan Peralatan Periferal	1,91	2,11	2,16	1,85	1,85	1,34	1,65	23,11	-1,97	16,23
5 Peralatan Elektronik Konsumen	1,52	2,37	2,26	1,84	1,99	1,45	1,41	-2,64	2,92	13,91

Keterangan: CtC: Cumulative-to-Cumulative

Klasifikasi kelompok produk elektronik merupakan bauran dari BTKI 2022 dan UNCTAD.

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (November 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia semakin dilirik sebagai pemasok komponen global, mulai dari modul elektronik, *printed circuit board* (PCB) hingga sel fotovoltaik. Selain komponen elektronik, kenaikan signifikan juga dicatatkan oleh kelompok elektronik lainnya yang tumbuh 45,71% menjadi USD 1,81 miliar, komputer dan peralatan periferal yang naik 23,11% menjadi USD 1,65 miliar dan peralatan komunikasi sebesar 4,27% menjadi USD 1,86 miliar. Sebaliknya, kelompok peralatan elektronik konsumen justru mengalami kontraksi ekspor sebesar 2,64% (CtC), turun dari USD 1,45 miliar menjadi USD 1,41 miliar (Tabel 1). Kondisi ini mengindikasikan posisi Indonesia yang semakin kuat sebagai basis produksi komponen elektronik dalam rantai pasok global, namun kehilangan daya saing atau menghadapi permintaan di pasar produk akhir (*finished goods*).

Pasar Amerika Serikat (AS) dan India Tumbuh Signifikan

Berdasarkan negara tujuan, Amerika Serikat (AS) semakin mengukuhkan posisinya sebagai mitra dagang utama elektronik Indonesia. Nilai ekspor ke negeri Paman Sam tumbuh 42,51% (CtC), menyentuh angka USD 3,29 miliar. Dengan angka tersebut, AS menguasai 32,45% dari total pangsa pasar ekspor elektronik Indonesia. Menyusul di posisi kedua, Singapura menyerap elektronik asal Indonesia senilai USD 1,59 miliar, tumbuh 39,00% dibandingkan tahun sebelumnya. Yang menarik, telah terjadi diversifikasi pasar ekspor ke negara berkembang. Ekspor elektronik Indonesia ke India dan Vietnam mencatatkan pertumbuhan tiga digit. Ekspor ke India meroket 168,67% menjadi USD 0,29 miliar, sementara ekspor ke Vietnam melonjak 163,18% menjadi USD 0,31 miliar. Kenaikan signifikan di kedua negara ini menunjukkan Indonesia berhasil mengintegrasikan diri ke dalam rantai pasok ke negara-negara yang menjadi hub manufaktur baru pasca pandemi, terutama sebagai pemasok komponen. Sementara itu, pasar tradisional Asia Timur justru tampak lesu. Ekspor ke Jepang terkoreksi 6,69% dan Korea Selatan turun cukup dalam sebesar 13,75% (CtC) (Tabel 2). Secara keseluruhan, kinerja ekspor elektronik Indonesia menunjukkan resiliensi yang kuat di tengah dinamika pasar global, ditopang oleh pulihnya permintaan dari pasar-pasar utama seperti AS.

Tabel 2. Perkembangan eksport elektronik Indonesia berdasarkan negara tujuan

NEGARA TUJUAN	Nilai : US\$ miliar						Jan-Sep 2024r	Jan-Sep 2025	Perub. % CtC 25/24	Trend (%) 20 - 24	Share (%) Jan-Sep 2025
	2020	2021	2022	2023	2024						
DUNIA	6,69	8,55	11,19	10,69	10,36	7,56	10,14	34,00	11,61	100,00	
AMERIKA SERIKAT	1,52	1,56	2,71	2,74	3,18	2,31	3,29	42,51	22,52	32,45	
SINGAPURA	1,33	1,78	2,80	2,37	1,57	1,15	1,59	39,00	6,37	15,73	
JEPANG	0,56	0,61	0,65	0,58	0,70	0,52	0,48	-6,69	4,10	4,77	
KOREA SELATAN	0,32	0,71	0,58	0,56	0,54	0,41	0,35	-13,75	8,72	3,48	
JERMAN	0,41	0,48	0,51	0,47	0,46	0,33	0,35	5,74	2,24	3,47	
VIETNAM	0,21	0,25	0,21	0,16	0,20	0,12	0,31	163,18	-4,98	3,08	
INDIA	0,06	0,09	0,11	0,14	0,16	0,11	0,29	168,67	26,96	2,82	
REP.RAKYAT TIONGKOK	0,28	0,31	0,32	0,31	0,27	0,20	0,29	43,14	-1,16	2,82	
HONGKONG	0,32	0,32	0,34	0,37	0,32	0,24	0,27	12,14	1,45	2,62	
AUSTRALIA	0,16	0,26	0,33	0,24	0,27	0,20	0,24	15,01	10,99	2,32	
SUB TOTAL	5,17	6,37	8,57	7,94	7,67	5,58	7,46	33,60	10,63	73,56	
LAINNYA	1,52	2,18	2,62	2,75	2,69	1,98	2,68	35,11	14,70	26,44	

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (November 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Posisi dan Daya Saing Elektronik Indonesia di Pasar Global

Di pasar global, posisi Indonesia sebagai eksportir elektronik menempati peringkat ke-24, jauh dibawah Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Hong Kong, Korea Selatan, Jepang dan negara ASEAN lainnya (seperti Singapura, Malaysia, Thailand dan Filipina) (Tabel 3). RRT bahkan menguasai sepertiga pangsa eksport elektronik di pasar global.

Tabel 3. Posisi Indonesia di pasar elektronik global

No	Eksportir	Nilai Ekspor ke Dunia: US\$ miliar			Trend (%) 2022-24	Share (%) 2024
		2022	2023	2024		
	Dunia	2.796,55	2.823,03	2.952,59	2,75	100,00
1	Rep. Rakyat Tiongkok	922,72	816,27	845,34	-4,28	28,63
2	Hong Kong, China	404,84	363,52	414,31	1,16	14,03
3	Korea Selatan	197,79	152,21	201,16	0,85	6,81
4	Singapura	187,75	166,21	190,93	0,84	6,47
5	Malaysia	133,37	125,49	133,04	-0,13	4,51
6	Jerman	106,41	108,58	97,43	-4,31	3,30
7	Amerika Serikat	82,79	81,93	96,01	7,69	3,25
8	Meksiko	84,95	77,25	85,02	0,04	2,88
9	Jepang	89,30	79,80	79,49	-5,65	2,69
10	Belanda	67,22	70,61	66,49	-0,54	2,25
11	Thailand	50,40	51,30	57,81	7,09	1,96
12	Republik Ceko	42,52	40,78	45,53	3,48	1,54
13	Filipina	0,00	0,00	35,36	-	1,20
14	India	14,15	20,86	27,37	39,10	0,93
15	Polandia	27,03	24,73	25,35	-3,16	0,86
16	Perancis	27,58	26,91	24,53	-5,69	0,83
17	Inggris	22,14	21,57	22,93	1,76	0,78
18	Hungaria	17,50	17,61	19,61	5,86	0,66
19	Italia	17,36	17,89	18,91	4,37	0,64
20	Irlandia	20,31	13,41	17,50	-7,17	0,59
21	Israel	12,36	12,09	12,99	2,54	0,44
22	Republik Slovakia	11,95	12,18	12,36	1,72	0,42
23	Swedia	12,23	12,25	11,69	-2,21	0,40
24	Indonesia	11,19	10,69	10,36	-3,78	0,35
25	Belgia	9,04	9,52	9,07	0,16	0,31

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

Pangsa ekspor Indonesia sebagai eksportir elektronik dunia secara keseluruhan cukup kecil atau tidak sampai mendekati 1%. Pangsa ekspor elektronik Indonesia di dunia bahkan telah menurun dari 0,35% (2023) menjadi 0,32% (2024) (Tabel 4). Penurunan ini mengindikasikan bahwa meskipun nilai ekspor naik, namun kecepatan pertumbuhan pangsa pasar kita kalah dibandingkan dengan negara pesaing. Berdasarkan kelompok, pangsa ekspor peralatan elektronik konsumen Indonesia di pasar dunia pada 2024 paling tinggi dibandingkan kelompok lainnya. Pangsa ekspor peralatan elektronik konsumen Indonesia di 2024 mencapai 0,98%, sedangkan kelompok komponen elektronik Indonesia hanya menguasai 0,18% dari total ekspor komponen elektronik global (Tabel 4).

Tabel 4. Pangsa ekspor elektronik Indonesia di dunia dan RCA Indonesia

Kelompok	Pangsa Ekspor Indonesia di Dunia (%)			RCA Indonesia		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Elektronik (teknologi informasi dan komunikasi)	0,34	0,35	0,32	0,29	0,32	0,28
Komponen Elektronik	0,13	0,16	0,18	0,11	0,15	0,16
Peralatan Komunikasi	0,31	0,41	0,34	0,26	0,38	0,30
Elektronik Lainnya	1,09	0,91	0,70	0,92	0,84	0,63
Komputer dan Peralatan Periferal	0,31	0,29	0,24	0,26	0,27	0,21
Peralatan Elektronik Konsumen	1,05	0,88	0,98	0,89	0,80	0,88

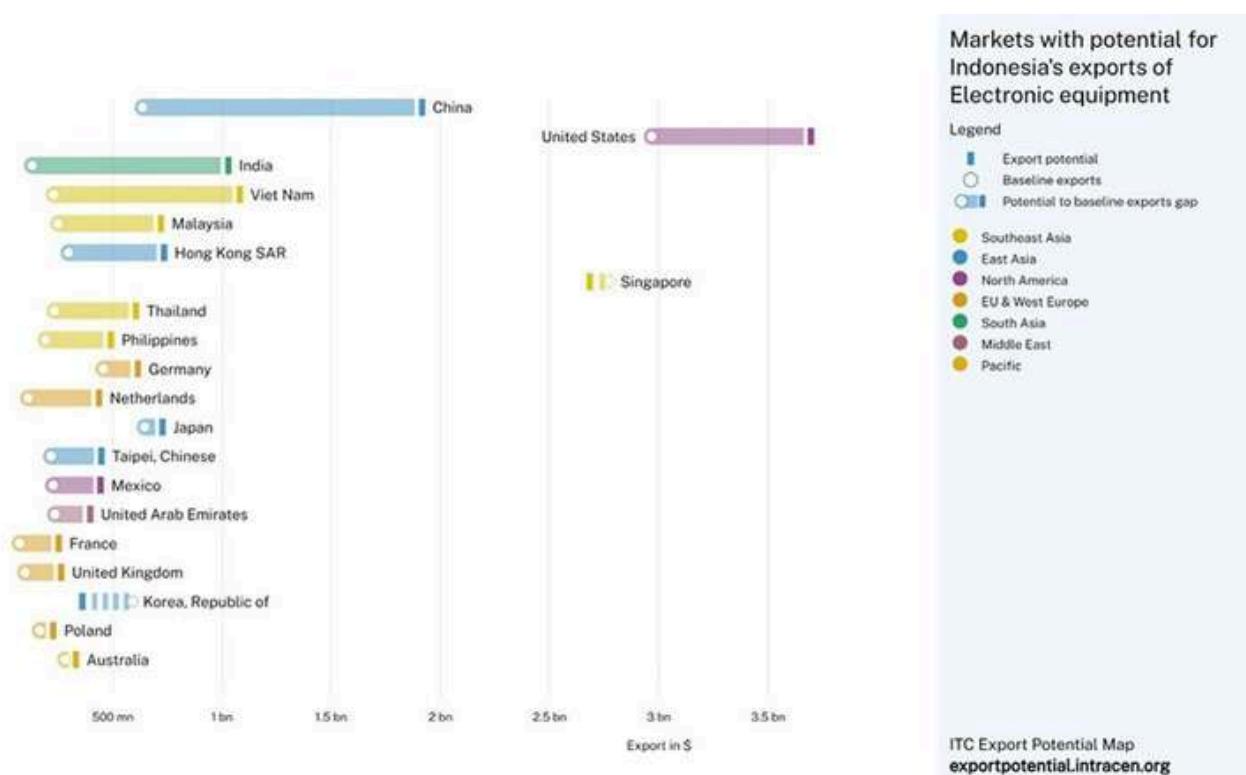
Sumber: ITC UNComtrade (November 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Meskipun nilai ekspor elektronik Indonesia mencatatkan lonjakan signifikan pada Januari–September 2025, data historis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) memberikan peringatan keras mengenai posisi dan daya saing ekspor produk ini. Daya saing Indonesia untuk produk elektronik TIK secara keseluruhan berada jauh di bawah 1, bahkan merosot dari 0,32 (2023) menjadi 0,28 pada tahun 2024. Penurunan ini sejalan dengan kontraksi pangsa ekspor Indonesia di dunia yang turun dari 0,35% menjadi 0,32%.

Di tahun 2024, nilai RCA untuk kelompok peralatan elektronik konsumen sebesar 0,88, tertinggi dibandingkan dengan kelompok lainnya, diikuti oleh kelompok elektronik lainnya sebesar 0,63 dan peralatan komunikasi 0,30. Sementara itu, nilai RCA komponen elektronik sebesar 0,16 di tahun yang sama, terendah dibandingkan kelompok lainnya (Tabel 4). Ini menandakan bahwa meskipun Indonesia menjadi salah satu basis produksi komponen elektronik dalam rantai pasok global dan memiliki pertumbuhan ekspor yang signifikan, namun daya saing dan pertumbuhan pangsa ekspor komponen elektronik Indonesia masih rendah.

Potensi Ekspor Elektronik Indonesia

Kenaikan masif ekspor komponen elektronik dan lonjakan ekspor ke India dan Vietnam menjadi peluang besar bagi ekspor elektronik Indonesia. ITC *Export Potential Map* (2025) mencatat potensi ekspor bagi elektronik Indonesia sebesar USD 20 miliar dengan nilai potensi yang belum terealisasi sebesar USD 11 miliar. RRT adalah negara mitra dagang yang menunjukkan perbedaan absolut terbesar antara potensi ekspor dan nilai ekspor elektronik, sehingga masih terdapat ruang bagi Indonesia untuk merealisasikan ekspor tambahan sebesar USD 1,3 miliar atau mewakili 0,9% dari potensi ekspor yang belum terealisasi. Selain RRT, AS memiliki nilai potensi ekspor yang belum terealisasi sebesar USD 1 miliar, India USD 899 juta, Vietnam USD 894 juta, dan Malaysia USD 599 juta (Gambar 1).

Gambar 1. Potensi ekspor elektronik Indonesia

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

Penutup

Untuk mempertahankan momentum ekspor dan mengatasi kelemahan struktural, Pemerintah dapat melakukan intervensi kebijakan yang terarah. Fokus harus diarahkan pada peningkatan daya saing komponen elektronik dengan memberikan insentif fiskal dan nonfiskal guna mendongkrak nilai RCA komponen elektronik yang masih sangat rendah. Bersamaan dengan itu, perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap kinerja ekspor peralatan elektronik konsumen yang saat ini mengalami kontraksi. Pemerintah juga perlu memberikan stimulus riset dan pengembangan (R&D) untuk mendorong revitalisasi industri tersebut. Selain itu, penguatan integrasi rantai pasok di pasar dengan pertumbuhan tinggi, seperti India dan Vietnam, menjadi penting. Terakhir, perlu disusun strategi khusus untuk merebut kembali pasar tradisional di Asia Timur yang sedang lesu.



Meksiko, Primadona Baru Negara Tujuan Ekspor Indonesia

oleh: Yudi Fadilah

yudi.fadilah@kemendag.go.id

Hubungan dagang Indonesia–Meksiko bersifat komplementer, dengan kekuatan Indonesia pada komoditas primer dan manufaktur menengah, sedangkan Meksiko memiliki basis industri berteknologi menengah-tinggi. Integrasi industri Meksiko dengan pasar Amerika Serikat melalui United State-Mexico-Canada (USMCA) menjadikannya pusat penting bagi perdagangan komponen otomotif, elektronik, dan barang industri. Ekspor Indonesia ke Meksiko menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, terutama pada produk otomotif, mesin dan peralatan listrik, serta alas kaki. Namun, jarak geografis, keterbatasan pemahaman pelaku usaha mengenai pasar Meksiko, dan belum adanya perjanjian perdagangan preferensial masih menjadi tantangan. Besarnya selisih antara potensi dan realisasi ekspor menunjukkan peluang perluasan pasar yang masih sangat terbuka, khususnya pada produk otomotif dan elektronik.

Hubungan Perdagangan antara Indonesia dan Meksiko yang Bersifat Komplementer Menciptakan Potensi Ekspor yang Besar

Hubungan dagang antara Indonesia–Meksiko bersifat strategis dan komplementer, dengan potensi yang besar untuk meningkat. Kerja sama bilateral yang terstruktur, dukungan forum multilateral, serta strategi diversifikasi pasar ekspor menjadikan kedua negara mitra penting satu sama lain. Dalam jangka panjang, kerja sama lebih mendalam melalui *Preferential Trade Agreement* (PTA), peningkatan logistik, dan harmonisasi standar produk akan berpotensi mendorong pertumbuhan perdagangan secara signifikan.

Struktur produksi kedua negara memiliki perbedaan yaitu Indonesia kuat pada komoditas primer dan manufaktur menengah, sedangkan Meksiko memiliki basis industri manufaktur berteknologi menengah-tinggi, terutama otomotif dan elektronik. Perbedaan struktur produksi ini menciptakan ruang saling melengkapi (*complementarity of trade*) yang memperbesar potensi perdagangan dua arah. Indonesia mengekspor produk seperti karet olahan, CPO dan turunannya, suku cadang otomotif, elektronik, tekstil, serta produk perikanan. Sementara Meksiko memasok alat transportasi, mesin industri, elektronik, dan farmasi. Keterkaitan rantai nilai global Meksiko dengan Amerika Serikat (AS) melalui *United State-Mexico-Canada (USMCA)* juga menjadikan Indonesia tertarik memanfaatkan Meksiko sebagai hub ekspor ke pasar Amerika Utara.

Meksiko dipandang sebagai bagian penting dari strategi Indonesia memperluas pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin. Pemerintah secara konsisten menempatkan Meksiko sebagai salah satu target prioritas dalam kebijakan perluasan pasar ekspor. Kedua negara aktif menggelar *business forum*, *trade expo*, dan *business matching* yang mempertemukan eksportir dan importir. Kegiatan ini mendorong tumbuhnya rantai pasok baru, terutama untuk komoditas makanan-minuman, otomotif, dan agribisnis.

Dengan posisi Meksiko sebagai salah satu eksportir otomotif terbesar ke AS, Indonesia melihat peluang untuk memasok suku cadang otomotif dan bahan baku industri. Meksiko dapat berperan sebagai *gateway* Indonesia ke pasar Amerika Utara, sedangkan Indonesia dapat memperluas ekspor rempah, kopi, perikanan, buah tropis, serta produk olahan pangan. Permintaan terhadap produk tersebut di Meksiko meningkat seiring pertumbuhan kelas menengah. Meskipun hubungan dagang Indonesia dan Meksiko memiliki peluang, namun terdapat pula sejumlah tantangan seperti jarak geografis yang jauh, kurangnya pengetahuan pelaku usaha Indonesia akan kondisi pasar di Meksiko, regulasi teknis dan standar produk di Meksiko yang ketat, serta ketiadaan perjanjian perdagangan preferensial mengakibatkan struktur tarif masih tinggi.

Impor Meksiko atas Produk Komponen dari Dunia yang Meningkat Mengukuhkan Meksiko Sebagai Hub Manufaktur dan Integrasi dengan Pasar Amerika Serikat

Total impor Meksiko meningkat signifikan dari USD 382,9 miliar (2020) menjadi USD 625,9 miliar (2024) (Tabel 5). Rata-rata impor tumbuh sekitar 12,18% per tahun yang menunjukkan pemulihan ekonomi pasca pandemi, pengaruh harga komoditas dan restrukturisasi rantai pasok global, terutama akibat tren *nearshoring* ke kawasan Amerika Utara. Secara struktural, komposisi impor Meksiko menunjukkan dominasi *intermediate goods* dalam bentuk komponen uang mencerminkan posisi Meksiko sebagai hub manufaktur global. Perusahaan multinasional besar seperti perusahaan otomotif dan elektronik semakin memindahkan sebagian produksinya ke Meksiko agar lebih dekat ke pasar AS serta mengurangi biaya logistik dan risiko rantai pasok (AutomotiveLogistics, 22 Oktober 2025).

Tabel 5. Negara eksportir barang kebutuhan impor ke Meksiko (USD Juta)

No	Exporters	2020	2021	2022	2023	2024	Pangsa (%)	Perub (%)	Trend (%)
	World	382.979,9	505.715,6	604.614,6	597.767,4	625.874,2		4,70	12,18
1	USA	168.197,3	221.311,7	265.424,1	255.946,2	252.164,1	40,29	-1,48	10,02
2	RRT Korea,	73.505,5	101.020,8	118.693,6	114.190,6	129.792,6	20,74	13,66	13,42
3	Republic of	14.706,4	18.963,2	22.428,5	19.562,1	22.966,1	3,67	17,40	9,66
4	Germany	13.871,2	17.214,4	18.447,3	21.240,1	21.356,6	3,41	0,55	11,33
5	Japan	13.893,0	17.079,0	18.289,5	20.623,4	19.248,5	3,08	-6,67	8,77
6	Taipei,	8.760,9	11.776,7	14.947,5	14.321,6	17.693,6	2,83	23,55	17,37
7	Vietnam	6.604,4	8.608,3	10.321,7	11.590,0	14.916,6	2,38	28,70	21,25
8	Malaysia	10.822,5	12.391,0	14.555,5	12.024,9	13.251,5	2,12	10,20	3,82
9	Canada	8.317,7	11.224,3	13.174,0	13.109,1	12.875,3	2,06	-1,78	10,84
10	Brazil	5.634,1	8.718,4	11.966,4	13.539,0	11.686,6	1,87	-13,68	20,92
11	Thailand	5.303,3	6.491,4	7.961,1	8.781,6	10.769,2	1,72	22,63	18,75
12	Italy	4.838,3	6.103,6	7.778,4	8.598,5	9.778,2	1,56	13,72	19,12
13	India	4.253,7	5.918,3	7.514,1	8.035,6	8.975,6	1,43	11,70	19,71
14	Spain	3.759,9	4.580,1	5.638,2	6.275,1	6.869,4	1,10	9,47	16,42
15	France	3.393,4	4.113,5	4.439,3	5.053,6	5.421,9	0,87	7,29	12,11
16	Area Nes	573,3	2.911,8	4.155,8	14,1	3.815,7	0,61	27.015,55	-14,28
17	Philippines	2.767,2	3.242,6	3.915,3	3.385,2	3.577,2	0,57	5,67	5,72
18	Ireland	1.840,7	1.993,0	2.261,4	2.751,5	3.476,4	0,56	26,35	17,28
19	Indonesia	1.473,0	1.896,8	2.594,3	2.952,3	3.277,5	0,52	11,02	22,65
20	United Kingdom	1.811,0	2.089,5	2.440,4	2.791,1	2.706,3	0,43	-3,04	11,55
	Other	28.653,1	38.067,5	47.668,4	52.981,8	51.255,3	8,19	-3,26	16,11

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

AS tetap menjadi negara pemasok produk impor terbesar ke Meksiko berkat integrasi produksi otomotif dan elektronik dalam kerangka USMCA. Namun pangsa produk impor AS menurun dari 44,92% di 2020 menjadi 40,29% di 2024, yang disebabkan impor dari Asia tumbuh lebih cepat. Fenomena ini mencerminkan terjadinya *supply chain reconfiguration*, dimana Meksiko mengimpor lebih banyak barang modal dan komponen elektronik dari Asia.

RRT menjadi negara pemasok produk impor terbesar kedua dengan pangsa 20,74% di 2024. RRT merupakan pemasok besar untuk mesin listrik, komponen elektronik, dan barang antara bernilai tambah menengah dengan pangsa sebesar 20,74%. Pangsa impor RRT di pasar Meksiko meningkat dibandingkan 2020 yang sebesar 19,19%, mencerminkan daya saing harga dan kapasitas produksi produk manufaktur RRT, serta proses adaptasi industri dalam negeri Meksiko terhadap kebutuhan teknologi menengah dan tinggi untuk basis manufakturnya (Tabel 5).

Struktur Impor Meksiko Didominasi oleh Impor Produk-Produk Industri Manufaktur Berteknologi Tinggi

Impor Meksiko dari dunia pada 2024 tercatat USD 625,87 miliar, naik 4,70% dibandingkan impor tahun sebelumnya (Tabel 6). Struktur impor Meksiko selama periode 2020–2024 menunjukkan pola dominasi produk-produk terkait industri manufaktur berteknologi tinggi yang konsisten pada tiga kelompok produk utama, yaitu *Electrical machinery and equipment* (HS 85), *Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances* (HS 84), dan *Vehicles and parts thereof* (HS 87). Ketiganya menyumbang lebih dari 49,07% dari total nilai impor Meksiko pada tahun 2024, mencerminkan karakter industri Meksiko yang sangat terintegrasi dengan rantai pasok global, khususnya di sektor otomotif, elektronik, dan manufaktur berbasis teknologi.

Tabel 6. Komoditas yang paling banyak diimpor oleh Meksiko (USD Juta)

HS Code	Product label	2020	2021	2022	2023	2024	Pangsa (%)	Perub (%)	Trend (%)
	All products	382.979,90	505.715,62	604.614,62	597.767,40	625.874,24		4,70	12,18
85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television ...	82.866,81	101.171,73	117.278,52	121.330,48	131.886,69	4.288.362,61	8,70	11,75
84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof	65.845,50	79.159,52	94.223,15	95.718,44	109.688,74	3.566.585,12	14,60	12,87
87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	32.067,66	39.180,05	48.287,15	61.238,42	65.509,84	2.130.085,70	6,98	20,63
39	Plastics and articles thereof	21.865,47	29.738,79	32.721,37	30.714,55	32.104,29	1.043.887,17	4,52	8,33
99	Commodities not elsewhere specified	15.272,10	20.278,56	24.481,96	25.827,29	31.885,68	1.036.779,09	23,46	18,70
27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	25.107,26	42.987,83	62.903,31	43.173,42	29.385,86	955.496,10	-31,94	3,24
72	Iron and steel	8.802,79	17.523,92	20.822,19	21.532,43	20.243,55	658.229,15	-5,99	20,58
90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical ...	15.738,53	20.306,66	18.740,40	18.479,46	18.525,09	602.352,62	12,41	1,18
73	Articles of iron or steel	8.220,73	11.061,12	12.739,44	13.100,72	10.948,79	356.005,60	-16,43	7,71
29	Organic chemicals	7.464,27	10.717,22	13.295,82	10.983,47	10.632,75	345.729,27	-3,19	7,60
	Sub Total	283.251,11	372.125,41	445.493,31	440.098,86	460.811,27	14.983.512,43	4,71	12,09
	Lainnya	99.728,79	133.590,21	159.121,31	157.668,74	165.062,97	5.367.106,44	4,69	12,45

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

Kelompok HS 85 merupakan komponen terbesar dalam struktur impor Meksiko, mencerminkan peran Meksiko sebagai hub manufaktur elektronik dan otomotif di kawasan Amerika Utara. Pertumbuhan yang stabil dan tinggi didukung oleh peningkatan produksi elektronik untuk ekspor ke AS dan integrasi *supply chain* industri otomotif EV (*Electric Vehicle*) (Prodensa, 10 Maret 2025).

Selanjutnya, produk HS 84 merupakan tulang punggung bagi sektor mesin industri, manufaktur otomotif, dan peralatan mekanis untuk sektor energi dan konstruksi. Pertumbuhan tahunan mencapai hampir 13%, bahkan lebih tinggi dibanding HS 85, mengindikasikan meningkatnya investasi industri di Meksiko (*nearshoring*) dan relokasi fasilitas produksi dari Asia ke Meksiko akibat perubahan geopolitik AS–Tiongkok. Impor HS 84 pada 2024 menunjukkan percepatan industrial *upgrading* (Tabel 6).

Sedangkan impor Meksiko untuk HS 87, produk dengan pertumbuhan tercepat selama periode 2020 – 2024 dengan pertumbuhan sebesar 20,63% per tahun, didorong oleh beberapa faktor antara lain percepatan produksi kendaraan di Meksiko sebagai bagian dari USMCA (pengganti NAFTA) dan kebutuhan impor komponen otomotif bernilai tinggi untuk kategori *light vehicles*.

Perkembangan Ekspor Indonesia ke Meksiko

Nilai ekspor Indonesia ke Meksiko pada periode Januari–September 2025 mencapai USD 1,87 miliar, meningkat 12,03% dibandingkan periode yang sama tahun 2024. Sedangkan ekspor Indonesia ke Meksiko selama 2020 – 2024 tercatat mengalami peningkatan sebesar 25,43% per tahun (Tabel 7). Struktur ekspor Indonesia ke Meksiko menunjukkan konsentrasi pada tiga kelompok produk utama, yaitu Kendaraan lainnya dan bagiannya (HS 87), Mesin dan peralatan listrik serta bagiannya (HS 85) dan Alas kaki (HS 64). Ketiga komoditas ini secara konsisten menjadi penyumbang terbesar nilai ekspor Indonesia, mencerminkan integrasi produk manufaktur Indonesia ke rantai pasok industri Meksiko, terutama sektor otomotif, elektronik, dan industri berbasis konsumsi.

Tabel 7. Komoditas ekspor terbesar indonesia ke Meksiko (USD Juta)

HS	URAIAN	NILAI : US\$ JUTA						Pangsa (%)	Perub. % 25/24	Trend (%)	
		2020	2021	2022	2023	2024	JANUARI - SEPTEMBER 2024				
	Total	936,60	1.304,53	1.699,88	2.161,00	2.269,02	1.671,78	1.872,91	12,03	25,43	
87	Kendaraan selain yang bergerak di atas rel kereta api atau trem, dan bagian serta aksesorinya	197,09	297,77	342,12	672,20	597,54	450,18	608,18	32,47	35,10	35,43
85	Mesin dan perlengkapan elektrik serta bagiannya; perekam dan pereproduksi suara, perekam dan pereproduksi gambar dan suara televisi, dan bagian serta aksesoris dari barang tersebut	94,69	171,28	249,55	316,56	338,08	254,26	264,50	14,12	4,03	37,16
64	Alas kaki, pelindung kaki dan sejenisnya; bagian dari barang tersebut	83,28	151,29	197,95	192,34	227,79	165,38	197,55	10,55	19,45	25,26
15	Lemak dan minyak hewani, nabati atau mikroba serta produk disosiasinya; lemak olahan yang dapat dimakan; malam hewani atau malam nabati	50,09	77,64	73,71	64,68	135,11	82,23	173,56	9,27	111,05	19,74
40	Karet dan barang daripadanya	68,75	105,56	134,46	120,27	131,93	98,20	103,76	5,54	5,66	15,42
38	Aneka produk kimia	26,66	38,05	38,12	42,18	45,02	36,30	52,41	2,80	44,38	12,19
18	Kakao dan olahan kakao	28,53	14,78	18,28	21,23	38,79	20,81	47,89	2,56	130,18	10,26
84	Reaktor nukir, ketel, mesin dan peralatan mekanis; bagian daripadanya	31,06	45,36	29,18	45,32	66,81	50,16	47,31	2,53	-5,68	16,54
27	Bahan bakar mineral, minyak mineral dan produk sulingarnya; zat mengandung bitumen; malam mineral	74,95	42,46	109,99	76,21	22,96	17,61	35,80	1,91	103,30	-16,32
71	Mutiara alam atau mutiara budaya, batu mulia atau batu semi mulia, logam mulia, logam yang dipalut dengan logam mulia, dan barang daripadanya; perhiasan imitasi; koin	1,39	6,42	16,62	46,30	46,10	38,98	34,49	1,84	-11,53	145,28
	Sub Total	656,51	950,62	1.209,97	1.597,28	1.850,13	1.214,13	1.565,47	83,58	28,94	26,65
	Lainnya	279,99	353,92	489,91	563,73	608,89	457,65	307,45	16,42	-32,82	22,38

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (November 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

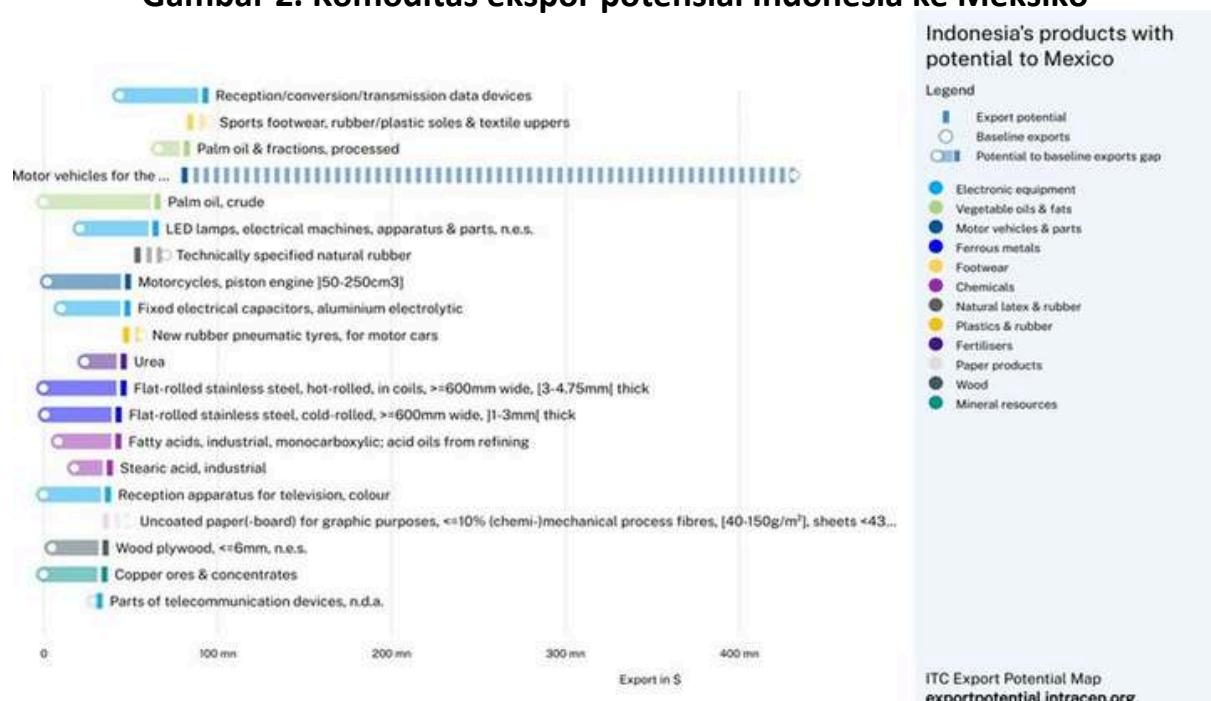
Produk ekspor terbesar Indonesia ke Meksiko berikutnya adalah Mesin dan peralatan listrik serta bagianya (HS 85) dengan nilai ekspor pada Januari–September 2025 sebesar USD 264,50 juta, naik 4,03% (CtC) (Tabel 7). HS 85 merupakan komponen penting dalam rantai pasok industri Meksiko, khususnya bagi keberlanjutan industri elektronik konsumen, komponen otomotif, dan peralatan rumah tangga berteknologi. Dengan tren pertumbuhan tertinggi kedua (37,15%), kelompok produk ini menunjukkan bahwa produk elektronik Indonesia semakin kompetitif di pasar Meksiko.

Selanjutnya, produk ekspor Indonesia ke Meksiko yang terbesar adalah Alas kaki (HS 64) yang nilai eksportnya pada periode Januari–September 2025 mencapai USD 197,55 juta, meningkat 19,45% (CtC). HS 64 merupakan salah satu komoditas manufaktur unggulan Indonesia di pasar Amerika Latin. Tingginya ekspor produk Alas kaki Indonesia ke Meksiko mengindikasikan adanya peningkatan daya saing dan juga *shifting buyer* Meksiko terhadap produk dengan harga kompetitif namun berkualitas tinggi.

Masih Adanya Gap yang Besar antara *Export Potential* dan *Baseline Export* Menunjukkan Besarnya Peluang Ekspansi ke Pasar Meksiko

Berdasarkan data ITC *Export Potential Map*, potensi ekspor Indonesia ke Meksiko menunjukkan beberapa kelompok produk dengan nilai potensi ekspor terbesar. Produk-produk ini tidak hanya mencerminkan kekuatan industri nasional, tetapi juga menunjukkan besarnya gap antara potensi dan realisasi ekspor yang berarti masih sangat terbukanya peluang peningkatan ekspor. Produk otomotif Indonesia menempati posisi paling dominan sebagai komoditas dengan potensi ekspor tertinggi di pasar Meksiko (Gambar 2). Hal ini didorong oleh beberapa faktor seperti kapasitas produksi Indonesia yang besar untuk segmen *low-cost vehicle* (LCV), peningkatan permintaan kendaraan di Meksiko untuk pasar domestik dan ekspor ulang ke Amerika Latin, dan preferensi pasar Meksiko terhadap kendaraan dengan harga kompetitif dan kualitas stabil. Besarnya gap antara *export potential* dan *baseline export* menunjukkan besarnya peluang ekspansi bagi pabrikan otomotif Indonesia untuk masuk lebih agresif ke pasar Meksiko.

Gambar 2. Komoditas ekspor potensial Indonesia ke Meksiko



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

Sementara itu, produk elektronika menjadi kelompok produk kedua terbesar dalam potensi ekspor. Adapun produk-produk yang termasuk ke dalam kelompok produk elektronik meliputi perangkat transmisi data, lampu LED dan komponen listrik, serta komponen telekomunikasi. Kekuatan potensial ekspor kelompok produk elektronika didukung oleh posisi Meksiko sebagai hub untuk industri manufaktur elektronika di Amerika Utara dan kebutuhan impor yang besar untuk suku cadang yang menunjang industri maquiladora (pabrik berorientasi ekspor).



NEWSLETTER EKSPOR IMPOR

REDAKSI

November 2025

Penanggung Jawab:
Bambang Jaka Setiawan

Redaktur:
Yudi Fadilah

Penyunting/Editor:
Sri Mulatsih
Rakhma

Sekretariat:
Ayu Wulandani

Penulis:
Tarman
Yudi Fadilah
Fitria Faradila
Sefiani Rayadiani
Jala Ridwan

Desain dan Tata Letak:
Sefiani Rayadiani
Jala Ridwan

Badan Kebijakan Perdagangan
Kementerian Perdagangan RI
Jl. Kramat Raya No. 172
Jakarta 10430
Gedung Kemendag Lt. 5
Telp. +62 21 31922389
Website : <https://bkperdag.kemendag.go.id/>



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 mendasarkan pada dokumen ini.