

**JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI INDUSTRI PETERNAKAN**

**ANALISIS DAYA SAING EKSPOR PRODUK SUSU INDONESIA DAN MALAYSIA**

**Rama Azhari<sup>a</sup>, Dian Retno Intan<sup>a\*</sup>, Mohd Zaffrie<sup>b</sup>**

<sup>a</sup>Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Medan Sumatera Utara 20238 Indonesia

<sup>b</sup>Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risiko Pasaran dan Agribisnis Institut Penyelidikan Pertanian dan Kemajuan Malaysia

*Article history:*

Received: 26-03-2026

Revised: 20-05-2026

Accepted: 06-06-2026

Corresponding author:

Dian Retno Intan

Prodi Agribisnis Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: dianretno@umsu.ac.id

**ABSTRAK:** Susu merupakan produk hasil ternak bernilai biologis tinggi yang mengandung protein, lemak, karbohidrat, mineral, vitamin, dan air dalam komposisi yang relatif seimbang. Peningkatan peran strategis komoditas susu dalam ekspor subsektor peternakan Indonesia serta intensifikasi persaingan dengan Malaysia di pasar kawasan ASEAN menuntut evaluasi komprehensif terhadap daya saing kedua negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan keunggulan komparatif serta dinamika posisi pasar ekspor susu Indonesia dan Malaysia selama periode 2019–2023. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder tahunan dari Trade Map, World Bank, dan FAOSTAT, serta dianalisis menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing ekspor susu Indonesia dan Malaysia di pasar Brunei Darussalam, Hongkong, dan Singapura mengalami fluktuasi, di mana Indonesia cenderung menunjukkan keunggulan komparatif yang lebih stabil, terutama pada tahun 2023 dengan nilai RCA tinggi di Brunei Darussalam (41,35), Hongkong (1,21), dan Singapura (0,61), serta didukung posisi Rising Star pada analisis EPD yang mengindikasikan potensi pertumbuhan pasar. Sebaliknya, Malaysia mengalami penurunan keunggulan komparatif pada tahun yang sama, meskipun masih memiliki peluang peningkatan kinerja ekspor. Temuan ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing ekspor susu yang relatif lebih kuat dan prospektif dibandingkan Malaysia, sehingga diperlukan strategi berkelanjutan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar di kawasan ASEAN. Kata kunci: ASEAN; daya saing ekspor; EPD; produk susu; RCA

**ABSTRACT:** Milk is a livestock product of high biological value that contains protein, fat, carbohydrates, minerals, vitamins, and water in a relatively balanced composition. The growing strategic role of dairy products in Indonesia's livestock export sector, as well as intensifying competition with Malaysia in the ASEAN market, necessitates a comprehensive evaluation of the competitiveness of both countries. This study aims to analyze and compare the comparative advantages and market position dynamics of Indonesian and Malaysian milk exports during the 2019–2023 period. The methodology employed is a quantitative approach utilizing annual secondary data from Trade Map, the World Bank, and FAOSTAT, analyzed using the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Export Product Dynamics (EPD) methods. The results indicate that the export competitiveness of Indonesian and Malaysian dairy products in the markets of Brunei Darussalam, Hongkong, and Singapore fluctuated, with Indonesia tending to demonstrate more stable comparative advantages, particularly in 2023, with high RCA values in Brunei Darussalam (41.35), Hongkong (1.21), and Singapore (0.61), and supported by a "Rising Star" position in the EPD analysis, indicating market growth potential. Conversely, Malaysia experienced a decline in comparative advantage in the same year, although it still has opportunities for improved export performance. These findings suggest that Indonesia possesses relatively stronger and more promising dairy export competitiveness compared to Malaysia, thus requiring sustainable strategies to maintain and enhance its market position within the ASEAN region.

**Keywords:** ASEAN; dairy products; EPD; export competitiveness; RCA.

**PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan salah satu penopang utama kinerja ekspor Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap perolehan

devisa, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan struktur ekonomi nasional (Erlangga, 2023). Selama periode 2020–2024, kontribusi sektor ini mencapai rata-rata 11% atau setara

dengan hampir USD 36 miliar dari total ekspor nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) dan Kementerian Pertanian (2024), struktur ekspor pertanian didominasi oleh subsektor perkebunan, diikuti oleh peternakan, hortikultura, dan tanaman pangan. Dalam konteks ini, subsektor peternakan memiliki peran strategis tidak hanya dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani, tetapi juga sebagai sumber pertumbuhan ekspor melalui komoditas bernilai tambah tinggi, seperti susu dan produk olahannya (Triastutik & Daaspar, 2025). Selama periode 2020–2024, ekspor hasil ternak menunjukkan tren meningkat, dengan susu sebagai salah satu komoditas utama dengan kontribusi signifikan setelah lemak.

Ekspor pada sektor peternakan terdiri dari ekspor ternak hidup, hasil ternak, produk hewani non pangan, obat hewan dan benih/bibit. Selama kurun waktu 2020-2024, total volume ekspor hasil ternak menunjukkan tren peningkatan. Hasil ternak khususnya susu menjadi komoditas peternakan dengan volume tertinggi setelah lemak sebagaimana yang ditunjukkan oleh Tabel 2.

Susu merupakan produk hasil ternak dengan nilai biologis tinggi yang mengandung protein, lemak, karbohidrat, mineral, vitamin, dan air dalam komposisi yang relatif seimbang (Aulia & Roslina, 2023). Kandungan nutrisi tersebut menjadikan susu berperan penting dalam menjaga kesehatan dan produktivitas individu (Mustofa & Dasipah, 2022), serta memiliki keunggulan komparatif intrinsik dibandingkan produk peternakan lainnya (Sulistyo, 2025; Zulkifli & Nadiatur, 2024). Selain itu, susu dan produk turunannya memiliki peran strategis dalam peningkatan kualitas gizi dan kesejahteraan masyarakat (Arianty & Masyhura,

2019). Pada skala global, peningkatan permintaan susu dipicu oleh pertumbuhan penduduk, urbanisasi, peningkatan pendapatan, serta perubahan preferensi konsumsi menuju pangan bergizi tinggi (Meliana & Rohmawati, 2023). FAO (2024) mencatat bahwa konsumsi susu dunia mencapai 115–118 liter/kapita/tahun, yang mengindikasikan tingginya tekanan permintaan global terhadap komoditas ini.

Meningkatnya permintaan global tersebut mendorong intensifikasi perdagangan internasional produk susu dan memperketat persaingan antarnegara produsen, khususnya di kawasan *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) (Widianingrum & Septio, 2023). Brunei Darussalam, Singapura, dan Hongkong merupakan pasar potensial dengan tingkat konsumsi susu yang relatif tinggi, masing-masing sebesar 129,1 liter/kapita/tahun, 46,1 liter/kapita/tahun, dan 20,1 liter/kapita/tahun Anggraeni *et al.*, 2021; Badan Pusat Statistik, 2021). Tingginya ketergantungan terhadap impor di ketiga wilayah tersebut menjadikannya sebagai target utama ekspor bagi negara produsen regional, termasuk Indonesia dan Malaysia. Kondisi ini memunculkan persaingan langsung dalam memperebutkan pangsa pasar, sehingga menempatkan daya saing ekspor sebagai determinan kunci dalam mempertahankan dan memperluas posisi pasar (Putri *et al.*, 2024).

Meskipun berbagai studi telah mengkaji daya saing ekspor produk pertanian, sebagian besar penelitian oleh (Zulkifli & Nadiatur, 2024; Amani *et al.*, 2025) masih berfokus pada pengukuran keunggulan komparatif menggunakan indikator Tunggal seperti *Revealed Comparative Advantage* (RCA), sehingga cenderung bersifat statis dan belum

Tabel 1. Volume Ekspor Subsektor Pertanian Tahun 2020-2024 (Ton)

| No    | Sub Sektor     | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       | 2024*      |
|-------|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1     | Tanaman Pangan | 412.093    | 544.525    | 403.196    | 499.709    | 263.012    |
| 2     | Hortikultura   | 449.191    | 456.419    | 492.908    | 540.795    | 437.245    |
| 3     | Perkebunan     | 42.329.258 | 43.747.281 | 43.365.480 | 44.774.947 | 28.118.326 |
| 4     | Peternakan     | 527.195    | 554.876    | 494.539    | 470.061    | 356.277    |
| Total |                | 43.717.737 | 45.303.101 | 44.756.123 | 46.285.511 | 29.174.860 |

Keterangan : \*) Data tahun 2024 sampai Bulan September.

Sumber : BPS (2024) dan Kementerian Pertanian (2024)

Tabel 2. Volume Ekspor Hasil Ternak Tahun 2020-2024 (Ton)

| No           | Produk  | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024*   |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1            | Daging  | 41.606  | 49.579  | 49.356  | 44.109  | 47.391  |
| 2            | Susu    | 25.463  | 24.923  | 29.345  | 48.447  | 60.112  |
| 3            | Telur   | 4       | 4       | 51      | 716     | 2.327   |
| 4            | Madu    | 214     | 491     | 485     | 414     | 544     |
| 5            | Lemak   | 126.457 | 119.964 | 110.115 | 107.823 | 66.463  |
| 6            | Lainnya | 20.162  | 24.412  | 23.273  | 23.215  | 20.139  |
| <b>Total</b> |         | 213.906 | 219.373 | 212.625 | 224.724 | 196.976 |

Keterangan : \*) Data tahun 2024 sampai Bulan September.

Sumber : Kementerian Pertanian (2024)

mampu menangkap dinamika perubahan pangsa pasar secara temporal. Keterbatasan ini menyebabkan kurang optimalnya pemahaman terhadap keberlanjutan daya saing dalam konteks persaingan global yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan analisis RCA dan *Export Product Dynamics* (EPD), yang tidak hanya mengukur tingkat spesialisasi ekspor, tetapi juga mengevaluasi posisi dan pergerakan daya saing dalam siklus pertumbuhan pasar (Amani *et al.*, 2025).

Analisis difokuskan pada komoditas susu yang diklasifikasikan dalam kode Harmonized System (HS) 0401, yang mencakup susu segar, susu olahan, serta berbagai produk turunan lainnya. Data penelitian diperoleh dari Trade Map (untuk data ekspor, nilai perdagangan, dan pangsa pasar), World Bank dan Bank Indonesia (untuk indikator makroekonomi yang memengaruhi daya saing), serta FAOSTAT (untuk data produksi dan konsumsi global). Integrasi berbagai sumber data tersebut memungkinkan analisis yang lebih robust dalam mengevaluasi kinerja ekspor dan posisi kompetitif Indonesia dan Malaysia.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan daya saing ekspor produk susu Indonesia dan Malaysia di pasar utama kawasan ASEAN periode 2019–2023, serta mengidentifikasi posisi kompetitif, peluang pertumbuhan, dan implikasi strategis bagi penguatan kinerja ekspor di masa mendatang.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder berupa *time series* tahunan periode 2019–2023. Data

yang digunakan berbentuk nilai ekspor (US\$) produk susu Indonesia dan Malaysia ke tiga negara tujuan utama, yaitu Brunei Darussalam, Hongkong, dan Singapura. Pemilihan ketiga negara tersebut didasarkan pada tingkat konsumsi susu yang relatif tinggi serta ketergantungan terhadap impor, sehingga merepresentasikan pasar potensial dan kompetitif di kawasan ASEAN.

Produk yang dianalisis diklasifikasikan berdasarkan kode Harmonized System (HS) 0401 yang mencakup susu segar. Data ekspor dan pangsa pasar diperoleh dari Trade Map, data indikator makroekonomi seperti PDB dan nilai tukar diperoleh dari World Bank dan Bank Indonesia, sedangkan data produksi dan konsumsi susu global diperoleh dari FAOSTAT. Masing-masing sumber data digunakan secara komplementer untuk mendukung analisis daya saing dan dinamika pasar ekspor.

Analisis dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, menghitung nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengukur tingkat keunggulan komparatif ekspor susu Indonesia dan Malaysia pada masing-masing negara tujuan. Kedua, menghitung komponen *Export Product Dynamics* (EPD), yang meliputi pertumbuhan pangsa pasar dan pertumbuhan permintaan produk di pasar tujuan. Ketiga, memetakan hasil perhitungan ke dalam kuadran EPD untuk mengklasifikasikan posisi daya saing ke dalam kategori *rising star*, *falling star*, *lost opportunity*, atau *retreat*. Keempat, melakukan interpretasi komparatif antara Indonesia dan Malaysia untuk mengidentifikasi perbedaan posisi daya saing, peluang pasar, serta implikasi strategis terhadap kinerja ekspor. Hal ini sesuai dengan pernyataan Anggraeni & Winih (2023) dengan rumus sebagai berikut:

$$RCA = (X_{ij}/X_j) / (X_{iw}/X_w)$$

Keterangan:

$X_{ij}$  = Nilai ekspor komoditi susu Indonesia ke negara tujuan

$X_j$  = Nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan

$X_{iw}$  = Nilai ekspor komoditi susu dunia ke negara tujuan

$X_w$  = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan

Kriteria:

$RCA > 1$ , menyatakan bahwa produk-produk tersebut memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing kuat.

$RCA < 1$ , menyatakan bahwa produk-produk tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing lemah.

Selanjutnya, analisis *Teori Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk menilai tingkat kecocokan struktur ekspor suatu negara terhadap struktur impor negara tujuan, Paryadi & Eka (2023) dengan rumus:

Sumbu x = Pertumbuhan kekuatan bisnis atau pangsa pasar ekspor susu

$$\text{Sumbu } X = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{x_{ij}}{w_{ij}} t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \frac{x_{ij}}{w_{ij}} t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sumbu y = Pertumbuhan daya tarik atau pangsa produk

$$\text{Sumbu } y = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{x_t}{w_t} t \times 100\% - \sum_{t=1}^T \frac{x_t}{w_t} t - 1 \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

$X_i$  = Nilai ekspor komoditas susu Indonesia ke negara tujuan

$W_{ij}$  = Nilai ekspor komoditas susu dunia ke negara tujuan

$X_t$  = Nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan

$W_t$  = Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan

$T$  = Jumlah tahun analisis

Matriks posisi Power bersaing pada setiap kuadran dengan sumbu x sebagai pangsa pasar ekspor dan sumbu y sebagai pangsa pasar produk dapat dilihat pada Gambar 1.

1. **Rising Star** menggambarkan kondisi ketika suatu produk mengalami peningkatan pangsa pasar ekspor seiring dengan pertumbuhan pangsa pasar produk di negara tujuan. Posisi ini mencerminkan tingkat daya saing yang tinggi serta kemampuan produk untuk merespons dinamika permintaan pasar internasional secara efektif. Produk dalam kuadran ini memiliki prospek ekspor yang kuat dan layak diprioritaskan dalam strategi pengembangan dan ekspansi pasar.
2. **Falling Star** menunjukkan produk yang masih memiliki pangsa pasar ekspor relatif tinggi, namun berada pada pasar tujuan yang pertumbuhannya mengalami perlambatan atau penurunan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun produk masih kompetitif, keberlanjutan kinerja ekspor berpotensi terancam akibat melemahnya pasar tujuan. Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptif, seperti diversifikasi pasar atau peningkatan nilai tambah produk.
3. **Lost Opportunity** merepresentasikan situasi di mana pasar tujuan mengalami pertumbuhan, tetapi pangsa pasar ekspor produk justru menurun. Posisi ini mencerminkan ketidakmampuan produk dalam memanfaatkan peluang pasar yang tersedia secara optimal. Faktor-faktor seperti rendahnya efisiensi produksi, keterbatasan akses pasar, atau lemahnya strategi promosi dapat menjadi penyebab utama menurunnya kinerja ekspor pada kuadran ini.



Gambar 1. Matriks Posisi Daya Saing Dinamis Produk Ekspor (Nahdudiny *et al.*, 2022)

4. Retreat merupakan kondisi ketika produk mengalami penurunan pangsa pasar ekspor dan sekaligus berada pada pasar tujuan yang tidak berkembang. Posisi ini menunjukkan tingkat daya saing yang rendah serta prospek ekspor yang terbatas. Dalam kondisi ini, diperlukan evaluasi strategis secara menyeluruh untuk menentukan apakah ekspor produk tersebut masih layak dipertahankan atau perlu dialihkan ke pasar lain yang lebih potensial.

### HASIL

#### Perbandingan Posisi Daya Saing Ekspor Susu Indonesia dan Malaysia ke Negara Tujuan Berdasarkan RCA Tahun 2019-2023

Selama tahun 2019-2023, ekspor susu Indonesia dan Malaysia ke negara tujuan yaitu Brunei Darussalam dan Singapura rata-rata nilai RCA diatas 1, sedangkan Hongkong memiliki rata-rata nilai RCA dibawah 1. Hasil estimasi RCA ekspor susu Indonesia dan Malaysia ke negara tujuan ditunjukkan pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), daya saing ekspor susu Indonesia menunjukkan perbedaan pada setiap negara tujuan. Indonesia memiliki daya saing tertinggi di pasar Brunei Darussalam dengan nilai RCA mencapai 41,35 pada tahun 2023. Pasar Hongkong, nilai RCA Indonesia menunjukkan peningkatan dengan

capaian tertinggi sebesar 1,21 pada tahun 2023, sedangkan Malaysia mengalami penurunan dan tetap berada di bawah satu. Pasar Singapura, nilai RCA Indonesia selama periode 2019–2023 berada di bawah satu dengan kisaran 0,59–0,81, sementara Malaysia menunjukkan peningkatan hingga mencapai 1,38 pada tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat di pasar Brunei Darussalam dan mulai meningkat di pasar Hongkong, sedangkan Malaysia memiliki daya saing yang lebih baik di pasar Singapura.

#### Posisi Daya Saing Ekspor Susu Malaysia ke Negara Tujuan Berdasarkan Pangsa Pasar Ekspor, Pangsa Paasar Produk dan EPD Tahun 2019-2023

Analisis kinerja ekspor susu Indonesia dan Malaysia memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai tingkat daya saingnya di pasar internasional. Tabel 4 menyajikan data komprehensif yang mengevaluasi perbandingan posisi daya saing ekspor susu Indonesia dan Malaysia ke tiga negara tujuan utama yaitu Brunei Darussalam, Hongkong, dan Singapura selama periode 2019–2023. Analisis ini memanfaatkan indikator Evaluasi Potensi Daya Saing (EPD) yang menggambarkan potensi pertumbuhan ekspor di masing-masing negara tujuan.

Tabel 3. Perbandingan Posisi Daya Saing Ekspor Susu Indonesia dan Malaysia ke Negara Tujuan Tahun 2019-2023

| Importir          | Tahun | Hasil Uji RCA Indonesia | Hasil Uji RCA Malaysia |
|-------------------|-------|-------------------------|------------------------|
| Brunei Darussalam | 2019  | 20,95                   | 5,28                   |
|                   | 2020  | 27,71                   | 7,59                   |
|                   | 2021  | 26,73                   | 4,58                   |
|                   | 2022  | 23,70                   | 3,48                   |
|                   | 2023  | 41,35                   | 2,86                   |
| Hongkong          | 2019  | 0,02                    | 0,00                   |
|                   | 2020  | 0,17                    | 0,00                   |
|                   | 2021  | 0,20                    | 0,01                   |
|                   | 2022  | 0,07                    | 0,01                   |
|                   | 2023  | 1,21                    | 0,00                   |
| Singapura         | 2019  | 0,59                    | 0,34                   |
|                   | 2020  | 0,81                    | 0,96                   |
|                   | 2021  | 0,78                    | 1,16                   |
|                   | 2022  | 0,61                    | 1,23                   |
|                   | 2023  | 0,61                    | 1,38                   |

Sumber: Data Diolah dari Trade Map (2025)

Tabel 4. Perbandingan Posisi Daya Saing Ekspor Susu Indonesia dan Malaysia ke Negara Tujuan Tahun 2019-2023

| Importir          | Tahun | Indonesia                           |                                     |             | Malaysia                            |                                     |             |
|-------------------|-------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------|
|                   |       | Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%) | Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%) | Posisi EPD  | Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%) | Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%) | Posisi EPD  |
| Brunei Darussalam | 2019  | 13,57                               | 12,62                               |             | 13,27                               | 57,20                               |             |
|                   | 2020  | 31,65                               | 13,80                               | Rising star | 41,17                               | 94,29                               | Rising star |
|                   | 2021  | 4,01                                | 11,45                               |             | -41,64                              | 88,34                               |             |
|                   | 2022  | 49,96                               | 11,53                               |             | -8,11                               | 63,74                               |             |
|                   | 2023  | 81,58                               | 18,13                               |             | -0,97                               | 53,70                               |             |
| Hongkong          | 2019  | -99,31                              | 0,01                                |             | 43,91                               | 0,00                                |             |
|                   | 2020  | 1076,04                             | 0,19                                | Rising star | 117,93                              | 0,01                                | Rising star |
|                   | 2021  | -25,22                              | 0,31                                |             | 83,34                               | 0,02                                |             |
|                   | 2022  | -74,82                              | 0,31                                |             | -3,89                               | 0,02                                |             |
|                   | 2023  | 2317,05                             | 3,41                                |             | -95,76                              | 0,00                                |             |
| Singapura         | 2019  | 43,03                               | 2,67                                |             | 544,03                              | 1,90                                |             |
|                   | 2020  | 52,76                               | 2,68                                | Rising star | 211,66                              | 4,49                                | Rising star |
|                   | 2021  | -12,38                              | 2,61                                |             | 11,00                               | 5,74                                |             |
|                   | 2022  | -30,42                              | 2,30                                |             | -6,44                               | 7,35                                |             |
|                   | 2023  | 12,21                               | 2,36                                |             | 26,00                               | 9,15                                |             |

Sumber: Data Diolah dari Trade Map (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, pertumbuhan pangsa pasar ekspor susu Indonesia dan Malaysia menunjukkan perbedaan pada setiap negara tujuan selama periode 2019–2023. Pasar Brunei Darussalam, Indonesia mencatat pertumbuhan pangsa pasar terendah sebesar 4,01% pada tahun 2021 dan tertinggi sebesar 81,58% pada tahun 2023, sedangkan Malaysia mengalami penurunan hingga -41,64% pada tahun 2021 dan kembali menurun sebesar -0,97% pada tahun 2023. Pada pasar Hongkong, Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan pangsa pasar sebesar -25,22% pada tahun 2021, kemudian meningkat sangat tinggi menjadi 2.317,05% pada tahun 2023. Sebaliknya, Malaysia mencatat pertumbuhan sebesar 83,34% pada tahun 2021, namun mengalami penurunan tajam sebesar -95,76% pada tahun 2023. Pasar Singapura, Indonesia mencatat pertumbuhan pangsa pasar sebesar -12,38% pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 12,21% pada tahun 2023,

sedangkan Malaysia mencapai 11,00% pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 26,00% pada tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang lebih kuat di Brunei Darussalam dan Hongkong, sementara Malaysia menunjukkan pertumbuhan yang lebih baik di pasar Singapura.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), daya saing ekspor susu ditentukan oleh kemampuan negara dalam mengoptimalkan nilai dan volume ekspor sesuai karakteristik pasar tujuan, yang dalam perspektif teori perdagangan internasional tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh efisiensi produksi, struktur industri, dan kemampuan memenuhi preferensi pasar global. Perbedaan kinerja antara Indonesia dan Malaysia mencerminkan variasi dalam

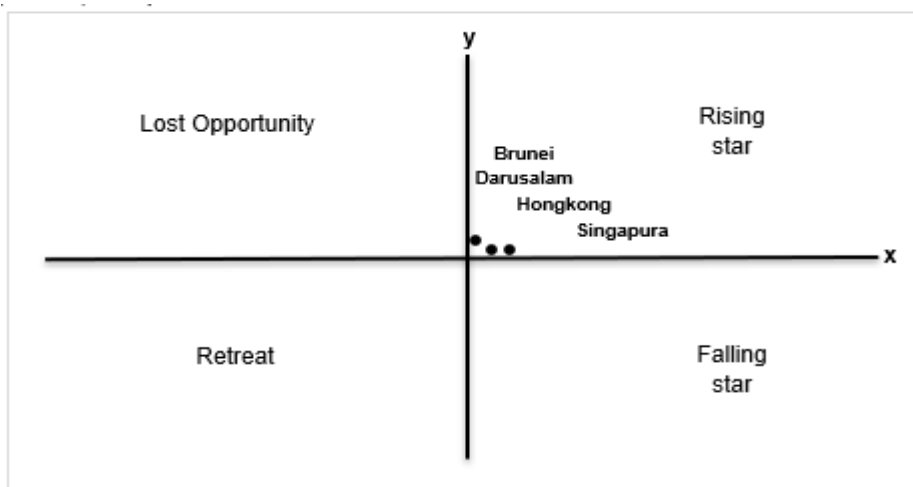
efisiensi rantai pasok serta strategi ekspor, dimana keunggulan Indonesia di pasar Brunei didukung oleh kedekatan geografis (*proximity to market*) yang menurunkan biaya logistik dan meningkatkan efisiensi distribusi, sehingga produk lebih kompetitif dari sisi harga serta mampu menjaga stabilitas pasokan pada pasar dengan standar yang relatif tidak terlalu kompleks. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah terhadap pengembangan industri susu domestik turut memperkuat kapasitas produksi dan keberlanjutan ekspor. Dengan demikian, keunggulan komparatif Indonesia tidak hanya berasal dari faktor produksi, tetapi juga dari efisiensi distribusi dan strategi penetrasi pasar yang tepat, yang sejalan dengan temuan Amtiran *et al.* (2025) bahwa daya saing ekspor sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi domestik, efisiensi rantai pasok, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar tujuan.

Sebaliknya, dominasi Malaysia di pasar Singapura menunjukkan adanya keunggulan dalam aspek efisiensi industri dan kualitas produk. Singapura dikenal sebagai pasar dengan standar kualitas yang tinggi dan persaingan yang ketat, sehingga hanya negara dengan sistem produksi yang efisien dan produk berkualitas yang mampu bertahan. Malaysia memiliki keunggulan dalam hal integrasi industri, teknologi pengolahan, serta dukungan kebijakan ekspor yang lebih terarah, sehingga mampu menghasilkan produk susu dengan kualitas yang konsisten. Selain itu, kedekatan geografis Malaysia dengan Singapura juga memberikan

keuntungan logistik yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing tidak hanya ditentukan oleh biaya produksi, tetapi juga oleh kemampuan memenuhi standar mutu dan preferensi konsumen di pasar tujuan (Suparmono *et al.*, 2022).

Dalam konteks pasar Hongkong, dinamika daya saing menunjukkan bahwa baik Indonesia maupun Malaysia masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi ekspor. Fluktuasi nilai RCA mencerminkan adanya ketidakstabilan dalam volume dan nilai ekspor, yang dapat disebabkan oleh perubahan permintaan pasar serta keterbatasan dalam adaptasi produk. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan daya saing di pasar Hongkong memerlukan strategi yang lebih fleksibel, termasuk diversifikasi produk dan peningkatan kualitas. Hal ini sejalan dengan penelitian (Amtiran *et al.*, 2025; Yanti & Widyastutik, 2012) yang menekankan pentingnya kebijakan ekspor yang adaptif dalam menghadapi dinamika pasar internasional.

Perubahan pangsa pasar ekspor turut memperkuat temuan bahwa daya saing bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh kemampuan negara dalam merespons pertumbuhan permintaan global. Fluktuasi pangsa pasar menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor tidak hanya bergantung pada kapasitas produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran, efisiensi distribusi, serta kemampuan menjaga hubungan dagang dengan negara tujuan. Dalam perspektif teori perdagangan, hal ini mencerminkan



Gambar 2. Matriks *Export Product Dynamics* (EPD) Ekspor Susu Indonesia dan Malaysia ke Negara Tujuan.

pentingnya keunggulan kompetitif yang bersifat dinamis, bukan sekadar keunggulan komparatif statis. Temuan ini konsisten dengan Farizqie *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa pangsa pasar merupakan indikator utama dalam menilai kinerja dan daya saing ekspor suatu negara.

Pada pasar Hongkong, pergeseran pangsa pasar menunjukkan adanya kompetisi yang semakin intens antarnegara eksportir. Ketidakstabilan pangsa pasar mencerminkan bahwa baik Indonesia maupun Malaysia belum sepenuhnya mampu mempertahankan posisi pasar secara konsisten. Hal ini berkaitan dengan faktor kualitas produk, diferensiasi, serta kemampuan inovasi yang masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, strategi peningkatan daya saing di pasar ini perlu difokuskan pada pengembangan produk yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen serta perluasan jaringan distribusi. Temuan ini sejalan dengan (Tan *et al.*, 2023) yang menekankan pentingnya inovasi dan diversifikasi pasar dalam menjaga keberlanjutan ekspor.

Sementara itu, pada pasar Singapura, fluktuasi pangsa pasar menunjukkan bahwa meskipun Malaysia cenderung lebih unggul, kedua negara tetap menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing secara berkelanjutan. Variasi kinerja ini mencerminkan perbedaan dalam efisiensi biaya produksi, konsistensi kualitas, serta strategi ekspor yang diterapkan. Oleh karena itu, peningkatan daya saing di pasar ini memerlukan penguatan pada aspek efisiensi industri, peningkatan kualitas produk, serta dukungan kebijakan ekspor yang lebih terintegrasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa daya saing ekspor dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, termasuk struktur industri, kedekatan pasar, kualitas produk, serta kebijakan perdagangan yang adaptif dan berorientasi pasar.

Berdasarkan Gambar 1, kinerja ekspor susu Indonesia dan Malaysia pada pasar Brunei Darussalam, Hongkong, dan Singapura berada pada kuadran *Rising Star* dalam analisis *Export Product Dynamics* (EPD). Posisi tersebut menunjukkan bahwa kedua negara mengalami pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang diikuti peningkatan permintaan produk pada negara

tujuan. Kondisi ini mencerminkan bahwa produk susu Indonesia dan Malaysia mampu mempertahankan keberadaan pasar sekaligus memperluas daya saing ekspornya pada kawasan tujuan utama. Pencapaian posisi *Rising Star* juga menunjukkan bahwa komoditas susu memiliki peluang ekspansi pasar yang masih terbuka serta prospek perdagangan yang relatif stabil selama periode pengamatan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pasar Brunei Darussalam dan Hongkong menjadi tujuan ekspor yang memberikan perkembangan positif terhadap peningkatan pangsa pasar produk susu Indonesia, sedangkan Singapura menunjukkan persaingan yang relatif seimbang antara Indonesia dan Malaysia (Feng *et al.*, 2023).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Anggraeni & Winih (2023) yang menyatakan bahwa posisi *Rising Star* dalam analisis EPD mencerminkan produk ekspor yang memiliki pertumbuhan kompetitif tinggi pada pasar internasional. Penelitian sebelumnya oleh Amtiran *et al.* (2025) juga menunjukkan bahwa peningkatan pangsa pasar ekspor susu dipengaruhi oleh kemampuan negara eksportir dalam menjaga kontinuitas pasokan, kualitas produk, serta stabilitas perdagangan pada negara tujuan. Selain itu, keberadaan produk pada kuadran *Rising Star* menandakan bahwa komoditas memiliki tingkat penerimaan pasar yang baik dan mampu beradaptasi terhadap perubahan permintaan global. Temuan penelitian ini memperkuat hasil studi sebelumnya yang menjelaskan bahwa negara dengan pertumbuhan ekspor positif cenderung memiliki peluang lebih besar dalam memperluas jaringan perdagangan internasional dan meningkatkan posisi daya saing pada pasar regional maupun global.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pertama mengenai perbandingan daya saing ekspor produk susu Indonesia dan Malaysia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang relatif lebih stabil dibandingkan Malaysia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang tinggi, khususnya pada pasar Brunei Darussalam yang mencapai 41,35 pada tahun 2023. Selanjutnya, rumusan masalah kedua



terkait posisi kompetitif dan peluang pertumbuhan pasar menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi rising star berdasarkan analisis *Export Product Dynamics* (EPD), yang mengindikasikan adanya peluang pertumbuhan pasar yang signifikan. Sementara itu, Malaysia cenderung mengalami penurunan daya saing, meskipun masih memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja ekspornya. Dengan demikian, Indonesia memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat dalam ekspor produk susu, serta peluang strategis yang dapat dioptimalkan untuk memperkuat kinerja ekspor di masa mendatang. Temuan ini sekaligus memberikan implikasi bahwa Indonesia perlu memanfaatkan keunggulan kompetitif tersebut melalui strategi peningkatan kualitas produk, efisiensi rantai pasok, dan ekspansi akses pasar agar mampu mempertahankan dan memperkuat posisinya di pasar internasional, sedangkan Malaysia perlu melakukan penyesuaian strategi ekspor secara lebih adaptif dan terarah guna meningkatkan kembali daya saingnya. Selain itu, implikasi akademis dari penelitian ini menunjukkan pentingnya kajian lanjutan yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor determinan daya saing ekspor, seperti kebijakan perdagangan, struktur biaya produksi, dan daya saing harga, guna menghasilkan rekomendasi yang lebih tepat sasaran dalam pengembangan ekspor komoditas susu di kawasan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Yann, M., & Alfons, O. L. (2017). Measuring and Explaining Multi-Directional Inefficiency in the Malaysian Dairy Industry. *British Food Journal*, 119(12), 2788–2803.
- Amani, Z. N., Ilham, R., Michelle, W. E., Sefa, I. K., Ardana, F. P., Radja, S. A., Hega, B. P. P., & Muthia, A. (2025). Diversifikasi Produk Olahan Susu sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ktt Rejeki Lumintu. *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 739–751.
- Amtiran, C. P. K., Ali, O. A., Khairil, A. N., Laily, N. A. M., & Indahwati. (2025). Dinamika Produksi Susu Nasional: Interaksi Antara Populasi Sapi Perah, Impor dan Ekspor Susu di Indonesia Tahun 2020-2024. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 13(3), 789–801.
- Anggraeni, D. A., & Winih, B. (2023). Analisis Revealed Comparative Advantage dan Export Product Dynamic Komoditas Lada Indonesia dan Vietnam. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 17(1), 111–132.
- Anggraeni, E. D., Syarif, I. H., & Indra, T. A. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal SEA*, 10(1), 41–49.
- Arianty, N., & Masyhura, M. D. (2019). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 257–264.
- Aulia, J., & Roslina, A. (2023). Identifikasi *Escherichia coli* dan *Aspergillus* sp pada Produk Pasteurisasi Susu Sapi Kemasan. *Jurnal Implementa Husada*, 4(3), 195–203.
- Badan Badan Pusat Statistik. (2021). *Konsumsi Susu Indonesia 2021*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2023). *Impor Susu Indonesia Turun Sepanjang 2024, Selandia Baru Masih Jadi Sumber Utama*. Pertanian.Go.Id. <https://bvetsubang.ditjenpkh.pertanian.go.id/berita/impor-susu-indonesia-turun-sepanjang-2024-bps-selandia-baru-masih-jadi-sumber-utama>
- BPS. (2024). *Data Ekspor Impor Nasional Tahun 2024*. Badan Pusat Statistik. [https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjAyNCMx/ekspor-ikan-segar-dingin-hasil-tangkap-menurut-negara-tujuan-utama--2012-2023.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjAyNCMx/ekspor-ikan-segar-dingin-hasil-tangkap-menurut-negara-tujuan-utama--2012-2023.html?utm_source=chatgpt.com)
- Erlangga, K. A. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Produk Kentang Indonesia terhadap Pasar Asean. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 1840–1855.
- Faghiri, H., Zulkornain, Y., Mohdshahwahid, H. O., & Steven, E. K. (2019). Structural Analysis of Factors Affecting Dairy Cattle Industry Development in Malaysia. *Review of Politics and Public Policy in Emerging Economies*, 1(1), 23–42.
- Faghiri, H., Zulkornain, Y., Steven, E. K., Mohdshahwahid, H. O., & Zainalabidin, M. (2019). Factors Influencing The Dairy Industry Development and Milk Production

- Level in Malaysia: a Hybrid Approach of Coding and Theme Development. *International Journal of Modern Trends in Business Research*, 2(10), 34–51.
- FAO. (2021). *Food and Agriculture Organization of The United Nations*. Fao.Org.  
<https://www.fao.org/faostat/en/#compare>
- FAO. (2024). *Milk Excluding Butter*. Fao.Org.  
<https://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS>
- Farizqie, B. S. F. A., Wiludjeng, R., & Suryani, N. (2020). Analisis Risiko Produksi Usahaternak Sapi Perah pada Kelompok Tani Ternak di Kecamatan Getasan Semarang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 18(2), 191–203.
- Feng, Z., Peng, J., & Guiping, L. (2023). Investment Decision of Blockchain Technology in Fresh Food Supply Chains Considering Misreporting Behavior. *International Journal Sustainability*, 15(7421), 1–19.
- Kementerian Pertanian. (2023). *Statistik Konsumsi Pangan*. Pertanian.Go.Id.  
[https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku\\_Statistik\\_Konsumsi\\_Pangan\\_2023.pdf](https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statistik_Konsumsi_Pangan_2023.pdf)
- Kementerian Pertanian. (2024). *Statistik Makro Sektor Pertanian 2024*. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian.  
[https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku\\_Statistik\\_Makro\\_2024.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statistik_Makro_2024.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- Meliana, D. A., & Rohmawati, O. N. (2023). Literature Review: Analisis Usaha Peternakan Sapi Perah di Eks Keresidenan Kediri Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Perternakan Halu Oleo*, 5(3), 246–251.
- Mustofa, A. R., & Dasipah, E. (2022). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi dan Manajerial Tatakelola Peternakan Terhadap Keberhasilan Usaha Ternak Sapi Perah. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 766–777.
- Nahdudiny, Rahmanta, & Lindawati. (2022). Analisis Daya Saing Teh dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Teh Provinsi Sumatera Utara, Indonesia di Pasar Malaysia. *Jurnal Agro Bali*, 8(1), 32–45.
- Paryadi, D., & Eka, C. (2023). Potensi Ekspor Produk Serta Dampak Liberalisasi Perdagangan Indonesia ke Arab Saudi sebagai Pintu Masuk ke Negara Gulf Cooperation Council (GCC). *Journal of Trade Development and Studies*, 7(2), 121–133.
- Putri, H. H., Mohammad, K. S. A., Siti, A. N. H., & Muhammad, T. A. (2024). Strategi Inovatif Pemerintah dalam Meningkatkan Daya Saing Nasional dan Mencapai Keseimbangan Pasar yang Berkelanjutan. *Journal Sains Student Reasearch*, 2(1), 425–434.
- Sangode, B. P. (2025). Dairy 4.0: Embracing Digital Technology for Sustainable Farming: A Review. *Asian Journal of Dairy and Food Research*, 44(2), 169–178.
- Sulistyo, W. (2025). Peran Peternakan Digital dalam Mendukung Efisiensi Produksi Ternak. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Hewani*, 4(1), 108–115.
- Suparmono, Edi, S., & Fauzan, I. (2022). Determining Competitiveness of Indonesian Export Commodities using Revealed Comparative Analysis. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(1), 66–80.
- Tan, J., Yicheng, H., Xiaoyi, L., Yilin, X., Jiayin, C., & Mengya, L. (2023). An analysis on market potential of Chinese dairy products under the background of RCEP. *International Conference on Higher Education, Culture and Business*.
- Triastutik, A. H., & Daaspar. (2025). Analisis Peluang dan Tantangan Perdagangan Produk Peternakan (Studi Kasus Perdagangan Indonesia dengan Vietnam). *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 22(2), 1–8.
- Widianingrum, D. C., & Septio, R. W. (2023). Peran Peternakan dalam Mendukung Ketahanan Pangan Indonesia: Kondisi, Potensi, dan Peluang Pengembangan. *National Multidisciplinary Sciences*, 2(3), 285–291.
- Yanti, L., & Widyastutik. (2012). Daya Saing Produk Turunan Susu Indonesia di Pasar Dunia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisni*, 9(3), 183–193.

Yuliandri, L. A., Ulfa, I. L. R., Dini, W. W., Rachmat, S., Oki, I., & Aaf, F. (2023). Meningkatkan Persepsi Remaja Terhadap Susu Melalui Edukasi Kandungan Gizi Susu di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 795–801.

Zulkifli, N. S. M., & Nadiatur, A. Z. (2024).

Kajian Polimorfisme Nukleotida Tunggal (SNP) dalam Gen Prolaktin (PRL) pada Lembu Tenusu di Pahang dan Melaka. *Semarak Proceedings of Natural and Environmental Sciences*, 1(1), 57–62.