



Vol. 4 No. 2

Edisi: Juli – Desember 2024

KEPEMIMPINAN DIGITAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA ORGANISASI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) LANDMARK KOTA BANDA ACEH

Febyolla Presilawati, Muhammad Abian, Muhammad Qabri 598 – 617

ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, KEMUDAHAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE SYARIAH

Ismail, Mufti Alam Adha, Pribawa E. Pantas 618 – 630

EVALUASI PERDAGANGAN KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL: ANALISIS BERDASARKAN TRADE DEPENDENCE INDEX (TDI)

Vaudhan Fuady, Nova Suryani 631 – 641

TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DI BANDA ACEH: PERAN KEWIRAUSAHAAN TEKNOLOGI DAN NEW TECHNOLOGY- BASED FIRMS

Muhammad Jaka Wiratama, Aida Fitri, Muhammad Andi 642 – 648

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, TEKANAN KERJA, DISIPLIN KERJA DAN TRANSFORMASI DIGITAL 5.0 TERHADAP KINERJA PEGAWAI UPTD BALAI LATIHAN KERJA KOTA BANDA ACEH

Febyolla Presilawati, Zahrul Maizi, Putroe Hemalyana Rizkye 649 – 656



DEWAN REDAKSI

PEMBINA

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Wakil Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Penanggungjawab:

Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Muhammadiyah Aceh

Managing Editor

Devi Kumala, S.Si, M.T.

Editor in Chief

Melvi Havizatun, S.E., M.M

Reviewer:

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. Dr. Dwi Cahyono, M.Si.Akt. | (Univ. Muhammadiyah Jember) |
| 2. Dr. H. Aliamin, SE, M.Si, Ak | (Univ. Syiah Kuala) |
| 3. Drs.Tarmizi Gadeng, M.Si. MM | (Univ. Muhammadiyah Aceh) |
| 4. Munawir, S.T., M.T. | (Univ. Serambi Mekkah) |
| 5. Rusli, S.ST, M.T. | (Politeknik Negeri Lhokseumawe) |

Staf Editing

Kiki Putri Amelia, S.E., M.M.

Riwanul Nasron, S.T., M.T.

Keuangan

Abrar Habiby, S.Si

Ahmad Hamdani, S.E.

Diterbitkan oleh:
Program Studi Bisnis Digital
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91 DesaBatoh
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh



SEKAPUR SIRIH

REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk text book yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang Bernama BIDIG: Jurnal BIsnis DIGital. Kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu bisnis digital bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

Dr. Aslam Nur., M.A



SEKAPUR SIRIH
DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan kemudian sampai saat ini telah dibuka Program Studi Bisnis Digital dengan Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 918/KPT/I/2019 tanggal 3 Oktober 2019.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Program Studi Bisnis Digital membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan BIDIG: Jurnal Bisnis DIGital dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha Nomor 40 Tahun 2020 yang diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Bisnis Digital Volume 4 No.1 Edisi Januari-Juni 2024 ini bisa terbit untuk pertama kalinya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Bisnis Digital se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Bisnis Digital. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu bisnis digital.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Bisnis Digital yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua.

Dekan

Drs. Tarmizi Gadeng, SE.,M.Si, MM



DAFTAR ISI

Dewan Redaksi	
Sekapur Sirih Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh	
Sekapur Sirih Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha	
Daftar Isi	
Pedoman Penulisan	

ARTIKEL

KEPEMIMPINAN DIGITAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA ORGANISASI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) LANDMARK KOTA BANDA ACEH <i>Febyolla Presilawati, Muhammad Abian, Muhammad Qabri</i>	598 – 617
ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, KEMUDAHAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE SYARIAH <i>Ismail, Mufti Alam Adha, Pribawa E. Pantas</i>	618 – 630
EVALUASI PERDAGANGAN KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL: ANALISIS BERDASARKAN TRADE DEPENDENCE INDEX (TDI) <i>Vaudhan Fuady, Nova Suryani</i>	631 – 641
TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DI BANDA ACEH: PERAN KEWIRAUSAHAAN TEKNOLOGI DAN NEW TECHNOLOGY-BASED FIRMS <i>Muhammad Jaka Wiratama, Aida Fitri, Muhammad Andi</i>	642 – 648
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, TEKANAN KERJA, DISIPLIN KERJA DAN TRANSFORMASI DIGITAL 5.0 TERHADAP KINERJA PEGAWAI UPTD BALAI LATIHAN KERJA KOTA BANDA ACEH <i>Febyolla Presilawati, Zahrul Maizi, Putroe Hemalyana Rizkye</i>	649 – 656



PEDOMAN PENULISAN

BENTUK NASKAH

Jurnal Bisnis Digital (BIDIG) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*research paper*) atau artikel ulasan (*review*) dan resensi buku (*book review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

CARA PENGIRIMAN NASKAH

Author melakukan registrasi pada system Electronic Journal (eJournal) di alamat <http://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/bidig>. Setelah registrasi sukses, author diperbolehkan mengirimkan artikelnya didalam eJournal. Kemudian artikel akan di review oleh reviewer yang mempunyai kompetensi dan keahlian di bidang yang sesuai. Artikel yang dikirimkan melalui email pribadi maupun email institusi pengelola jurnal tidak akan dilayani.

FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 10 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah dibuat dalam bentuk 1 kolom. Abstrak boleh dibuat dalam 2 bahasa yaitu Bahasa Inggris dan atau Bahasa Indonesia. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. TEORI



III. METODE

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, materi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

IV. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap hasil penelitian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

III. KESIMPULAN DAN SARAN

C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku

Naskah diketik di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 10 s/d 15 halaman, dengan spasi 1,5. Naskah dilengkapi dengan:

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote* atau *sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut:
Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

Daftar pustaka

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.



EVALUASI PERDAGANGAN KAKAO INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL: ANALISIS BERDASARKAN *TRADE DEPENDENCE INDEX (TDI)*

¹Vaudhan Fuady, ²Nova Suryani
(^{1,2} Universitas Syiah Kuala)

*Korespondensi: vaudhanfuady@usk.ac.id)

Abstrak

Perdagangan kakao merupakan salah satu sektor strategis bagi perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap devisa negara dan pembangunan agribisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional menggunakan indikator *Trade and Economy*, dengan fokus pada *Trade Dependence Index (TDI)*. Data yang digunakan adalah data sekunder dari periode 2013-2022 yang diperoleh dari sumber resmi seperti UN Comtrade, Trade Map, *World Development Indicators (WDI)* dan FAOStat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai TDI kakao Indonesia sebesar 0,17, lebih rendah dibandingkan dengan Pantai Gading (8,84), Ghana (3,68), Ekuador (0,81) dan Kamerun (1,61). Rendahnya nilai TDI ini menunjukkan bahwa perdagangan kakao belum menjadi sektor utama dalam perekonomian Indonesia, meskipun memiliki potensi besar sebagai produsen kakao terbesar ketiga di dunia. Faktor-faktor seperti rendahnya produktivitas, kurangnya diversifikasi produk olahan, dan kebijakan perdagangan menjadi kendala utama. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan mutu biji kakao, diversifikasi produk olahan, dan perluasan pasar internasional sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing kakao Indonesia di pasar global.

Keywords: kakao; daya saing; perdagangan internasional; trade and economy; *Trade Dependence Index*

1. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan salah satu upaya suatu negara untuk mengatasi masalah perekonomian. Salah satu dari banyak keuntungan yang dapat diperoleh suatu negara dari melakukan perdagangan dengan negara lain adalah memungkinkan negara tersebut untuk berspesialisasi dalam menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang lebih rendah, baik dari segi biaya, bahan, maupun proses produksi. Keuntungan dari spesialisasi adalah suatu negara akan melakukan impor untuk memenuhi kebutuhannya ketika mereka kekurangan komoditas tertentu. Sebaliknya, jika suatu negara memiliki potensi untuk menyediakan komoditas tertentu, negara tersebut akan melakukan ekspor. Ekspor hasil komoditi mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, menjadikannya salah satu negara yang sangat aktif dalam perdagangan internasional.

Keunggulan Indonesia sebagai negara agraris, peran sektor pertanian dan agribisnis dapat menjadi alat dalam pembangunan perekonomian nasional. Pertanian merupakan salah satu sektor yang penting di Indonesia, hal ini terlihat dari peranan sektor pertanian terhadap penyediaan lapangan kerja, penyediaan pangan, serta penyumbang devisa melalui ekspor dan sebagainya. Salah satu sub sektor di sektor pertanian adalah sub sektor perkebunan. Sub sektor ini semakin penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional. Pada sub sektor perkebunan terdapat banyak komoditas yang ditawarkan dan menjadi pilihan ekspor ke negara-negara lain, baik negara-negara maju maupun negara-negara berkembang.

Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan salah satu komoditas unggul sub sektor perkebunan. Komoditas kakao berperan sebagai sumber devisa negara yang memberikan kontribusi yang begitu penting dalam struktur perekonomian di Indonesia. Kakao Indonesia sudah termasuk dalam komoditas andalan dalam kegiatan ekspor Indonesia karena selain komoditas ini memiliki keunggulan komparatif, kakao Indonesia juga memiliki beberapa kelebihan antara lain cita rasa biji kakao Indonesia yang tinggi serta biji kakao Indonesia tidak mudah meleleh sehingga cocok bila dipakai untuk blending atau sebagai bahan campuran. Sejalan dengan keunggulan tersebut, peluang pasar kakao Indonesia terbuka luas baik untuk ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dengan kata lain, potensi untuk menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka.

Indonesia merupakan negara produsen kakao ketiga terbesar di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Indonesia merupakan satu-satunya sepuluh besar penghasil kakao dunia di kawasan Asia khususnya Asia Pasifik. Peluang Indonesia menguasai pangsa pasar dunia khususnya kawasan Asia Pasifik cukup terbuka. Produksi kakao Indonesia tahun 2022 sebesar 641.741 ton dengan nilai produksi sebesar USD 954.867.000 (FAOStat, 2023). Pasar ekspor produk kakao berupa *cocoa butter* antara lain Amerika Serikat dan Eropa, sementara untuk *cocoa powder* atau bubuk coklat untuk pasar Asia Pasifik seperti Malaysia, Thailand, Jepang, India, dan Tiongkok.

Ekspor kakao didominasi dalam bentuk biji pada tahun 2010 (80 persen), dengan pangsa pasar Indonesia hanya 15%, dengan pangsa pasar produk olahan kakao (pasta,

butter, dan powder) hanya 6%. Berdasarkan Permenkeu Nomor 67/PMK.011/2010, Indonesia menerapkan kebijakan bea keluar ekspor kakao biji mulai tahun 2010 hingga 15%. Peraturan ini dimaksudkan untuk mendorong industri pengolahan kakao di dalam negeri, yang pada gilirannya akan meningkatkan ekspor produk olahan kakao memiliki daya saing. Akibatnya, ekspor kakao Indonesia pelan-pelan bergeser dari kakao biji ke produk kakao olahan. Sejak tahun 2011 terjadi perubahan komposisi ekspor kakao Indonesia, yaitu ekspor produk olahan meningkat, sedangkan kakao biji menurun. Sebagai contoh tahun 2023 nilai ekspor kakao olahan Indonesia dalam bentuk *powder and cake* sebesar USD 387.523.000 dan *Cocoa butter, fat and oil* sebesar USD 626.856.000 (FAOStat, 2023). Tren peningkatan ekspor kakao Indonesia dan peningkatan konsumsi kakao dunia menunjukkan bahwa potensi pasar kakao masih tinggi di pasar internasional.

Perkembangan kakao Indonesia di dunia dibandingkan dengan kemajuan produsen kakao negara lain yang lebih baik. Selama beberapa tahun, Indonesia mengeksport kakao ke berbagai negara, terutama negara di Eropa. Ekspor ini mencakup bukan hanya biji kakao, tetapi juga produk lain dari kakao, seperti lemak, bubuk, kulit, pasta, dan produk berbahan dasar kakao, seperti coklat. Meskipun ada kelebihan, kakao Indonesia masih mengalami beberapa masalah. Salah satunya adalah rendahnya produktivitas kebun karena hama penggerek pohon, kualitas kakao belum maksimal, dan pengembangan produk hilir dan hulu yang belum optimal. Selain itu, pemerintah kurang memperhatikan penyuluhan untuk petani kakao agar dapat menghasilkan produk yang baik.

Potensi kakao Indonesia di pasar dunia cukup menjanjikan dan berdaya saing. Untuk melihat sejauh mana posisi Indonesia dalam perdagangan kakao internasional maka dilakukan penghitungan indikator ekonomi. Posisi Indonesia selanjutnya dibandingkan dengan Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun sebagai negaranegara penghasil kakao terbesar di dunia. Kelima negara tersebut merupakan anggota The International Cocoa Organization (ICCO, 2008). ICCO merupakan wadah bagi produsen kakao dunia untuk merumuskan kebijakan kakao dunia dan menguntungkan antar anggota baik anggota eksportir maupun importir. Negara yang tergabung dalam ICCO menentukan arah kebijakan kakao dunia dipandang perlu untuk dikaji khususnya Indonesia dibandingkan dengan negara penghasil kakao lainnya. Dalam penulisan ini, kakao yang menjadi objek pengkajian yaitu *Cocoa and Cocoa Preparations* dengan kode HS 18.

Meskipun terjadi peningkatan pada ekspor produk olahan, Indonesia masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya produktivitas akibat serangan hama, kualitas produk yang belum konsisten, serta kurangnya dukungan terhadap pengembangan produk hilir. Perkembangan perdagangan kakao Indonesia dibandingkan negara kompetitor seperti Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun menunjukkan adanya peluang besar untuk meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas, diversifikasi produk, dan strategi pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis posisi perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional berdasarkan indikator ekonomi, terutama *Trade Dependence Index* (TDI), serta membandingkannya dengan Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun. Kajian ini penting untuk memahami sejauh mana kontribusi kakao dalam perekonomian Indonesia dan memberikan rekomendasi untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar global.

2. TEORI

2.1 Perdagangan Internasional dan Komoditas Kakao

Menurut Deliarnov (2010) perdagangan internasional adalah kegiatan perdagangan barang dan jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu Negara dengan Negara lain. Timbulnya perdagangan internasional di karenakan pada haikatnya tidak ada satupun Negara di dunia yang dapat menghasilkan semua barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dari segi ekonomi, social budaya, maupun politik sehingga mampu meningkatkan perekonomian didalam negeri. Perdagangan internasional memberikan manfaat dalam rangka memperoleh barang yang tidak diproduksi di dalam negeri, memperoleh keuntungan dari spesialisasi, memperluas pasar-pasar industry dalam negeri, dan meningkatkan pengguna teknologi modern untuk menambah produktivitas (Sadono Sukirno, 2016). Awal dari perdagangan internasional yaitu adanya perdagangan tenaga kerja dengan barang dan jasa lainnya, dasar dalam perdagangan internasional adalah adanya perdagangan barang dan jasa antar negara atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kuntungan. Terjadinya perdagangan ini apabila terdapat sebuah permintaan dan penawaran pada pasar internasional.

Perdagangan internasional memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi global karena memungkinkan negara-negara untuk mengakses pasar yang lebih luas dan memanfaatkan keunggulan komparatifnya (Chen et al., 2020). Kakao adalah salah satu komoditas yang memiliki peran signifikan dalam perdagangan internasional. Sebagai bahan baku utama untuk industri makanan, kosmetik, dan farmasi, kakao memberikan kontribusi besar terhadap devisa negara-negara produsen (Olajide & Adebayo, 2021).

Indonesia, sebagai produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana, memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasarnya di pasar internasional. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal, karena sebagian besar ekspor Indonesia masih dalam bentuk biji mentah dengan nilai tambah yang rendah (Yulianto et al., 2022).

2.2 Indikator Ekonomi Perdagangan Kakao

Analisis perdagangan kakao membutuhkan indikator ekonomi untuk mengevaluasi kinerja dan posisi suatu negara dalam pasar global. Beberapa indikator utama yang relevan adalah:

1. Trade Dependence Index (TDI)

TDI mengukur kontribusi perdagangan terhadap PDB suatu negara. Studi oleh Hasan dan Puspita (2021) menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki potensi besar,

nilai TDI untuk kakao masih rendah dibandingkan dengan negara-negara pesaing seperti Pantai Gading.

2. Export Propensity Index (EPI)

EPI mengukur proporsi PDB yang berasal dari ekspor. Menurut penelitian Putri dan Lestari (2022), nilai EPI kakao Indonesia mengalami peningkatan sejak diterapkannya kebijakan bea keluar pada tahun 2010. Namun, kontribusi kakao terhadap total ekspor masih relatif kecil.

3. Revealed Comparative Advantage (RCA)

RCA digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu produk di pasar global. Rifin et al. (2020) mencatat bahwa kakao Indonesia memiliki RCA yang lebih rendah dibandingkan negara-negara pesaing, meskipun tren RCA menunjukkan peningkatan setelah diperkenalkannya produk olahan seperti cocoa butter dan cocoa powder.

2.3 Trade Dependence Index (TDI)

TDI merupakan indikator penting yang mengukur tingkat keterbukaan ekonomi suatu negara terhadap perdagangan internasional (Hasan & Puspita, 2021). Dalam konteks perdagangan kakao, TDI memberikan gambaran sejauh mana perdagangan kakao berkontribusi terhadap PDB nasional. Studi oleh Olajide dan Adebayo (2021) menunjukkan bahwa nilai TDI yang rendah dapat mengindikasikan pembatasan perdagangan atau rendahnya daya saing di pasar internasional.

Indonesia memiliki TDI yang lebih rendah dibandingkan negara produsen kakao lainnya, seperti Pantai Gading. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan kakao belum menjadi pilar utama dalam struktur ekonomi Indonesia, meskipun potensinya sangat besar (Yulianto et al., 2022).

2.4 Daya Saing dan Mutu Kakao Indonesia

Kakao Indonesia dikenal memiliki keunggulan komparatif berupa cita rasa khas dan tekstur yang sesuai untuk blending dalam industri cokelat (Susanti et al., 2020). Namun, daya saing kakao Indonesia masih terhambat oleh beberapa faktor, antara lain; Rendahnya produktivitas perkebunan hal ini disebabkan karena sebagian besar kakao Indonesia dihasilkan dari perkebunan rakyat dengan teknologi pengelolaan yang masih tradisional (Haryanto & Nurhayati, 2021). Selain itu kualitas produk yang masih beragam disebabkan karena kurangnya standarisasi mutu kakao mengurangi daya saing di pasar internasional (Sari et al., 2022).

Peningkatan daya saing kakao perlu dilakukan. Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu peningkatan investasi dalam teknologi modern, peningkatan akses petani terhadap pelatihan, serta insentif untuk pengembangan produk olahan bernilai tambah tinggi (Setiawan et al., 2023).

2.5 Perbandingan dengan Negara Pesaing

Pantai Gading, sebagai produsen kakao terbesar dunia, menunjukkan tingkat efisiensi dan daya saing yang lebih tinggi dibandingkan Indonesia. Studi oleh Adomako et al. (2020) menunjukkan bahwa dukungan pemerintah melalui program pemantauan

mutu dan investasi infrastruktur menjadi kunci keberhasilan negara tersebut. Di sisi lain, negara meningkatkan ekspor produk olahan kakao meskipun produksi biji kakao domestiknya menurun dengan pengembangan industri pengolahan yang berorientasi ekspor (Yusof et al., 2022).

2.6 Strategi Pengembangan Perdagangan Kakao Indonesia

Untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar internasional, beberapa langkah strategis yang direkomendasikan adalah:

1. Peningkatan Mutu: Memberikan pelatihan kepada petani mengenai praktik pertanian yang baik (Good Agricultural Practices/GAP) dan pengelolaan pasca-panen (Haryanto & Nurhayati, 2021).
2. Diversifikasi Produk: Mengembangkan kapasitas produksi untuk menghasilkan produk olahan bernilai tambah tinggi seperti cokelat siap konsumsi dan bahan dasar kosmetik (Setiawan et al., 2023).
3. Ekspansi Pasar: Mengarahkan fokus ke pasar Asia Timur dan Timur Tengah yang memiliki permintaan tinggi terhadap produk olahan kakao (Susanti et al., 2020).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode komparatif untuk menganalisis dan mengevaluasi perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional berdasarkan indikator *Trade Dependence Index* (TDI). Pendekatan ini juga digunakan untuk membandingkan kinerja perdagangan kakao Indonesia dengan negara produsen kakao lainnya, yaitu Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun, yang dipilih secara purposive karena perannya sebagai produsen utama kakao dunia.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif meliputi nilai ekspor, impor, dan PDB Indonesia, Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun yang diperoleh dari portal data resmi seperti UN Comtrade, Trade Map, dan FAOStat. Data kualitatif mencakup kebijakan perdagangan dan hambatan non-tarif yang diambil dari dokumen pemerintah serta laporan tahunan *The International Cocoa Organization* (ICCO).

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan mengakses portal data perdagangan internasional, laporan resmi, dan jurnal ilmiah yang relevan. Teknik analisis data melibatkan perhitungan TDI menggunakan formula:

$$TDI = \frac{\text{Total Perdagangan (Ekspor + Impor)}}{PDB} \times 100$$

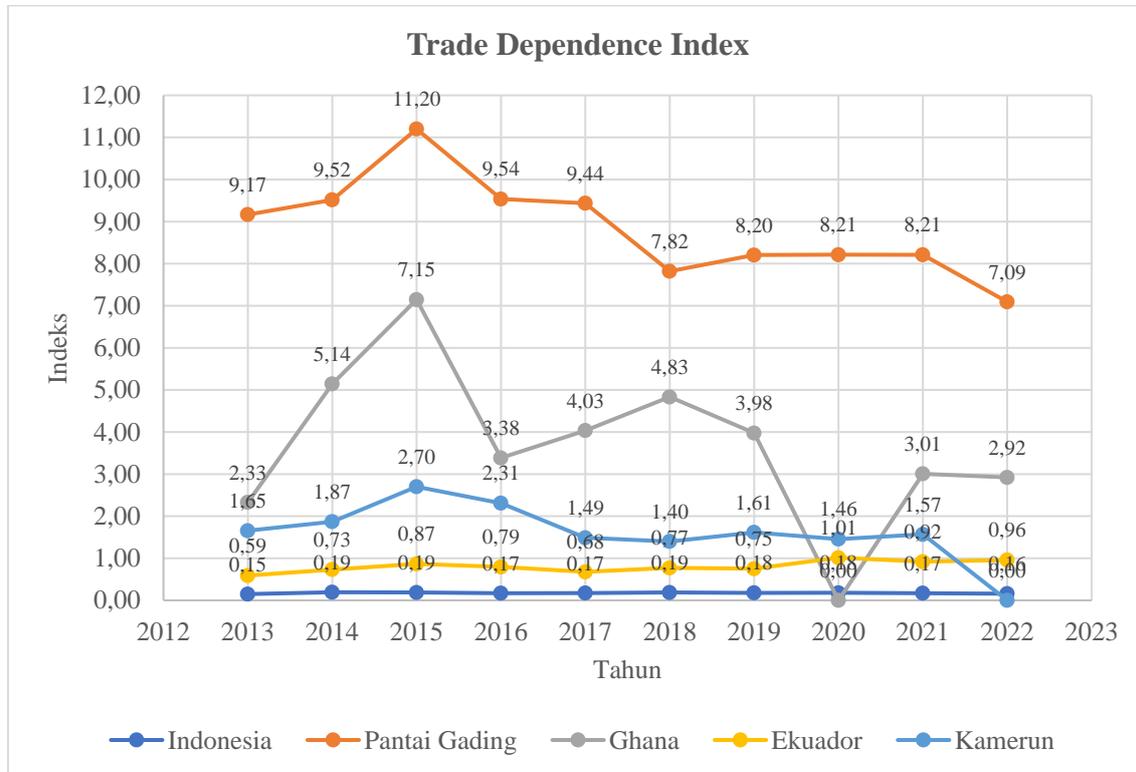
Analisis tren dilakukan untuk melihat perubahan nilai TDI Indonesia dalam periode 2013-2022 dan membandingkannya dengan Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun. Perbandingan antar negara divisualisasikan melalui tabel dan grafik untuk menunjukkan posisi perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional.

Validitas data dijamin dengan menggunakan sumber terpercaya, sementara reliabilitas data diperoleh melalui triangulasi dari beberapa sumber yang konsisten. Penelitian ini dibatasi pada analisis nilai TDI untuk periode 2013-2022, dengan unit analisis berupa perdagangan kakao Indonesia, baik dalam bentuk biji mentah maupun produk olahan seperti cocoa butter dan cocoa powder.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Trade dependence index (indeks keterbukaan) adalah ukuran pentingnya perdagangan internasional dalam ekonomi keseluruhan. Ini memberi indikasi tentang sejauh mana ekonomi terbuka untuk berdagang. Untuk menghitung nilai TDI yaitu nilai total perdagangan (impor dan ekspor) sebagai persentase dari PDB, sedangkan nilai TDI antara 0 dan $+\infty$.

Keterbukaan ekonomi ditentukan oleh sejumlah besar faktor, yang paling penting adalah pembatasan perdagangan seperti tarif, hambatan non-tarif, rezim, pertukaran mata uang asing, kebijakan non-perdagangan dan struktur ekonomi nasional. Bagian transaksi perdagangan dalam nilai tambah suatu negara adalah hasil dari semua faktor ini. Ada kemungkinan bahwa ekonomi terbuka dan liberal memiliki TDI yang relatif kecil, jika sebagian besar PDBnya diciptakan oleh aktivitas non-perdagangan yang didukung oleh pasar domestik. Ketergantungan perdagangan yang rendah dapat menunjukkan pembatasan perdagangan yang tinggi di negara tersebut atau terhadap negara tersebut di pasar luar negeri, atau keduanya.



Gambar 1. *Trade dependence index* Indonesia, Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun 2013 – 2022

Sumber: WDI, Trade Map dan UN Comtrade, 2023 (diolah)

Grafik indeks ketergantungan perdagangan kakao internasional menunjukkan perbedaan signifikan antara Pantai Gading dengan Indonesia, Ghana, Ekuador, dan Kamerun, dalam hal kontribusi kakao terhadap total perdagangan internasional masing-masing negara (Gambar 1). Pantai Gading secara konsisten berada di peringkat pertama, yang menunjukkan peran kakao sebagai komoditas ekspor utama negara tersebut. Sebagai contoh tahun 2015, dengan indeks tertinggi sebesar 11,20, yang disebabkan oleh peningkatan volume produksi kakao. Namun, tren menurun hingga 7,09 pada tahun 2022 karena pengaruh fluktuasi harga kakao global. Penurunan ini juga disebabkan oleh perubahan kebijakan ekspor dan tantangan dalam mempertahankan volume produksi yang tinggi akibat faktor alam, seperti perubahan iklim dan penyakit tanaman. Ghana sebagai salah satu produsen kakao terbesar dunia juga menunjukkan indeks tertinggi pada tahun 2015 sebesar 7,15. Setelah itu, terjadi penurunan bertahap hingga 2,92 pada tahun 2022. Perlu dicatat bahwa meskipun mengalami penurunan, kontribusi kakao terhadap perdagangan Ghana masih jauh lebih tinggi dibandingkan negara seperti Indonesia dan Kamerun.

Indonesia memiliki indeks ketergantungan perdagangan kakao yang jauh lebih rendah dibandingkan Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun dengan nilai berkisar antara 0,15 hingga 0,19 selama periode 2013 hingga 2022. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Indonesia adalah salah satu produsen kakao utama dunia, kakao bukan merupakan komoditas utama dalam struktur perdagangan internasionalnya. Diversifikasi ekonomi yang tinggi di Indonesia, dengan sektor unggulan seperti kelapa sawit, batubara, dan gas alam, membuat kakao hanya memberikan kontribusi kecil terhadap total ekspor. Selain itu, Indonesia lebih banyak berfokus pada pemrosesan kakao untuk pasar domestik daripada hanya mengekspor bahan mentah, yang dapat menurunkan ketergantungan pada perdagangan kakao internasional.

Ekuador yang dikenal dengan kualitas kakao spesialnya seperti kakao Arriba, memiliki indeks ketergantungan perdagangan yang sangat rendah, berkisar antara 0,59 hingga 1,01 selama periode 2013 – 2022. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan kakao internasional memainkan peran yang sangat kecil dalam struktur perdagangan total Ekuador. Rendahnya indeks ini mungkin disebabkan oleh diversifikasi ekspor Ekuador, seperti minyak bumi, pisang, dan udang, yang lebih mendominasi perdagangan internasionalnya. Meskipun demikian, kakao Ekuador memiliki nilai tambah tinggi dalam pasar *niche*, terutama untuk produk premium, sehingga kontribusi kecil ini dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan meskipun tidak terlihat dari indeks ketergantungan perdagangan. Kamerun memiliki indeks antara 1,40 hingga 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa, sebagai salah satu produsen kakao utama di dunia, perdagangan kakao memiliki peran signifikan dalam struktur ekonomi perdagangan Kamerun.

Indeks keterbukaan atau indeks ketergantungan perdagangan (TDI) komoditi kakao Indonesia lebih rendah dibanding Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun (Gambar 1). Rata-rata nilai TDI Indonesia dalam kurun waktu 2013 – 2022 sebesar 0,17

sedangkan Pantai Gading (8,84), Ghana (3,68), Ekuador (0,81) dan Kamerun (1,61). Perdagangan Indonesia baik ekspor maupun impor tidak memiliki tingkat ketergantungan tinggi terhadap perdagangan komoditi kakao. Perdagangan kakao Indonesia di pasar dunia belum memiliki dampak besar terhadap perdagangan produk Indonesia secara keseluruhan. Pantai Gading memiliki tingkat ketergantungan terhadap perdagangan kakao sangat tinggi dengan TDI mencapai 7,09 tahun 2022. Hal ini terjadi karena Pantai Gading merupakan produsen kakao terbesar dunia dan kakao menjadi sumber utama perekonomian negara tersebut. Tren indeks TDI selama kurun waktu 2013 – 2022 memiliki karakter yang sama antara negara. Ketika terjadi kenaikan indeks TDI maka kelima negara mengalami hal yang sama begitupun sebaliknya. Produksi kakao dalam negeri masing-masing diduga menjadi penyebab utama fluktuasi nilai TDI. Penurunan produksi mengakibatkan TDI juga ikut turun dan kenaikan produksi juga meningkatkan indeks TDI.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Trade Dependence Index* (TDI) kakao Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan negara pesaing utama seperti Pantai Gading, Ghana, Ekuador dan Kamerun. Selama periode 2013-2022, rata-rata TDI kakao Indonesia sebesar 0,17, jauh di bawah Pantai Gading (8,84), Ghana (3,68), Ekuador (0,81) dan Kamerun (1,61). Hal ini mencerminkan bahwa perdagangan kakao belum menjadi sektor utama dalam struktur ekonomi Indonesia. Meskipun memiliki keunggulan komparatif berupa cita rasa khas dan tekstur biji yang cocok untuk blending, kontribusi kakao terhadap PDB nasional masih rendah. Rendahnya nilai TDI juga dipengaruhi oleh produktivitas perkebunan yang belum optimal, kurangnya diversifikasi produk olahan, dan hambatan perdagangan seperti tarif ekspor biji kakao.

5.2. Saran

Untuk meningkatkan kontribusi kakao Indonesia di pasar internasional, diperlukan strategi peningkatan daya saing. Pertama, pemerintah perlu mendorong peningkatan mutu biji kakao melalui pelatihan kepada petani terkait praktik pertanian yang baik (*Good Agricultural Practices/GAP*) dan pengelolaan pasca-panen. Kedua, diversifikasi produk olahan perlu ditingkatkan dengan memfasilitasi investasi pada industri pengolahan kakao, sehingga menghasilkan produk bernilai tambah tinggi seperti cocoa butter dan cocoa powder. Ketiga, pemerintah perlu mengkaji ulang kebijakan perdagangan, khususnya bea keluar ekspor, agar mampu mendorong pertumbuhan ekspor produk olahan. Terakhir, perluasan pasar internasional ke kawasan Asia Timur dan Timur Tengah harus menjadi prioritas, mengingat permintaan terhadap produk kakao di kawasan ini terus meningkat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., Danso, A., & Ofori, D. (2020). Cocoa export dynamics in Ivory Coast: A perspective on global competitiveness. *African Journal of Business Research*, 12(1), 45-60.
- Chen, L., Zhang, W., & Liu, Y. (2020). Global trade and commodity prices: The case of cocoa. *Journal of International Economics*, 98(3), 112-124.
- Gilbert, J., & Mikic, M. (2007). *Trade statistics in policymaking*. Thailand: United Nations Publication.
- Haryanto, E., & Nurhayati, S. (2021). Analysis of cocoa farmer productivity in Indonesia. *Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 14(2), 71-83.
- Hasan, R., & Puspita, R. (2021). Trade dependence index of cocoa in Indonesia. *Journal of Trade and Development Studies*, 5(4), 102-114.
- International Trade Center. (2023). *ITC trade statistics for international business development*. <http://www.trademap.org/>. Diakses: 12 November 2023.
- Putri, L., & Lestari, N. (2022). Export propensity of Indonesian cocoa: Trends and challenges. *Journal of Agribusiness Economics*, 18(1), 89-97.
- Rifin, A., Farianti, A., & Suryana, A. T. (2014). Analisis perdagangan kakao Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Tanaman Industri dan Penyegar*, 1(1), 29-40.
- Rifin, A., Farianti, A., & Suryana, A. T. (2020). Comparative advantage analysis of Indonesian cocoa. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 11(3), 47-58.
- Sari, P., Widodo, E., & Utami, T. (2022). Quality issues in Indonesian cocoa exports: A policy review. *Journal of Indonesian Agronomy*, 22(1), 53-68.
- Setiawan, A., Pratama, R., & Wibisono, E. (2023). Strategic policies for cocoa development in Indonesia. *Journal of Development Policy*, 17(2), 25-39.
- Sukirno, Sadono. 2016. *Teori Pengantar Makro Ekonomi Edisi Ketiga*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Susanti, R., Kurniawan, I., & Salim, F. (2020). Enhancing cocoa competitiveness through product diversification. *Journal of Economic Development Studies*, 10(4), 12-20.
- The Food and Agriculture Organization. (2023). <https://www.fao.org/faostat/en/#data>. Diakses: 12 November 2023.
- The International Cocoa Organization. (2023). Membership of the International Cocoa Agreement. <https://www.icco.org/about-us/membership-of-the-icco.html>. Diakses: 12 November 2023.
- UN Comtrade Database. (2023). <http://comtrade.un.org/data/>. Diakses: 12 November 2023.
- World Bank. (2023). *World development indicator*. <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>. Diakses: 12 November 2023.

- Yulianto, E., Suharyono, & Utami, T.A. (2018). Analisis daya saing ekspor biji dan produk olahan kakao Indonesia (Periode Tahun 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(2), September 2018.
- Yusof, N. A., Wahab, R., & Hassan, M. (2022). Value-added cocoa products in Malaysia: Challenges and prospects. *Asian Journal of Business and Management*, 15(2), 33-42.