

Analisis Daya Saing Ekspor Mobil Indonesia (HS 8703) di Pasar Amerika Latin

Dwiki Andreansyah Nugraha*¹⁾

¹⁾Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya
e-mail correspondence: dwikiandreaa@gmail.com

Received: 05-07-2025

Revised: 25-08-2025

Accepted: 31-08-2025

Info Artikel

Abstract

Keywords:

Export Competitiveness,
Automotive, Trade
Specialization.

The automotive industry is a strategic sector that significantly contributes to Indonesia's economy. Indonesia has high export potential, particularly to Latin America, which has strong demand for automotive products. The "Making Indonesia 4.0" program targets Indonesia to become the largest car exporter in Southeast Asia. However, competition with countries such as Brazil, Mexico, and Argentina poses a major challenge in the Latin American market. This study analyzes the performance of Indonesia's car exports to Latin America during the period 2014-2023 using RCA, ECI, and ISP methods. The results show that Indonesia has a comparative advantage with an RCA value > 1 and high competitive strength based on ECI. The positive ISP value reflects well-developed trade specialization, indicating that Indonesia is in the maturation stage of car exports. Therefore, Indonesia has great potential to continue enhancing its competitiveness in the Latin American market.

Kata Kunci:

Daya Saing Ekspor,
Otomotif, Spesialisasi
Perdagangan.

Abstrak.

Industri otomotif merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Indonesia memiliki potensi ekspor tinggi, terutama ke Amerika Latin yang memiliki permintaan besar terhadap produk otomotif. Program "Making Indonesia 4.0" menargetkan Indonesia sebagai pengekspor mobil terbesar di Asia Tenggara. Namun, persaingan dengan negara seperti Brasil, Meksiko, dan Argentina menjadi tantangan utama di pasar Amerika Latin. Penelitian ini menganalisis kinerja ekspor mobil Indonesia ke Amerika Latin periode 2014-2023 menggunakan metode RCA, ECI, dan ISP. Hasilnya menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan nilai RCA > 1 dan daya saing kompetitif tinggi berdasarkan ECI. Nilai ISP yang positif mencerminkan spesialisasi perdagangan yang matang, menunjukkan Indonesia berada pada tahap pematangan dalam ekspor mobil. Dengan demikian, Indonesia memiliki potensi besar untuk terus meningkatkan daya saingnya di pasar Amerika Latin.

INTRODUCTION

Perdagangan internasional memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi global, memungkinkan negara-negara untuk saling memanfaatkan keunggulan komparatif mereka. Dalam konteks ini, sektor ekspor menjadi motor penggerak utama dalam memperluas pangsa pasar global dan meningkatkan pendapatan nasional. Bagi Indonesia, perdagangan internasional juga membuka peluang untuk memanfaatkan pasar-pasar potensial di berbagai belahan dunia. Semakin suatu negara membuka diri terhadap perdagangan internasional, semakin besar peluangnya untuk mengekspor produk ke negara lain (Muslika & Tamami, 2019).

Motif terjadinya perdagangan internasional karena adanya perbedaan potensi sumber daya dan teknologi oleh masing-masing negara. Menurut Yuni & Hutabarat Lanova (2021) perdagangan internasional sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jika suatu negara lebih banyak melakukan ekspor daripada impor maka pendapatan nasional negara tersebut akan naik

sehingga nantinya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Perdagangan internasional bertujuan untuk memberikan kontribusi alokasi sumber daya secara efisien. Selain itu, tujuan perdagangan internasional karena masing-masing pihak mengharapkan adanya keuntungan (Salvatore, 2020).

Untuk dapat memasuki suatu pasar luar negeri tentu membutuhkan produk yang memiliki daya saing tinggi, sehingga dapat bersaing dengan produk dari negara lain (Mulya Tarmidzi & Rahayu, 2021). Menurut Dwitama et al. (2022) daya saing dapat menjadi indikator keberhasilan negara dalam perdagangan internasional. Keberhasilan dalam meningkatkan ekspor mencerminkan peningkatan daya saing dan sekaligus merupakan jalan satu indikasi dari tumbuhnya dinamika positif dalam kewirausahaan suatu negara. Berdasarkan hal ini, peningkatan ekspor bukan lagi sekedar pilihan melainkan merupakan suatu keharusan (Purba, 2020)..

Ekspor menjadi instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara melalui penerimaan devisa. Pasar ekspor yang memiliki standar kualitas tinggi memacu negara-negara pengekspor untuk terus meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka agar dapat bersaing di pasar internasional. Indonesia sebagai negara yang perekonomiannya bergantung pada ekspor, memiliki banyak pilihan produk yang memiliki potensi dan dapat bersaing dengan negara lain. Indonesia memiliki tiga sektor utama dalam non migas yaitu sektor pertanian, sektor pertambangan, dan sektor industri. Namun, sektor pertanian masih mendominasi dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Patone et al., 2020). Oleh karena itu, Indonesia perlu mengembangkan dari sektor lainnya yang memiliki potensi yaitu sektor industri.

Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekspor Indonesia adalah industri otomotif. Menurut Gaikindo (2021) sektor otomotif menjadi salah satu ekspor komoditas unggulan dengan menduduki peringkat kedelapan dari ekspor unggulan sepanjang tahun 2021. Untuk mendukung pengembangan sektor ini, pemerintah meluncurkan program "Making Indonesia 4.0" pada tahun 2018, dengan salah satu targetnya menjadikan Indonesia sebagai pengekspor mobil terbesar di Asia Tenggara (Kemenko Perekonomian, 2018). Melalui berupaya kebijakan ini, pemerintah mendorong investasi, memperluas pasar ekspor, serta meningkatkan daya saing industri otomotif nasional.

Industri otomotif merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Sebagai salah satu produsen kendaraan bermotor terbesar di Asia Tenggara, Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global, termasuk pasar Amerika Latin yang memiliki permintaan cukup tinggi terhadap produk otomotif. Menurut Kementerian Perdagangan (2018) komoditas kendaraan dan komponennya menjadi salah satu komoditas ekspor utama Indonesia ke kawasan Amerika Latin. Dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan peningkatan populasi kelas menengah, negara-negara di Amerika Latin seperti Mexico, Peru, dan Chile menjadi target ekspor potensial bagi produsen mobil Indonesia.

Tabel 1. Nilai Ekspor Mobil Indonesia ke Negara-Negara di Amerika Latin

Tahun	Nilai ekspor mobil (HS 8703) (USD)		
	Mexico	Peru	Chile
2019	126865	83112	8470
2020	131685	55910	18833
2021	185434	109214	60711
2022	315815	154482	97418

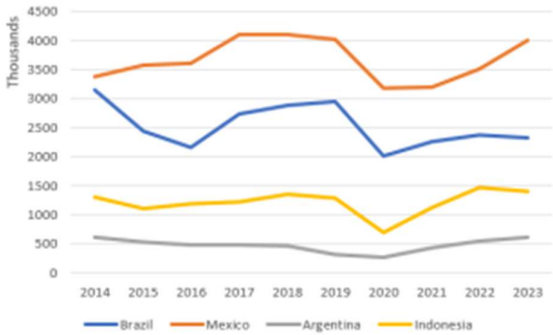
2023	655084	144005	115091
------	--------	--------	--------

Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1, nilai ekspor mobil Indonesia ke negara-negara di Amerika Latin seperti Meksiko, Peru, dan Chile menunjukkan tren peningkatan signifikan selama periode 2019-2023. Di antara ketiga negara tujuan tersebut, Meksiko menjadi pasar utama dengan kenaikan drastis dari 126.865 USD pada tahun 2019 menjadi 655.084 USD pada tahun 2023. Sementara itu, ekspor ke Peru mengalami fluktuasi namun tetap menunjukkan peningkatan dari 83.112 USD pada tahun 2019 menjadi 144.005 USD pada tahun 2023. Ekspor ke Chile juga tumbuh stabil dari 8.470 USD pada 2019 hingga mencapai 115.091 USD pada 2023. Data ini mengindikasikan adanya potensi yang kuat pada komoditas mobil Indonesia di pasar Amerika Latin yang diharapkan untuk terus dikembangkan.

Namun, dalam menghadapi persaingan di pasar Amerika Latin, Indonesia dihadapkan pada tantangan besar, termasuk dari negara-negara di Amerika Latin itu sendiri dengan industri otomotif yang kuat seperti Brazil, Mexico, dan Argentina. Menurut CEIC Data (2020), Brazil mengalami perkembangan dan maju mencapai pertumbuhan lebih dari 20% dalam produksi dan penjualan pada tahun 2017. Brazil menjadi produsen kendaraan bermotor terbesar kedua di Amerika Latin setelah Meksiko dengan lebih dari 2,9 juta kendaraan yang diproduksi, naik hampir 2%/tahun. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk mengevaluasi daya saing ekspor mobil Indonesia di pasar Amerika Latin guna memahami posisi Indonesia di pasar tersebut.

Gambar 1. Produksi Mobil Indonesia dengan negara pesaing utama di Amerika Latin



Sumber: CEICdata, 2024 (diolah)

Berdasarkan gambar 1, terlihat Meksiko tampaknya menguasai produksi mobil di kawasan Amerika Latin dengan tren positif. Produksi terus meningkat secara normal di Meksiko sejak 2014 hingga mencapai puncaknya sekitar 4 juta unit pada tahun 2017-2018. Terlepas dari penurunan yang sangat tajam pada tahun 2019-2021, itu mulai kembali pulih secara signifikan hingga 2023. Di sisi lain Brazil mengalami penurunan tajam pada 2016 dan kembali pulih di 2019, namun tetap turun kembali pada tahun 2020. Indonesia menunjukkan keunggulan dibandingkan Argentina, dengan pertumbuhan yang cukup stabil. Tren ini mencerminkan pemulihan produksi mobil yang bervariasi di setiap negara, dengan Meksiko sebagai pemimpin produksi di kawasan dan Indonesia menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan.

Oleh karena itu, penelitian tentang daya saing ekspor mobil Indonesia di pasar Amerika Latin perlu dilakukan. Pada penelitian ini negara-negara di Amerika Latin yang dijadikan

pembandingan adalah pesaing utama di pasar Amerika Latin yaitu Brazil, Meksiko, dan Argentina. Pertimbangan pemilihan ketiga negara tersebut yang dijadikan pembandingan adalah berdasarkan hasil data yang ditunjukkan TradeMap. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengusaha di bidang industri otomotif, peneliti selanjutnya, maupun pemerintah sebagai upaya dalam peningkatan daya saing ekspor mobil sebagai salah satu penyumbang devisa negara untuk meningkatkan perekonomian Indonesia.

RESEARCH METHODS

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berupa data berdasarkan runtut waktu. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pendekatan kuantitatif dimana hasil penelitiannya dipresentasikan dalam bentuk hasil perhitungan matematis. Data yang diambil berada dalam periode waktu mulai tahun 2014 hingga tahun 2023. Batasan jangka waktu didasarkan pada pertimbangan data 10 tahun terbaru dari sumber data yaitu TradeMap. Kode HS pencarian menggunakan 8703 dengan deskripsi produk adalah mobil dan kendaraan bermotor lainnya terutama dirancang untuk pengangkutan orang, termasuk station wagon dan mobil balap.

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel sebagai alat pengolahan data. Kemudian untuk metode analisis data yang digunakan adalah analisis Revealed Comparatif Advantage (RCA), Export Competitiveness Index (ECI), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Berikut ini penjelasan terkait metode perhitungan pada analisis yang digunakan:

Daya Saing Komparatif

Metode RCA merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif komoditas di suatu wilayah. Perhitungan RCA ini dapat mengidentifikasi apakah suatu komoditas ekspor di sebuah wilayah memiliki keuntungan komparatif atau tidak. Penggunaan metode RCA juga dapat melihat pola spesialisasi ekspor suatu wilayah. Pada dasarnya, metode RCA digunakan untuk menghitung pangsa nilai ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor suatu negara, dibandingkan dengan pangsa nilai komoditas tersebut dalam perdagangan dunia.

Berdasarkan perhitungan yang didapat, apabila nilai $RCA > 1$, maka suatu negara dikatakan memiliki keunggulan komparatif pada komoditas i . Sebaliknya, jika nilai $RCA < 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif pada komoditas i (Sapto et al., 2024).

$$RCA = \frac{X_{ia}/X_a}{X_{iw}/X_w}$$

Dimana:

X_{ia} = Nilai ekspor komoditas i dari negara a ke Amerika Latin (US\$)

X_a = Total nilai ekspor negara a ke Amerika Latin (US\$)

X_{iw} = Nilai ekspor komoditas i dunia ke Amerika Latin (US\$)

X_w = Total nilai ekspor dunia ke Amerika Latin (US\$)

Daya Saing Kompetitif

Kondisi perdagangan yang dinamis mengakibatkan keunggulan suatu negara terhadap komoditas tertentu dapat berubah. Hal ini dapat disebabkan karena negara eksportir lain juga turut berusaha dalam meningkatkan kapasitas ekspornya melalui peningkatan teknologi, sumber daya manusia, harga yang bersaing atau penjamin kualitas produk yang diekspor. Teknik analisis data yang dapat digunakan untuk menganalisis daya saing kompetitif suatu negara terhadap komoditas ekspor dapat menggunakan perhitungan Export Competitiveness Index (ECI). Indeks ini mengukur pangsa pasar negara i untuk komoditas j pada masa ini dibandingkan dengan waktu sebelumnya.

Apabila nilai $ECI > 1$ maka menunjukkan negara tersebut tetap memiliki keunggulan kompetitif. Sebaliknya, jika nilai $ECI < 1$ maka menunjukkan keunggulan kompetitif yang semakin lemah (Nurchayani & Salqaura, 2023). Menurut Sapto et al. (2024) perhitungan metode analisis ECI dirumuskan sebagai berikut:

$$ECI = \frac{(X_{ia}/X_{iw})_t}{(X_{ia}/X_{iw})_{t-1}}$$

Dimana:

X_{ia} = Nilai ekspor komoditas i oleh negara a ke Amerika Latin (US\$)

X_{iw} = Nilai ekspor komoditas i oleh Amerika Latin (US\$)

t = Periode berjalan

$t-1$ = Periode sebelumnya

Indeks Spesialisasi Perdagangan

Menurut Nurchayani & Salqaura (2023) Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis spesialisasi perdagangan suatu komoditas. Nilai ISP memiliki rentang dari -1 (sepenuhnya impor) hingga 1 (sepenuhnya ekspor). Dari rentang tersebut, setiap komoditas masing-masing negara dapat diklasifikasikan menjadi empat tahapan, yaitu pengenalan ($-1 \leq ISP \leq -0,5$), substitusi impor ($-0,5 > ISP \geq 0,5$), perluasan ekspor ($0 > ISP \leq 0,8$) dan pematangan/pendewasaan ($0,8 > ISP \leq 1$). Perhitungan metode analisis ISP diumuskan sebagai berikut:

$$ISP = \frac{(X_{in-r} - M_{in-r})}{(X_{in-r} + M_{in-r})}$$

Dimana:

X_{in-r} = Nilai ekspor komoditas i negara $n-r$

M_{in-r} = Nilai impor komoditas i negara $n-r$

$n-r$ = Negara Indonesia, Brazil, Meksiko, dan Argentina

RESULTS AND DISCUSSION

1. Hasil

ANALISIS REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE (RCA) MOBIL

Revealed Comparative Advantage (RCA) diperoleh dengan membandingkan pangsa ekspor suatu negara dalam suatu sektor yang sama. Nilai $RCA > 1$ menunjukkan bahwa pangsa

ekspor suatu negara dalam suatu komoditas berarti memiliki keunggulan komparatif. Berikut tabel dari hasil perhitungan RCA mobil Indonesia dengan negara pesaing utama di pasar Amerika Latin.

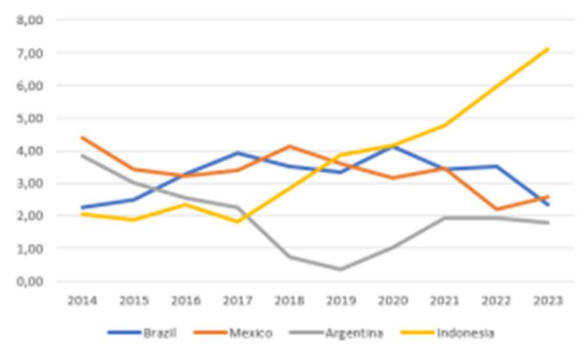
Tabel 2. Perbandingan Nilai Rata-Rata RCA Mobil 2014-2023

Negara	Rata-Rata RCA 2014-2023
Brazil	3,22
Mexico	3,36
Argentina	1,94
Indonesia	3,68

Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa Indonesia beserta negara pesaing utama di Amerika Latin memiliki nilai RCA > 1 dimana berarti semua negara tersebut memiliki keunggulan komparatif pada komoditas mobil di pasar Amerika Latin. Nilai RCA > 1 juga mengindikasikan bahwa sebuah negara memiliki keunggulan komparatif yang signifikan dalam komoditas mobil dalam perdagangan di pasar Amerika Latin. Indonesia memiliki nilai paling besar yaitu 3,68 negara Mexico dibandingkan dengan (3,36), Brazil (3,22), dan Argentina (1,94). Nilai ini menunjukkan bahwa selama periode 2014-2023, Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang lebih kuat dalam ekspor mobil dibandingkan negara-negara pesaingnya, terutama Argentina yang memiliki nilai RCA paling rendah yang mendekati ambang batas yaitu 1,94. Berikut grafik hasil analisis RCA mobil negara-negara eksportir utama di pasar Amerika Latin yang mendukung terlihatnya keunggulan komparatif mobil.

Gambar 2. Hasil Nilai RCA Negara-Negara Eksportir Utama Mobil di Amerika



Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Berdasarkan gambar 2, terlihat bahwa keunggulan komparatif Indonesia mengalami peningkatan signifikan selama periode 2014-2023. Tren positif mulai terlihat sejak tahun 2019, dengan nilai RCA mencapai 3,85 dan terus meningkat hingga mencapai puncaknya di tahun 2023 dengan nilai 7,11. Nilai tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan negara pesaing lainnya yaitu Brazil, Meksiko, dan Argentina. Tingginya nilai RCA pada Indonesia menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki efisiensi yang lebih tinggi dalam memproduksi dan mengekspor mobil dibandingkan negara-negara pesaing utama di Amerika Latin. Hal ini juga menunjukkan

bahwa negara Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pemain utama dalam sektor tersebut dan berpotensi dapat mengalami keuntungan yang lebih besar dalam perdagangan internasional.

Negara pesaing Indonesia yaitu Meksiko, memiliki RCA tertinggi pada awal periode yaitu sebesar 4,04 di 2014. Namun, Meksiko mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga mencapai 2,57 pada tahun 2023. Brazil menunjukkan performa yang stabil namun cenderung stagnan dengan nilai RCA antara 2,26 sampai 4,13. Hal ini didukung oleh investasi asing yang dilakukan oleh beberapa produsen mobil terbesar di dunia seperti BMW, Audi, Fiat, Mitsubishi, Land Rover, Nissan, Suzuki, Honda, Mercedes-Benz, dan Volkswagen telah membangun pabrik di Brazil (CEIC Data, 2020). Sementara itu, Argentina memiliki nilai RCA terendah di antara keempat negara tersebut, bahkan sempat menyentuh angka 0,35 (<1) pada tahun 2019 yang menunjukkan rendahnya keunggulan komparatif pada negara Argentina.

ANALISIS EXPORT COMPETITIVENESS INDEX (ECI) MOBIL

Analisis indeks keunggulan kompetitif komoditas mobil Indonesia di pasar Amerika Latin pada penelitian ini menggunakan rumus Export Competitiveness Index (ECI). Nilai ECI merupakan rasio pertumbuhan komoditas tertentu di suatu negara terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut di pasar global. Sebuah negara dalam bersaing dan mempertahankan posisinya di pasar global, mengharuskan memiliki nilai kompetitif yang lebih besar dari satu. Perkembangan nilai ECI komoditas mobil Indonesia di pasar Amerika Latin, dilihat pada gambar 3.

Gambar 3. Perkembangan Nilai ECI Ekspor Mobil Indonesia di Amerika



Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Berdasarkan gambar 2, diketahui secara umum tren keunggulan kompetitif mobil Indonesia selama 2014 hingga 2023 mengalami tren yang fluktuatif di tiap tahunnya. Terjadi penurunan tajam pada 2015 sebesar 1,09 setelah tahun 2014 dengan nilai 2,67. Pada tahun 2017 Indonesia memiliki nilai ECI kurang dari 1 yaitu sebesar 0,70 yang menunjukkan bahwa pada tahun tersebut Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Pada tahun selanjutnya menunjukkan peningkatan dengan tren fluktuatif namun masih pada nilai di atas 1. Menurut Nurcahyani & Salqaura (2023) nilai ECI lebih dari 1 menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki tingkat daya saing yang relatif kuat dalam hal ekspor.

Tabel 3. Hasil Export Competitiveness Indeks

TAHUN	Export Competitiveness Index (ECI)
-------	------------------------------------

	Brazil	Mexico	Argentina	Indonesia
2014	0,82	1,24	1,06	2,67
2015	1,26	0,93	0,79	1,09
2016	1,28	0,83	0,77	1,23
TAHUN	Export Competitiveness Index (ECI)			
	Brazil	Mexico	Argentina	Indonesia
2017	1,14	0,94	0,77	0,70
2018	0,97	1,38	0,39	1,66
2019	0,98	1,01	0,58	1,59
2020	1,07	0,80	2,57	1,14
2021	0,90	0,99	2,02	1,30
2022	1,18	0,63	1,02	1,29
2023	0,85	1,36	1,10	1,55
Rata-rata	1,04	1,01	1,11	1,42

Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Indonesia menjadi negara dengan rata-rata nilai ECI tertinggi dengan 1,42 kemudian Argentina dengan nilai 1,11 dan Brazil dengan nilai 1,04. Indonesia menjadi pemegang keunggulan kompetitif terbesar pada komoditas di pasar Amerika Latin. Meskipun nilai rata rata setiap negara lebih dari satu, negara-negara tersebut mengalami nilai ECI yang kurang dari 1. Nilai ECI kurang dari satu menandakan bahwa sebuah negara pada komoditas mobil memiliki keunggulan kompetitif yang semakin lemah.

ANALISIS INDEKS SPESIALISASI PERDAGANGAN (ISP) MOBIL

Nilai ISP yang positif menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam sektor-sektor perdagangan tertentu. Hal ini berarti negara tersebut memiliki tingkat spesialisasi yang tinggi dalam produksi dan ekspor barang atau layanan tertentu. Dengan memiliki nilai ISP yang positif, negara dapat menghasilkan produk atau layanan dengan biaya produksi yang lebih rendah atau dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan negara lain (Amanda & Rosiana, 2023). Begitu juga sebaliknya, jika nilai ISP negatif atau dibawah 0 maka produk tersebut tidak mempunyai daya saing dan negara tersebut cenderung sebagai negara pengimpor.

Tabel 4. Rata-Rata Nilai ISP Mobil Indonesia dengan Negara Pesaing Utama di Amerika Latin

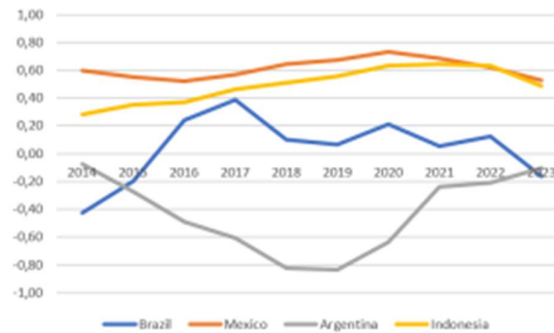
Negara	Rata-Rata ISP 2014-2023
Brazil	0,04
Mexico	0,61
Argentina	-0,43
Indonesia	0,49

Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Hasil perhitungan ISP mobil pada keempat negara menunjukkan bahwa Mexico dan Indonesia merupakan negara dengan nilai ISP tertinggi jika dibandingkan dengan negara lainnya. Negara yang memiliki nilai ISP paling tinggi adalah Mexico (0,61), sedangkan negara yang memiliki nilai ISP yang paling rendah adalah Argentina (-0,43). Berdasarkan rentang klasifikasi

ISP, Mexico dan Indonesia berada pada tahap pematangan/pendewasaan, Argentina berada pada tahap pengenalan, dan Brazil berada pada tahap perluasan ekspor.

Gambar 4. Hasil Nilai ISP Mobil Negara-Negara Eksportir Utama di Amerika



Sumber: TradeMap, 2024 (diolah)

Pada gambar 4 terlihat perbedaan performa antar negara, dimana Brazil mengalami peningkatan signifikan dari posisi negatif pada tahun 2014 yang menunjukkan dominasi impor menjadi positif pada mulai tahun 2016 menunjukkan peralihan Brazil menjadi negara eksportir. Namun, setelah mencapai puncaknya pada tahun 2017, nilai ISP Brazil kembali menurun meskipun tetap berada di area positif yang berarti adanya penurunan daya saing ekspor. Sementara itu, Mexico dan Indonesia secara konsisten memiliki nilai ISP yang positif dan stabil selama periode 2014-2023. Tren ini menunjukkan bahwa Mexico dan Indonesia dapat memberikan keuntungan kompetitif dalam perdagangan internasional, membantu meningkatkan ekspor negara, dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Di sisi lain, Argentina memiliki nilai ISP yang terus berada di wilayah negatif, dengan titik terendah pada tahun 2019 (0,83), mencerminkan ketergantungan yang tinggi terhadap impor mobil. Meskipun begitu, terdapat perbaikan sejak tahun 2020 meskipun belum mencapai positif hingga 2023.

CONCLUSION

Selama kurun waktu pengamatan, yakni mulai dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2023, kinerja ekspor mobil Indonesia di pasar Amerika Latin disimpulkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan melihat nilai RCA, Indonesia tercatat memiliki nilai RCA tertinggi dan melebihi nilai 1. Keunggulan kompetitif mobil Indonesia juga menepati nilai tertinggi yang mencerminkan kemampuan yang kuat untuk bersaing dan memiliki potensi yang di pasar Amerika Latin. Berdasarkan rata-rata nilai ISP mobil pada Indonesia bernilai positif yang berarti Indonesia memiliki tingkat spesialisasi yang tinggi dalam produksi dan ekspor mobil. Pada nilai ISP juga menunjukkan bahwa Indonesia berada pada tahap pematangan/pendewasaan dengan nilai rata-rata 0,49. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk terus meningkatkan daya saing ekspor mobilnya sehingga dapat memperkuat posisinya sebagai pemain utama di pasar Amerika Latin.

REFERENCES

Amanda, S., & Rosiana, N. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Internasional.

- Agribios*, 21(1), 25. <https://doi.org/10.36841/agribios.v21i1.2807>
- CEIC Data. (2020). *Brazil's Automotive Sector Poised for Strong Growth*. <https://info.ceicdata.com/brazil-automotive-sector-poised-for-strong-growth>
- Dwitama, A. G., Darsono, & Fajarningsih, R. U. (2022). Analisis Kinerja Perdagangan Dan Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia Di Pasar Internasional Periode 2010-2019. *Agrista*, 10(2), 43–53.
- Gaikindo. (2021). *Pemerintah: Otomotif salah Satu Produk Andalan Ekspor Indonesia*. <https://www.gaikindo.or.id/pemerintah-otomotif-salah-satu-produk-andalan-ekspor-indonesia/>
- Kemenko Perekonomian. (2018). Pemerintah Luncurkan Making Indonesia 4.0.
- Kementrian Perdagangan. (2018). Tingkatkan Hubungan Dagang Indonesia-Amerika Latin dan Karibia, Mendag Ajak Pengusaha Eksplorasi Potensi Bisnis. *Optimalkan Pemanfaatan SRG Di Sektor Perikanan, Kementerian Perdagangan Bersama Kementerian Kelautan Dan Perikanan (KKP) Lepas Ekspor Ikan Tuna Ke Korea Selatan*, 5, 6–8.
- Mulya Tarmidzi, M., & Rahayu, D. (2021). Analisis Daya Saing Produk Ekspor Indonesia Ke Tiongkok. *Ad Diwan*, 1(1), 15–22. <https://doi.org/10.51192/ad.v1i01.133>
- Muslika, R., & Tamami, N. D. B. (2019). Daya Saing Komoditas Ekspor (Karet) Indonesia Ke China. *Agriekonomika*, 8(2), 194–205. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i2.5426>
- Nurchayani, M., & Salqaura, S. S. (2023). Analisis Kinerja Ekspor Minyak Atsiri Indonesia Di Pasar Internasional. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i1.11771>
- Patone, C. D., Kumaat, R. J., & Mandei, D. (2020). Analisis Daya Saing Ekspor Sawit Indonesia Ke Negara Tujuan Ekspor Tiongkok Dan India. *Jurnal Berkah Ilmiah Efisiensi*, 20(3), 22–32. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/30423>
- Purba, B. (2020). *Jurnal Humaniora*. 4(2), 244–255.
- Salvatore, D. (2020). Growth and trade in the United States and the world economy: Overview. *Journal of Policy Modeling*, 42(4), 750–759. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.03.001>
- Sapto, Marwanti, S., Hastuti, D., & Fachriyani, H. A. (2024). *Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021 Sapto1?*, 3, 57–65.
- Yuni, R., & Hutabarat, Lanova, D. (2021). DAMPAK PERDAGANGAN INTERNASIONAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA PADA TAHUN 2009-2019. *Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Pada Tahun 2009-2019*, 10(1), 62–69.