

NEWS LETTER EKSPOR IMPOR

Commodity dan Market Review Bulan September 2025

03 Ekspor Alas Kaki Indonesia:
Perkembangan dan Posisi Global

07 Pasar Afrika Semakin Mempesona
Sebagai Tujuan Ekspor Indonesia

12 Telaah Daya Saing Produk
Ekspor Indonesia di Pasar
Polandia

EDISI SEPTEMBER
2025



Ekspor Alas Kaki Indonesia: Perkembangan dan Posisi Global

oleh: Sefiani Rayadiani

email: sefiani@kemendag.go.id

Ekspor alas kaki Indonesia pada periode Januari–Juli 2025 meningkat sebesar 13,32%, didukung oleh penandatanganan kesepakatan substansial perjanjian IEU-CEPA yang menjadi langkah strategis dalam diversifikasi pasar ekspor. Untuk akselerasi kinerja tersebut, diperlukan serangkaian strategi penguatan daya saing yang terintegrasi sehingga produk alas kaki Indonesia mampu bersaing lebih optimal di pasar global.

Perkembangan Ekspor Alas Kaki Indonesia

Alas kaki (HS 64) yang merupakan salah satu komoditas ekspor nonmigas terbesar bagi Indonesia, dengan peran signifikan dalam kontribusi devisa dan penyerapan tenaga kerja. Setelah ekspornya sempat tertekan sepanjang tahun 2023, komoditas ini kini menunjukkan sinyal pemulihan yang kuat. Nilai ekspor Alas kaki (HS 64), turun 16,82% (year-on-year, YoY), turun dari USD 7,74 miliar di tahun 2022 menjadi USD 6,44 miliar pada 2023. Penurunan ini sangat terasa pada kelompok Sepatu olahraga, yang ekspornya merosot 25,79% (YoY) dari USD 5,80 miliar pada 2022 menjadi USD 4,30 miliar. Kemudian, diikuti oleh menurunnya ekspor kelompok Bagian alas kaki sebesar 22,59% dan Alas kaki lainnya yang turun 5,77% (YoY) di tahun 2023 (Tabel 1). Faktor-faktor seperti perlambatan ekonomi global, tantangan logistik dan perubahan kebijakan perdagangan di beberapa negara tujuan ekspor menjadi penyebab utama kemerosotan tersebut.

Tabel 1. Perkembangan Ekspor Alas kaki (HS 64) Indonesia Berdasarkan Kelompok Tahun 2020-2025 (Januari-Juli)

KELOMPOK PRODUK	NILAI EKSPOR: USD MILIAR							PANGSA (%)		Trend (%)	PERTUMBUHAN (%)				
	2020	2021	2022	2023	2024	JAN-JUL		2024	JAN-JUL 2025		2021	2022	2023	2024	JAN-JUL
						2024	2025								
Ekspor Alas Kaki (HS 64)	4,80	6,19	7,74	6,44	7,28	3,95	4,47	100,00	100,00	9,10	28,76	25,08	-16,82	13,13	13,32
Sepatu olahraga	3,33	4,63	5,80	4,30	4,83	2,62	2,51	66,34	56,19	6,92	39,19	25,05	-25,79	12,32	-3,89
Sepatu khusus	0,79	1,01	1,29	1,54	1,83	1,00	1,47	25,08	32,80	23,44	28,28	27,96	19,23	18,57	46,08
Alas kaki lainnya	0,60	0,46	0,55	0,52	0,53	0,28	0,44	7,27	9,88	-1,45	-23,47	18,79	-5,77	2,57	60,40
Bagian alas kaki	0,09	0,08	0,10	0,08	0,10	0,05	0,05	1,31	1,12	2,00	-4,84	26,55	-22,59	19,69	-3,80

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

Namun, pada tahun 2024 ekspor Alas kaki (HS 64) menunjukkan peningkatan sebesar 13,13% dari tahun sebelumnya (YoY), yang ditopang oleh peningkatan seluruh kelompok Alas kaki. Data terkini (periode Januari-Juli 2025), nilai ekspor Alas kaki (HS 64) Indonesia juga meningkat 13,32% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (cummulative-to-cummulative, CtC), mencapai USD 4,47 miliar. Kenaikan ini mengindikasikan bahwa komoditas Alas kaki (HS 64) cukup resilien untuk beradaptasi dengan cepat seiring dengan pemulihan permintaan global. Permintaan impor alas kaki dunia menunjukkan tren positif sebesar 6,53% per tahunnya selama periode 2020-2024 seiring meningkatnya konsumsi fesyen global, pertumbuhan kelas menengah dan gaya hidup aktif masyarakat.

Data ITC UN Comtrade (2025) mencatat pasar alas kaki dunia mencapai hampir USD 163 miliar pada tahun 2024 (Tabel 2). Negara-negara maju seperti Amerika Serikat (AS), Jerman, Perancis, Italia dan Belanda menjadi pengimpor utama alas kaki di tahun 2024. Pada Triwulan I 2025, sebagian besar negara importir Alas kaki (HS 64) mengalami peningkatan dari periode yang sama tahun sebelumnya (CtC), kecuali permintaan impor dari Perancis dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT) yang menurun.

Tabel 2. Perkembangan Impor Alas Kaki (HS 64) Dunia Tahun 2020-2024, Q1-2025

No.	Importir	Nilai: USD Miliar				Perub. (%)		Tren (%)	Pangsa (%)
		2020	2024	Q1-2024	Q1-2025	2024/2023	Q1-2025/ Q1-2024	2020-2024	2024
	Dunia	124,56	162,96			2,05		6,53	100,00
1	Amerika Serikat	21,50	28,39	6,85	7,12	5,96	3,93	5,09	17,42
2	Jerman	12,44	13,94	3,56	3,96	2,56	11,35	2,52	8,56
3	Perancis	7,51	9,11	2,40	2,28	-2,06	-5,12	4,79	5,59
4	Italia	5,91	8,24	2,06	2,23	-5,36	8,10	9,00	5,06
5	Belanda	4,41	6,56	1,76	1,97	13,98	12,35	9,19	4,03
6	RRT	5,97	6,21	1,57	1,40	-0,74	-10,52	0,44	3,81
7	Inggris	5,76	5,30	1,25	1,30	-1,27	3,48	-1,41	3,25
8	Spanyol	3,17	5,14	1,46	1,49	2,27	2,08	13,41	3,16
9	Polandia	3,30	4,92	1,33	1,33	9,92	0,41	10,31	3,02
10	Jepang	4,43	4,88	1,26	1,46	-3,65	16,21	3,00	2,99
29	Indonesia	0,62	1,09	0,24	0,28	12,46	15,56	15,22	0,67

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

Berdasarkan negara tujuan ekspor utama, sebagian besar Alas kaki (HS 64) Indonesia pada periode Januari-Juli 2025 ditujukan ke AS dengan pangsa sebesar 35,07%, diikuti oleh Belanda (9,44%), RRT (6,28%), Jepang (6,02%), dan Belgia (5,87%). Pada periode Januari-Jul 2025, ekspor Alas kaki (HS 64) menunjukkan peningkatan ke sejumlah negara tujuan utama, terutama ke Jepang yang tumbuh 27,36%, Meksiko naik 23,50%, AS naik 22,00%, Belanda naik 17,76% dan Inggris naik 14,15% (CtC). Peningkatan ekspor Alas kaki (HS 64) asal Indonesia ke AS yang naik 22,00% cukup menggembirakan di tengah kebijakan tarif universal dan resiprokal AS. Sementara itu, ekspor Alas kaki (HS 64) ke Belgia dan RRT mengalami penurunan masing-masing sebesar 21,23% dan 15,08% (CtC) (Tabel 3).

Tabel 3. Perkembangan Ekspor Alas Kaki (HS 64) Indonesia Berdasarkan Negara Tujuan Utama Tahun 2020-2025 (Januari-Juli)

No	Negara Tujuan	Nilai : USD Miliar							Pangsa %		Perub. %	
		2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Jul		2024	Jan-Jul 2025	2024/2023	Jan-Jul 25/24
							2024	2025				
	Dunia	4,80	6,19	7,74	6,44	7,28	3,95	4,47	100,00	100,00	13,13	13,32
1	Amerika Serikat	1,38	2,12	2,61	1,92	2,47	1,29	1,57	33,94	35,07	28,70	22,00
2	Belanda	0,12	0,15	0,21	0,40	0,60	0,36	0,42	8,26	9,44	49,39	17,76
3	RRT	0,73	0,80	0,85	0,69	0,61	0,33	0,28	8,33	6,28	-12,35	-15,08
4	Jepang	0,28	0,30	0,37	0,35	0,38	0,21	0,27	5,27	6,02	9,81	27,36
5	Belgia	0,52	0,63	0,86	0,68	0,55	0,33	0,26	7,60	5,87	-18,73	-21,23
6	Meksiko	0,08	0,15	0,20	0,19	0,23	0,13	0,16	3,13	3,52	18,43	23,50
7	Inggris	0,19	0,23	0,26	0,22	0,23	0,13	0,15	3,22	3,42	6,11	14,15
8	Korea Selatan	0,14	0,17	0,25	0,23	0,24	0,14	0,14	3,25	3,20	3,18	5,13
9	Jerman	0,35	0,40	0,50	0,22	0,23	0,11	0,12	3,18	2,68	4,30	9,08
10	Australia	0,10	0,13	0,18	0,16	0,18	0,09	0,11	2,46	2,38	10,74	13,13
	Subtotal 10 Negara	3,90	5,09	6,28	5,07	5,73	3,12	3,48	78,64	77,88	12,91	11,60
	Lainnya	0,90	1,10	1,46	1,37	1,56	0,83	0,99	21,36	22,12	13,94	19,82

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

Posisi Indonesia pada Pasar Alas Kaki Global

Di kancah global, posisi Indonesia sebagai eksportir Alas kaki terus menunjukkan perkembangan positif, meskipun masih tertinggal dibandingkan negara pesaing utama (RRT dan Vietnam). Dengan tren pertumbuhan ekspor rata-rata sebesar 8,51% per tahun dalam periode 2020-2024, Indonesia berhasil mempertahankan kinerja ekspornya di tengah dinamika ekonomi global. Pada tahun 2024, nilai ekspor Alas kaki (HS 64) Indonesia mencapai USD 7,08 miliar atau tumbuh 10,03% dibandingkan tahun 2023, lebih tinggi dari pertumbuhan ekspor Alas kaki global yang sebesar 7,16% (YoY). Indonesia menempati peringkat keenam sebagai eksportir Alas kaki (HS 64) dunia pada tahun 2024 dengan pangsa sekitar 3,94%. Kendati demikian, pangsa ini masih jauh di bawah RRT dengan dominasi 28,37% dan Vietnam yang menguasai 19,41% pada tahun 2024.

Tabel 4. Perkembangan Ekspor Alas Kaki (HS 64) Dunia Tahun 2020-2024

No	Eksportir	Nilai: USD Miliar					Perub. (%)	Tren (%)	Pangsa (%)
		2020	2021	2022	2023	2024	2024/2023	2020-2024	2024
	Dunia	127,69	153,64	180,21	167,78	179,79	7,16	8,03	100,00
1	RRT	38,11	51,67	62,02	53,33	51,00	-4,36	6,33	28,37
2	Vietnam	17,25	18,24	24,55	20,77	34,90	68,05	16,64	19,41
3	Italia	10,66	13,12	14,42	14,46	13,25	-8,38	5,47	7,37
4	Jerman	8,27	9,52	10,29	11,21	11,99	6,99	9,48	6,67
5	Belgia	7,11	7,04	7,81	8,38	8,42	0,42	5,25	4,68
6	Indonesia	4,80	6,19	7,74	6,44	7,08	10,03	8,51	3,94
7	Belanda	3,40	4,40	4,84	4,97	6,45	29,63	15,03	3,59
8	Perancis	4,01	4,77	5,37	6,02	5,95	-1,13	10,79	3,31
9	Polandia	2,58	3,07	2,99	3,48	3,97	13,97	10,42	2,21
10	Spanyol	2,74	3,18	3,45	3,68	3,79	2,89	8,31	2,11

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

Meskipun kuat secara kuantitas, daya saing industri alas kaki Indonesia masih menghadapi tantangan. Dibandingkan dengan RRT, daya saing Indonesia masih tertinggal karena RRT memiliki kemampuan inovasi dan peningkatan kapabilitas produk yang lebih cepat. Persaingan juga sangat ketat dengan negara tetangga, Vietnam, yang telah secara agresif memanfaatkan perjanjian perdagangan bebas seperti Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) dan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) untuk memperoleh akses pasar yang lebih luas.

Peluang Ekspor Alas Kaki Indonesia

Potensi pertumbuhan ekspor alas kaki Indonesia sangat didukung oleh proyeksi pasar global. Pasar alas kaki dunia senilai USD 373,84 miliar pada tahun 2024 dan diperkirakan akan mencapai USD 484,72 miliar di tahun 2032 dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata (compound annual growth rate, CAGR) sebesar 3,30% selama periode 2026-2032 (Verified Market Research, 2025). Permintaan alas kaki di pasar global didorong oleh beberapa faktor kunci, seperti peningkatan kesadaran kesehatan yang mendorong lonjakan permintaan untuk sepatu olahraga, peningkatan permintaan kuat untuk alas kaki kasual dan formal, pertumbuhan platform e-commerce, peningkatan permintaan alas kaki yang diproduksi secara berkelanjutan.

AS masih menjadi negara tujuan ekspor Alas kaki (HS 64) bagi Indonesia dengan potensi ekspor yang belum direalisasikan terbesar sebesar USD 666 juta, diikuti oleh negara-negara di kawasan Asia Tenggara sebesar USD 650 juta, Uni Eropa dan Eropa Barat sebesar USD 474 juta, Hong Kong sebesar USD 152 juta dan Uni Emirat Arab (UEA) sebesar USD 125 juta (International Trade Centre, 2025).. Penandatanganan kesepakatan substansial Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Indonesia–Uni Eropa (IEU-CEPA) pada 23 September 2025 di Nusa Dua, Bali menjadi langkah strategis untuk diversifikasi pasar ekspor. Dengan sebagian besar ekspor Alas kaki Indonesia yang masih sangat bergantung pada AS, perjanjian ini membuka pintu ke pasar baru di Uni Eropa, mengurangi ketergantungan dan mitigasi risiko dari fluktuasi ekonomi di pasar tradisional. Dengan dihapusnya bea masuk sebesar 9%-15%, Alas kaki Indonesia akan berada di posisi yang setara dengan Vietnam, memungkinkan produk Indonesia bersaing lebih efektif di pasar Eropa. Implementasi IEU-CEPA diharapkan dapat mendorong nilai ekspor Alas kaki keseluruhan, memperkuat neraca perdagangan, dan menciptakan lapangan kerja baru.

Tantangan: Bahan Baku Impor hingga Tarif Resiprokal AS

Meski prospeknya cerah, industri alas kaki Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Yang paling menonjol adalah ketergantungan bahan baku asal impor. Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) mencatat ketergantungan impor bahan baku untuk produk alas kaki masih tinggi (sekitar 60%-70%) (Ekonomi Bisnis Indonesia, 2025), khususnya untuk kulit, karet sintetis, kain tekstil, sol, polyurethane (PU) shoe upper dan komponen alas kaki (Laporan Survei Ekspor dan Impor Indonesia Kabupaten Bekasi dan Surabaya Tahun 2025). Ketergantungan ini membuat biaya produksi tinggi dan margin tipis apalagi jika nilai tukar Rupiah melemah. Di sisi lain, keterbatasan investasi dan teknologi di industri alas kaki dan tingginya biaya modernisasi produksi menjadi tantangan tersendiri di samping permasalahan biaya tenaga kerja, logistik dan energi pada industri alas kaki domestik.

Strategi ke Depan: Dari Bahan Baku hingga *Branding*

Untuk mengakselerasi ekspor alas kaki Indonesia agar lebih kompetitif dan berkelanjutan, diperlukan serangkaian strategi penguatan daya saing yang terintegrasi. Pertama, pengembangan bahan baku lokal melalui investasi di sektor industri kulit, kimia dan komponen alas kaki guna mengurangi ketergantungan impor bahan baku (kulit, sol dan komponen alas kaki) dan menekan biaya produksi. Kedua, modernisasi produksi dengan mengadopsi teknologi produksi digital, otomatisasi dan inovasi desain agar produk alas kaki Indonesia memiliki diferensiasi di pasar global sekaligus memenuhi standar internasional. Ketiga, penguatan ekosistem industri alas kaki dengan membangun rantai pasok yang solid dan efisien. Keempat, peningkatan kapasitas pelaku UKM dan SDM melalui pelatihan, akses terhadap pembiayaan, sertifikasi, pendampingan bagi pelaku, serta promosi desain kreatif guna meningkatkan kapasitas, menarik minat generasi muda agar dapat terlibat di sektor industri alas kaki dan menumbuhkan UKM berorientasi ekspor. Kelima, optimalisasi perjanjian perdagangan internasional melalui pemanfaatan skema yang telah ada dan mendorong diplomasi perdagangan untuk membuka pasar baru dan memperluas akses ke pasar non-tradisional. Keenam, komitmen terhadap keberlanjutan dengan mengadopsi praktik produksi hijau, penggunaan material yang ramah lingkungan dan kepatuhan terhadap standar global. Ketujuh, pengembangan branding global agar alas kaki Indonesia dapat dikenal dan diakui di pasar internasional. Keberhasilan seluruh strategi tersebut sangat bergantung pada kolaborasi erat, dukungan dan sinergi antara pemerintah, asosiasi, dan pelaku usaha, sehingga Indonesia mampu mengukuhkan posisinya sebagai eksportir alas kaki utama global.

Pasar Afrika Semakin Mempesona Sebagai Tujuan Ekspor Indonesia

oleh: Yudi Fadilah

Email: Yudi.fadilah@kemendag.go.id



Pasar Afrika semakin strategis dengan AfCFTA yang mencakup 1,4 miliar penduduk dan PDB USD 3,4 triliun, serta pertumbuhan ekonomi rata-rata 4% pada 2025. Ekspor Indonesia ke Afrika menunjukkan tren positif dengan peluang besar pada palm oil processed, kendaraan bermotor, kimia dasar, dan agroindustri premium seperti kopi dan rempah. Tantangan utama meliputi biaya logistik, akses pasar terbatas, dan persaingan dengan Malaysia serta Thailand.

Pasar Afrika semakin menarik sejak dibentuknya African Continental Free Trade Area (AfCFTA) yang mencakup 1,4 miliar penduduk dan 22 negara anggota

Benua Afrika telah menjadi salah satu primadona pasar ekspor bagi negara-negara dunia. Beberapa negara Afrika yang dahulu tergolong miskin, kini telah berkembang menjadi negara emerging market. Produk Domestik Bruto (PDB) gabungan negara-negara Afrika mencapai USD 3,4 triliun (africancfta.org). Saat ini, Afrika memiliki lebih dari 1,4 miliar penduduk dengan tingkat pertumbuhan penduduk tercepat di dunia. Lebih dari 60% penduduk Afrika berusia di bawah 25 tahun, sehingga menciptakan bonus demografi sekaligus potensi konsumen jangka panjang.

Pertumbuhan ekonomi rata-rata di Afrika diproyeksikan sekitar 4% pada 2025, dengan kawasan berpertumbuhan tinggi seperti Ethiopia, Kenya, Tanzania, dan Côte d'Ivoire yang mencapai lebih dari 6%. Beberapa negara dengan perekonomian besar seperti Nigeria, Mesir, dan Afrika Selatan tetap menjadi pusat utama perdagangan meskipun menghadapi tantangan berupa inflasi dan ketergantungan pada komoditas utama (African Development Bank, 2025). Dinamika ekonomi di Afrika menyimpan potensi yang cukup besar bagi pemasaran komoditas ekspor Indonesia. Selama ini, ekspor Indonesia didominasi pasar Asia, Amerika, dan Eropa. Kini, Afrika menawarkan pasar alternatif untuk mengurangi ketergantungan terhadap mitra dagang tradisional sekaligus memperluas jaringan perdagangan ke kawasan Global South.

Sejak negara-negara di Afrika memutuskan untuk membentuk pakta perdagangan bebas African Continental Free Trade Area (AfCFTA), peluang memperluas kerja sama perdagangan dengan Afrika semakin terbuka. Pakta ini ditandatangani di Kigali, Rwanda pada 21 Maret 2018 dan mulai berlaku sejak 30 Mei 2019 setelah 22 negara meratifikasi. Secara operasional, AfCFTA dimulai pada 1 Januari 2021 (africancfta.org). Dengan jumlah anggota dan populasi yang besar, AfCFTA menjadi zona perdagangan bebas terbesar di dunia. Tujuan dibentuknya AfCFTA adalah menciptakan pasar tunggal terbuka bagi perdagangan barang, jasa, modal, dan tenaga kerja. Selain itu, AfCFTA berkontribusi pada industrialisasi, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan integrasi ekonomi antarnegara Afrika, termasuk diantaranya penghapusan tarif, kebijakan persaingan, perlindungan IP, investasi dan fasilitasi perdagangan digital (Sumber: News Exseede, 2025).

Impor Afrika dari dunia pada 2020–2024 cenderung menurun, dipengaruhi oleh perlambatan global, inflasi, serta diversifikasi perdagangan

Tabel 5. Negara Eksportir Barang Kebutuhan Impor ke Pasar Afrika (USD Juta)

No	Exporters	2020	2021	2022	2023	2024	Trend (%) 20-24	Perub (%) 24/23	Share (%) 2024
	Total	514.602	620.197	736.777	713.366	695.930	7,7	-2,4	
1	China	98.707	108.178	123.321	126.088	160.762	11,9	27,5	23,1
2	Intra-trade African Countries	62.197	72.204	89.511	86.498	81.168	7,4	-6,2	11,7
3	India	26.974	36.443	45.630	42.872	36.157	7,8	-15,7	5,2
4	United States of America	26.959	30.762	36.389	36.064	35.916	7,6	-0,4	5,2
5	France	25.603	27.308	31.006	29.858	30.465	4,5	2,0	4,4
6	Germany	21.819	24.513	25.041	26.974	26.201	4,7	-2,9	3,8
7	Italy	17.189	19.446	22.269	21.640	21.959	6,1	1,5	3,2
8	Spain	17.120	20.420	20.997	20.316	21.513	4,6	5,9	3,1
9	Türkiye	16.221	20.384	22.878	20.988	20.219	4,8	-3,7	2,9
10	Saudi Arabia	12.968	20.201	27.547	21.146	18.778	8,2	-11,2	2,7
11	Singapore	4.330	4.392	5.991	13.341	10.283	32,9	-22,9	1,5
12	Thailand	5.942	6.997	7.662	7.217	7.331	4,6	1,6	1,1
13	Malaysia	4.868	7.113	8.656	6.877	6.772	6,5	-1,5	1,0
14	Indonesia	5.349	6.310	7.074	6.774	5.981	3,0	-11,7	0,9
15	Viet Nam	3.509	3.975	3.964	3.818	2.770	-5,0	-27,5	0,4
16	Philippines	265	344	310	307	236	-3,4	-23,0	0,0

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

Republik Rakyat Tiongkok (RRT) tetap menjadi eksportir terbesar ke Afrika, meskipun terjadi penurunan nilai impor dengan tren negatif. Hal ini dipengaruhi oleh kebijakan diversifikasi Afrika yang mulai mengurangi ketergantungan terhadap RRT, serta melemahnya investasi infrastruktur RRT di kawasan Afrika. Sementara itu, nilai impor antarnegara Afrika justru menurun tajam 6,2%. Kondisi ini menggambarkan lemahnya integrasi perdagangan dalam kawasan meskipun telah terbentuk AfCFTA (*African Continental Free Trade Area*). Hambatan struktural berupa keterbatasan infrastruktur logistik, hambatan non-tarif, dan perbedaan kebijakan nasional memperlambat potensi perdagangan internal. Indonesia mencatat pertumbuhan rata-rata 3,0% selama periode 2020–2024, tetapi pada 2024 terjadi penurunan tajam sebesar 11,7% dibanding 2023. Komoditas utama Indonesia seperti minyak sawit, karet, tekstil, dan produk manufaktur masih menjadi daya tarik, namun kompetisi dengan Malaysia dan Thailand cukup ketat.

Secara umum, impor Afrika dari mitra dagang dunia pada 2020–2024 cenderung menurun akibat perlambatan global, inflasi, serta diversifikasi perdagangan. Namun, negara-negara ASEAN (Thailand, Malaysia, Indonesia, dan Singapura) berhasil memperkuat posisi sebagai mitra alternatif Afrika. Singapura menjadi negara dengan pertumbuhan paling tinggi, diikuti Malaysia dan Indonesia, meskipun masih menghadapi volatilitas tahunan (Tabel 1).

Struktur impor Afrika masih menunjukkan ketergantungan besar pada produk industri manufaktur dan pangan dari luar kawasan

Komoditas impor utama Afrika didominasi mesin, peralatan mekanik, dan komponennya (HS 84), serta mesin listrik dan peralatan elektronik (HS 85) sepanjang 2020–2024. Hal ini mencerminkan tingginya kebutuhan besar Afrika terhadap industrialisasi, pembangunan infrastruktur, dan percepatan digitalisasi. Selain itu, mineral dan bahan bakar (HS 27) menempati pangsa impor yang cukup besar, meskipun trennya relatif stagnan. Keterbatasan kapasitas kilang domestik membuat Afrika tetap bergantung pada impor BBM olahan, meskipun beberapa negara di kawasan ini kaya akan minyak mentah. Komoditas Farmasi (HS 30) juga menunjukkan peningkatan stabil, sejalan dengan lonjakan permintaan pascapandemi COVID-19. Afrika masih menghadapi tantangan kesehatan publik, sehingga ketergantungan pada vaksin, obat-obatan, dan alat medis impor tetap tinggi.

Tabel 6. Komoditas yang Paling Banyak Diimpor oleh Pasar Afrika (USD Juta)

No	HS Code	Product label	2020	2021	2022	2023	2024	Trend (%) 20-24	Perub (%) 24/23	Share (%) 2024
		Total	491.376	620.093	736.595	713.292	695.864	8,72	-2,44	
1	27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	59.647	94.570	159.286	143.598	111.213	18,10	-22,55	15,98
2	84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof	55.670	62.396	66.633	71.778	73.868	7,31	2,91	10,62
3	85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television ...	39.009	45.433	48.111	52.491	53.262	7,97	1,47	7,65
4	87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	35.759	45.664	45.526	60.889	48.148	9,23	-20,92	6,92
5	10	Cereals	25.401	31.971	35.460	30.751	29.333	2,52	-4,61	4,22
6	39	Plastics and articles thereof	20.228	27.332	30.993	26.614	29.031	7,21	9,08	4,17
7	89	Ships, boats and floating structures	3.117	3.307	9.160	4.586	19.128	48,52	317,08	2,75
8	72	Iron and steel	13.880	19.803	21.903	18.757	18.296	5,11	-2,46	2,63
9	30	Pharmaceutical products	18.758	22.428	20.279	18.437	18.116	-2,62	-1,74	2,60
10	73	Articles of iron or steel	12.085	13.587	16.402	16.781	17.189	9,59	2,43	2,47
		Others	207.822	253.602	282.843	268.609	278.281	6,62	3,60	39,99

Sumber: Trademap (diolah, 2025)

Struktur impor Afrika masih sangat bergantung pada produk industri manufaktur dan pangan dari luar kawasan. Upaya integrasi melalui African Continental Free Trade Area (AfCFTA) belum signifikan dalam mengurangi ketergantungan pada mitra dagang global. Pertumbuhan populasi, urbanisasi, dan industrialisasi Afrika akan terus mendorong impor komoditas berteknologi tinggi, pangan, serta turunan hasil tambang. Periode 2020–2024 memperlihatkan bahwa impor Afrika dari dunia masih terkonsentrasi pada mesin dan peralatan industri, produk energi olahan, farmasi, dan bahan pangan. Meskipun terjadi fluktuasi tahunan akibat pandemi dan krisis geopolitik, tren jangka menengah tetap positif dengan pertumbuhan rata-rata moderat (Tabel 2).

Nilai ekspor Indonesia ke Afrika mengalami dinamika yang cukup signifikan dalam periode 2020–2024. Selama periode Januari–Juni 2025, pangsa ekspor minyak nabati tercatat mencapai 56%. Pada tahun 2020, total ekspor tercatat sebesar USD 4,59 miliar, meningkat pesat menjadi USD 7,05 miliar pada 2021 dan mencapai puncak USD 7,51 miliar pada 2022. Namun, trend ini sedikit melambat pada 2023 (USD 6,87 miliar) dan kembali turun pada 2024 (USD 6,33 miliar). Perubahan ini menunjukkan fluktuasi akibat faktor eksternal, seperti pemulihan pasca-pandemi COVID-19, kenaikan harga komoditas global, serta gejolak ekonomi dan geopolitik yang memengaruhi daya beli negara-negara Afrika.

Tabel 7. Komoditas Ekspor Terbesar Indonesia ke Pasar Afrika (USD Juta)

No	HS Code	Product label	2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Jan 2024	Jan-Jan 2025	Trend (%) 20-24	Growth (%) 25/24	Share (%) 2025
		Total	4.594	7.052	7.509	6.867	6.329	2.819	4.092	6,3	45,2	
1	15	Animal, vegetable or microbial fats and oils and their cleavage products; prepared edible fats; —	2.610	4.345	3.745	3.009	3.173	1.403,4	2.209,7	2,8	63,2	56,0
2	87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	152	241	313	240	300	128,3	202,5	14,6	57,9	4,9
3	09	Coffee, tea, mate and spices	180	130	135	125	240	77,1	175,6	10,8	127,8	4,3
4	48	Paper and paperboard, articles of paper pulp, of paper or of paperboard	210	244	468	436	330	147,5	159,6	13,9	8,2	3,9
5	34	Soap, organic surface-active agents, washing preparations, lubricating preparations, artificial —	202	254	275	320	200	139,5	152,6	9,2	9,4	3,7
6	85	Electric (machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers; televisions —	79	178	232	220	219	103,5	127,0	25,4	22,7	3,1
7	84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof	110	145	154	177	108	74,7	97,1	13,6	29,9	2,4
8	38	Miscellaneous chemical products	83	103	128	81	84	39,0	60,1	2,2	74,5	1,7
9	28	Inorganic chemical, organic or inorganic compounds of precious metals, of rare-earth metals, —	11	20	135	39	99	25,4	62,4	66,2	145,9	1,5
10	76	Aluminium and articles thereof	9	9	8	7	7	3,0	58,7	8,6	1.436,6	1,4
		Others	1.010	1.383	1.940	1.333	1.400	676	690	6,5	3,3	17,1

Sumber: Trademap (diolah, 2025)

Komoditas ekspor terbesar Indonesia ke Afrika adalah minyak nabati (HS 15), dengan nilai yang jauh lebih dominan dibandingkan komoditas lain. Pada 2020, ekspor minyak nabati mencapai USD 2,61 miliar, lalu melonjak menjadi USD 4,34 miliar pada 2021. Nilainya stabil pada kisaran nilai USD 3,7–3,8 miliar pada 2022–2023, sebelum turun menjadi USD 2,17 miliar pada 2024. Minyak sawit, sebagai bahan baku industri pangan, oleokimia, dan bioenergi, menjadi andalan utama Indonesia di pasar Afrika. Namun, tren penurunan sejak 2022 mengindikasikan diversifikasi sumber impor Afrika atau kebijakan substitusi impor di beberapa negara.

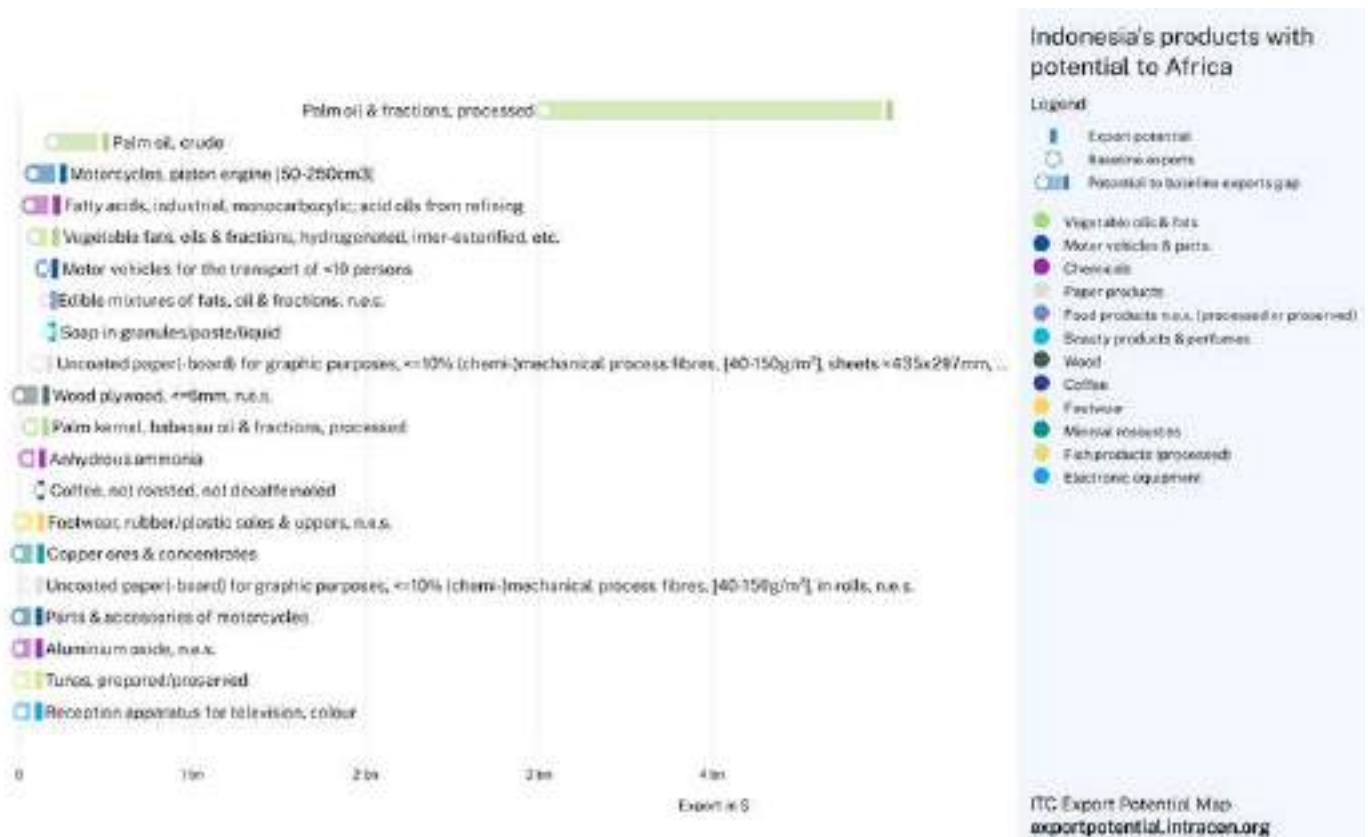
Komoditas ekspor terbesar berikutnya adalah Kendaraan bermotor dan suku cadang (HS 87) dengan nilai yang terus meningkat dari USD 152 juta pada 2020, naik ke USD 313 juta pada 2022. Pada 2024, nilainya sedikit menurun menjadi USD 300 juta. Perkembangan ini mencerminkan tumbuhnya kelas menengah Afrika serta meningkatnya permintaan transportasi perkotaan modern. Indonesia, khususnya melalui produk otomotif seperti mobil dan sepeda motor, semakin memperluas penetrasi pasarnya di Afrika.

Secara umum, ekspor Indonesia ke Afrika menunjukkan tren positif, meskipun mengalami fluktuasi pada periode 2020–2024. Tiga komoditas utama yang mendominasi pasar adalah minyak nabati (HS 15), kendaraan bermotor dan suku cadang (HS 87), serta kopi, teh, dan rempah (HS 09). Minyak nabati menjadi tulang punggung dengan kontribusi terbesar. Kendaraan bermotor mencerminkan industrialisasi dan urbanisasi Afrika, sedangkan kopi dan rempah menunjukkan peluang besar dalam sektor agroindustri (Tabel 3).

Strategi Peningkatan Ekspor ke Afrika Perlu Menekankan pada Diversifikasi Komoditas dan Penguatan Daya Saing Industri Manufaktur

Berdasarkan ITC Export Potential Map, komoditas ekspor Indonesia ke pasar Afrika memiliki potensi besar pada beberapa sektor strategis. Produk utama yang memiliki potensi ekspor terbesar adalah palm oil & fractions, processed dan palm oil, crude. Hal ini menunjukkan ketergantungan negara-negara Afrika terhadap pasokan minyak nabati, baik sebagai bahan pangan maupun kebutuhan industri. Sebagai produsen sawit terbesar dunia, Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat. Kondisi ini sekaligus menegaskan pentingnya sektor agribisnis dalam struktur perdagangan bilateral.

Grafik 1. Komoditas ekspor potensial Indonesia ke Afrika



Sumber : ITC Export Potential Map (2025)

Gambar diatas menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi dan realisasi ekspor beberapa produk. Misalnya, pada palm oil (processed), kapasitas ekspor Indonesia jauh melebihi realisasi saat ini, menandakan ruang ekspansi perdagangan yang belum dimanfaatkan optimal. Pola serupa juga terlihat pada produk kendaraan bermotor, kimia dasar, serta peralatan elektronik. Hal ini mengindikasikan bahwa hambatan perdagangan, biaya logistik, serta keterbatasan akses pasar masih menjadi faktor penghambat realisasi ekspor. Potensi ekspor Indonesia ke Afrika sangat dipengaruhi oleh keunggulan komparatif di sektor agribisnis (sawit dan turunannya), serta mulai meluas ke sektor manufaktur, kimia, otomotif, dan elektronik. Dengan demikian, strategi peningkatan ekspor ke Afrika perlu difokuskan pada diversifikasi komoditas, penguatan daya saing manufaktur, serta pengurangan hambatan logistik dan tarif. Jika kesenjangan antara potensi dan realisasi ekspor dapat dikurangi, maka Afrika berpotensi menjadi pasar strategis jangka panjang bagi Indonesia.

Telaah Daya Saing Produk Ekspor Indonesia di Pasar Polandia

oleh: Fairuz Nur Khairunnisa

Email: Fairuz.nur@kemendag.go.id

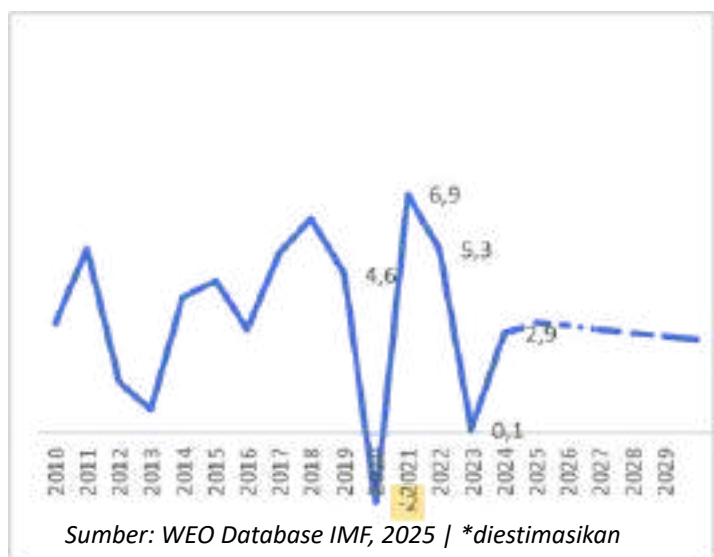
Polandia, dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan posisi strategis di Eropa Timur, menjadi pasar potensial bagi ekspor Indonesia. Neraca perdagangan kedua negara selama sepuluh tahun terakhir selalu mencatatkan surplus bagi Indonesia, yang mencerminkan peluang besar untuk memperkuat penetrasi produk Indonesia di pasar ini.

Gambaran Umum Perekonomian Polandia

Polandia merupakan salah satu negara anggota Uni Eropa dengan perekonomian yang terus tumbuh stabil dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Polandia sempat mengalami kontraksi akibat dampak pandemi, namun sejak itu berhasil bangkit kembali dan mencatat tren positif. Pada tahun 2024, Produk Domestik Bruto (PDB) riil Polandia mencapai 2,9% dan selanjutnya diperkirakan meningkat sebesar 3,2% pada tahun 2025. Dengan pertumbuhan tersebut, Polandia tetap menjadi salah satu motor ekonomi di kawasan, meskipun menghadapi tantangan berupa defisit fiskal yang masih tinggi, yakni sekitar -6,6% dari PDB pada 2024, serta peningkatan utang publik yang diproyeksikan mencapai 58% dari PDB pada 2025. Inflasi yang sempat melonjak kini mulai terkendali di kisaran 3,7% pada 2024 dan diperkirakan turun ke 2,8% pada 2026, sementara tingkat pengangguran tetap rendah pada level 2,8–2,9%, mencerminkan pasar tenaga kerja yang relatif kuat.

Negara dengan bendera mirip Indonesia namun terbalik ini berbatasan dengan Lituania, Belarus, dan Ukraina di timur; Ceko dan Slovakia di selatan; Jerman di barat; serta Rusia dan Laut Baltik di utara. Letak geografis ini menjadikan Polandia berperan strategis sebagai pusat perdagangan di Eropa Timur. Mitra dagang utama Polandia adalah Jerman, Ceko, Prancis, Belanda, dan Italia.

Grafik 2. Pertumbuhan ekonomi Polandia (%)



Dalam hubungan perdagangan dengan Indonesia, neraca perdagangan kedua negara selama sepuluh tahun terakhir selalu mencatat surplus bagi Indonesia. Hingga periode Januari–Agustus 2025, surplus perdagangan Indonesia dengan Polandia tercatat mencapai USD 409,26 juta. Angka ini menunjukkan peran penting Polandia sebagai salah satu pasar potensial bagi produk ekspor Indonesia di kawasan Eropa Timur.

Tabel 8. Perkembangan ekspor produk utama Indonesia di Polandia

No	HS	Uraian	Nilai : USD Juta					Semester I		Perub. % Trend (%) Share (%)		
			2020	2021	2022	2023	2024	2024	2025	25/24	20 - 24	2024
Total Ekspor Indonesia ke Polandia			441,14	654,64	1124,03	772,09	726,81	443,88	543,26	22,36	12,34	100,00
1	902799	Instruments and apparatus,	-	-	13,38	31,08	35,67	19,60	16,49	-15,86	-	4,91
2	720851	Iron or non-ally steel, (not	-	-	5,21	10,37	34,48	24,40	4,94	-79,75	-	4,74
3	851762	Communication apparatus	5,02	65,67	97,84	96,30	33,65	20,15	17,40	-13,82	52,00	4,63
4	480300	Tissue, towel, napkin stock	18,25	10,37	6,32	6,44	32,17	9,35	26,98	188,24	6,78	4,43
5	400122	Rubber, technically specific	37,31	49,56	46,58	30,96	30,68	23,45	10,48	-55,30	-8,25	4,22
6	720712	Iron or non-ally steel; sem	-	-	-	22,40	24,07	24,07	25,52	6,06	-	3,31
7	720838	Iron or non-ally steel, in cr	-	-	-	3,29	20,51	12,30	19,72	60,24	-	2,82
8	854442	Insulated electric conductor	19,85	29,36	30,78	23,48	19,07	11,36	4,46	-60,72	-3,00	2,62
9	852990	Reception and transmissio	9,01	16,81	22,87	14,78	17,29	11,47	7,72	-32,73	12,47	2,38
10	851010	Shavers, with self-containe	0,26	0,02	6,61	18,57	17,07	10,28	9,33	-49,23	356,55	2,35
Subtotal			89,70	171,79	229,60	257,68	264,65	166,43	143,03	-14,06	29,29	36,41
Produk lainnya			351,44	482,85	894,43	514,41	462,15	277,55	400,24	44,20	6,30	63,59

Sumber: BPS, 2025 (Diolah oleh Puska EIPP)

Secara keseluruhan, sepuluh komoditas utama ini berkontribusi sebesar 36,4% terhadap total ekspor Indonesia ke Polandia pada 2024, sementara sisanya berasal dari berbagai produk lain. Dengan tren pertumbuhan yang relatif stabil dan diversifikasi produk yang semakin beragam, Polandia berpotensi menjadi mitra dagang bagi Indonesia di kawasan Eropa Timur dan Uni Eropa.

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

Melihat potensi besar penetrasi pasar ekspor, pemerintah Indonesia perlu menyusun strategi promosi ekspor. Langkah awal sebelum promosi adalah mengevaluasi kinerja perdagangan dan menganalisis daya saing produk ekspor serta dinamikanya produk di pasar Polandia. Perubahan pangsa pasar dan daya saing produk utama Indonesia di Polandia dapat dianalisis dengan beberapa alat, antara lain Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Constant Market Share Analysis (CMSA). Pemahaman yang baik mengenai peta produk dan dinamika daya saingnya akan memudahkan para pemangku kepentingan dalam melakukan upaya promosi ekspor dalam menetapkan strategi terkait penetapan produk yang harus diprioritaskan untuk peningkatan ekspor.

Tabel 9. Indeks RCA dan CMSA 20 produk utama ekspor Indonesia di Polandia

Efek Daya Saing							RCA (2024)
No	HS	Deskripsi Produk	Efek Pertumbuhan Impor	Efek Komposisi	Efek Daya Saing	Perubahan Nilai Ekspor 2023-2024	$\left(\frac{X_{i,IND \rightarrow POL}}{\text{Total } X_{IND \rightarrow POL}}\right)$
							$\left(\frac{X_{i,Dunia \rightarrow POL}}{\text{Total } X_{Dunia \rightarrow POL}}\right)$
		All products	1.683.235,05	0,00	-1.729.083,05		
1	85	Electrical machinery and equipment and parts	661.208,40	-1.090.191,75	334.267,35	-94.716,00	2,40
2	'72	Iron and steel	102.318,40	-490.420,73	447.899,33	59.797,00	1,91
3	'90	Optical, photographic, cinematographic, meas	85.319,46	41.987,57	-115.536,03	11.771,00	0,69
4	'40	Rubber and articles thereof	103.155,38	258.973,35	-361.438,73	690,00	1,47
5	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp	35.789,54	51.796,78	-57.322,32	30.264,00	0,82
6	'61	Articles of apparel and clothing accessories, k	111.499,01	648.486,50	-765.000,51	-5.015,00	0,81
7	'62	Articles of apparel and clothing accessories, r	79.325,48	667.543,67	-742.460,15	4.409,00	0,84
8	'64	Footwear, gaiters and the like; parts of such e	60.622,07	215.365,50	-281.730,57	-5.743,00	0,91
9	'39	Plastics and articles thereof	32.607,27	4.433,39	-36.172,67	868,00	0,18
10	'34	Soap, organic surface-active agents, washing	35.767,74	94.697,58	-132.112,32	-1.647,00	9,33
11	'95	Toys, games and sports requisites; parts and	19.337,68	-100.123,20	83.088,52	2.303,00	0,46
12	'29	Organic chemicals	38.812,68	5.901,09	-51.976,77	-7.263,00	0,69
13	'15	Animal, vegetable or microbial fats and oils ar	27.077,55	-40.103,70	10.553,15	-2.473,00	1,91
14	'55	Man-made staple fibres	17.927,46	48.077,82	-66.178,28	-173,00	2,30
15	'44	Wood and articles of wood; wood charcoal	13.245,62	-29.651,77	16.979,15	573,00	0,28

Sumber: Trademap, 2025 (Diolah oleh Puska EIPP)

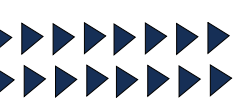
Berdasarkan perhitungan RCA tahun 2024, sejumlah produk utama ekspor Indonesia di Polandia memiliki daya saing yang cukup baik. Produk dengan nilai RCA di atas 1 antara lain Lemak dan Minyak Hewan/Nabati (HS 15) dengan RCA 9,33, Serat Buatan (HS 55) dengan RCA 2,30, Besi dan Baja (HS 72) dengan RCA 1,91, serta Mesin Elektrik (HS 85) dengan RCA 2,40. Sementara itu, produk lain seperti Karet dan Produk Turunannya (HS 40), Kertas dan Produk Kertas (HS 48), serta Kayu dan Arang Kayu (HS 44) juga masih memiliki daya saing meskipun lebih rendah.

Namun, hasil analisis CMSA menunjukkan dinamika yang berbeda. Dari sisi efek pertumbuhan impor, hampir semua produk bernilai positif, yang berarti kenaikan ekspor Indonesia ke Polandia lebih banyak didorong oleh meningkatnya permintaan impor negara tersebut. Akan tetapi, dari sisi efek daya saing, sebagian besar produk justru mengalami penurunan daya saing yang ditunjukkan dengan nilai negatif. Misalnya Mesin Elektrik (HS 85), Besi dan Baja (HS 72), serta Serat Buatan (HS 55). Hal ini menandakan bahwa meskipun permintaan di Polandia meningkat, Indonesia belum mampu mengoptimalkan peluang tersebut. Hanya beberapa produk yang memperlihatkan efek daya saing positif seperti Besi dan Baja (HS 72), Kayu dan Arang Kayu (HS 44), serta mainan dan perlengkapan olahraga (HS 95), meskipun nilainya relatif kecil.

Selain itu, dari sisi efek komposisi juga terlihat adanya perbedaan. Beberapa produk mencatat efek komposisi positif yang cukup tinggi, misalnya Produk Pakaian Rajutan (HS 61), Produk Pakaian Non Rajutan (HS 62), serta Alas Kaki (HS 64). Sebaliknya, ada pula produk dengan efek komposisi negatif yang menandakan ketidakmampuan Indonesia dalam menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan Polandia, seperti Mesin Elektrik (HS 85), serta Mainan dan Perlengkapan Olahraga (HS 95).

Secara keseluruhan, meskipun beberapa produk Indonesia telah menunjukkan daya saing yang cukup baik di pasar Polandia, namun pemanfaatan peluang pasar masih belum optimal. Dari lima belas produk utama, terdapat sejumlah produk yang justru mengalami penurunan nilai ekspor, seperti Mesin Elektrik (HS 85), Alas Kaki (HS 64), Kimia Organik (HS 29), serta Lemak dan Minyak Hewan/Nabati (HS 15). Di sisi lain, terdapat produk yang masih mencatatkan kenaikan nilai ekspor, seperti Besi dan Baja (HS 72) dan Kertas (HS 48).

Kesimpulannya, strategi promosi ekspor ke Polandia sebaiknya tidak hanya berfokus pada produk dengan RCA tinggi, tetapi juga diarahkan pada penguatan daya saing melalui diversifikasi pasar, peningkatan kualitas dan standar internasional, serta optimalisasi kerja sama perdagangan bilateral. Analisis lebih lanjut perlu dilakukan untuk produk-produk yang meskipun ekspornya naik, namun daya saingnya menurun, seperti HS 85, HS 55, dan HS 29. Apabila penurunan daya saing tersebut disebabkan oleh hambatan tarif atau non-tarif, maka penguatan kerja sama perdagangan dengan Polandia menjadi langkah yang tepat untuk memperluas akses pasar bagi produk ekspor Indonesia.





NEWSLETTER EKSPOR IMPOR

September 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
Jala Ridwan

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.