

ANALISIS PERBANDINGAN DAYA SAING EKSPOR SUSU DARI SWEDIA, PRANCIS, DAN ITALIA
KE SPANYOL PERIODE 2020-2024

Chefita Novey Pertiwi¹, Dwi Koesendang², Widya Eka Agustin³, Fahrizal Taufiqqurrachman⁴
Fakultas Ekonomi, Universitas Bojonegoro, Indonesia

*Corresponding author: chefitapertiwi@gmail.com

E-mail : chefitapertiwi@gmail.com

ABSTRACT

The trade of dairy products in Europe has shown increasingly intense competition along with rising market integration and growing demands for product quality standards. Differences in the ability of exporting countries to capitalize on market opportunities have become a crucial factor in determining the performance of dairy exports to Spain during the 2020-2024 period. This study aims to analyze and compare the level of export competitiveness of dairy products from Sweden, France, and Italy in the Spanish market. In addition, this research seeks to identify the dynamics of export performance and the competitive positioning of each exporting country over the study period. The research method employed in this study is a quantitative approach using secondary data on international trade. Competitiveness analysis is conducted using the Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA), Export Product Dynamics (EPD), and Export Competitiveness Index (ECI) indicators. The results indicate that France is the only country possessing both comparative advantage and global competitiveness in dairy exports to the Spanish market, while Sweden and Italy have not demonstrated significant comparative advantages. The EPD analysis shows that Sweden is positioned as a Falling Star, France occupies the Lost Opportunity quadrant, and Italy is in the Retreat quadrant, reflecting weak export dynamics during the observation period. Furthermore, the ECI results reveal a tendency toward increasing competitiveness of dairy exports from all three countries, although this improvement is not yet fully supported by strong export dynamics. These findings provide important implications for the formulation of trade strategies, particularly in efforts to enhance production efficiency, product diversification, and the quality of dairy exports. Future research is recommended to incorporate non-economic variables such as trade policies, quality standards, and consumer preferences to achieve a more comprehensive analysis of dairy export competitiveness.

Keywords: International Trade, Comparative Advantage, and Export Competitiveness

ABSTRACT

Perdagangan produk susu di kawasan Eropa menunjukkan perkembangan persaingan yang semakin ketat seiring dengan meningkatnya integrasi pasar dan tuntutan terhadap standar kualitas produk. Perbedaan kemampuan negara pengekspor dalam memanfaatkan peluang pasar

Article history

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

tujuan menjadi faktor penting dalam menentukan kinerja ekspor susu ke Spanyol selama periode 2020-2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat daya saing ekspor susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar Spanyol. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dinamika kinerja ekspor serta posisi daya saing masing-masing negara pengekspor selama periode penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder perdagangan internasional. Analisis daya saing dilakukan menggunakan indikator Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA), Export Product Dynamics (EPD), dan Export Competitiveness Index (ECI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prancis merupakan satu-satunya negara yang memiliki keunggulan komparatif sekaligus daya saing global dalam ekspor susu ke pasar Spanyol, sementara Swedia dan Italia belum menunjukkan keunggulan komparatif yang signifikan. Analisis EPD menunjukkan bahwa Swedia berada pada posisi Falling Star, Prancis menempati kuadran Lost Opportunity, dan Italia berada pada kuadran Retreat, yang mencerminkan lemahnya dinamika ekspor selama periode pengamatan. Selain itu, hasil ECI menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan daya saing ekspor susu dari ketiga negara, meskipun peningkatan tersebut belum sepenuhnya didukung oleh dinamika ekspor yang kuat. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi perumusan strategi perdagangan, khususnya dalam upaya meningkatkan efisiensi produksi, diversifikasi produk, dan kualitas ekspor susu. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel non-ekonomi seperti kebijakan perdagangan, standar mutu, dan preferensi konsumen agar analisis daya saing ekspor susu menjadi lebih komprehensif.

Keyword: Perdagangan Internasional, Keunggulan Komparatif, dan Daya Saing Ekspor

PENDAHULUAN

Perdagangan Internasional memiliki peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi global karena memberi kesempatan bagi negara untuk memperluas pasar bagi komoditas unggulannya serta memperoleh devisa melalui ekspor (Hidayati et al., 2023). Produk dengan daya saing tinggi cenderung lebih mudah menembus pasar internasional dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan suatu negara dalam menghasilkan komoditas unggulan bukan hanya berdampak pada volume ekspor, tetapi juga pada stabilitas dan peningkatan devisa negara. Dengan demikian, peningkatan daya saing produk menjadi faktor kunci bagi strategi pembangunan ekonomi dan penguatan posisi negara di kancah global. Produk yang memiliki tingkat daya saing tinggi cenderung dapat menembus pasar dunia lebih luas dan memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Suparmono et al., 2025). Kemampuan suatu produk untuk bersaing di pasar global mencerminkan kekuatan industri dan efektivitas strategi produksi suatu negara. Produk yang mampu menembus pasar internasional tidak hanya meningkatkan pendapatan ekspor, tetapi juga memperkuat posisi ekonomi nasional dalam menghadapi persaingan global. Oleh karena itu, peningkatan kualitas, inovasi, dan efisiensi produksi menjadi langkah penting untuk menjaga dan meningkatkan daya saing produk di pasar dunia. Di sisi lain, daya saing ekspor suatu negara juga mencerminkan kemampuan industrinya dalam bersaing di pasar global, termasuk menghadapi negara-negara maju yang memiliki infrastruktur dan teknologi produksi lebih maju (Ningsih et al., 2022). Fenomena ini menegaskan bahwa memahami posisi produk di

pasar global menjadi hal strategis bagi kebijakan perdagangan dan pengembangan industri nasional. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan produk di pasar global, pemerintah dan pelaku industri dapat merancang strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan ekspor, mendorong inovasi, dan memperkuat daya saing ekonomi secara berkelanjutan.

Komoditas agro-industri, termasuk makanan dan produk olahan, menghadapi persaingan sengit karena standar kualitas, harga, dan preferensi konsumen di negara tujuan selalu berubah. Produk yang mampu menyesuaikan diri dengan standar mutu dan preferensi konsumen memiliki kesempatan lebih besar untuk memperluas pangsa pasar serta memperoleh kepercayaan dari konsumen internasional. Keberhasilan tersebut tidak hanya bergantung pada kapasitas produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran, inovasi produk, dan konsistensi kualitas (Wardani et al., 2024). Oleh karena itu, pelaku industri perlu terus memantau tren pasar global dan meningkatkan daya saing agar tetap relevan di pasar internasional. Produk yang mampu memenuhi persyaratan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pangsa pasar dan memperoleh kepercayaan konsumen internasional (Putroe & Yanuar, 2024). Selain itu, faktor eksternal seperti fluktuasi ekonomi global, kebijakan perdagangan internasional, dan persaingan dengan negara eksportir lainnya juga memengaruhi posisi produk di pasar luar negeri (Gustrinazul et al., 2023). Selain itu, tantangan eksternal seperti fluktuasi ekonomi global, perubahan kebijakan perdagangan, dan persaingan dengan negara eksportir lain dapat memengaruhi posisi produk di pasar internasional. Kondisi ini menekankan pentingnya kesiapan industri dalam menghadapi risiko eksternal dan menjaga stabilitas ekspor. Dengan strategi yang tepat, termasuk diversifikasi pasar dan peningkatan kualitas produk, negara dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan kontribusi ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor tidak hanya bergantung pada volume produksi, tetapi juga pada kualitas dan reputasi produk di mata konsumen global.

Produk turunan susu termasuk salah satu komoditas strategis karena memiliki nilai ekonomi tinggi serta permintaan yang stabil di pasar internasional, khususnya di Spanyol dan Uni Eropa. Keunggulan nilai ekonomi dan stabilitas permintaan menjadikan produk turunan susu sebagai andalan dalam mendorong devisa ekspor (Saputra & Fitriani, 2021). Hal ini menekankan pentingnya menjaga kualitas dan konsistensi produksi agar pangsa pasar tetap terjaga di pasar internasional. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman terhadap tren konsumen global, negara eksportir dapat memperkuat posisi produk susu dalam persaingan dunia. Negara eksportir dengan standar produksi yang tinggi dan kualitas produk terjamin cenderung lebih mudah mempertahankan pangsa pasar sekaligus membangun reputasi di tingkat global (Fadhilah & Ramadhani, 2022). Selain itu, tren konsumen modern semakin menekankan produk yang sehat dan aman, sehingga daya saing ekspor tidak hanya bergantung pada volume produksi, tetapi juga pada kemampuan memenuhi preferensi konsumen internasional yang terus berubah (Lestari & Hadi, 2020). Oleh karena itu, negara eksportir perlu memastikan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan untuk memenuhi standar internasional sekaligus menjaga kepercayaan konsumen global. Penyesuaian terhadap tren kesehatan dan keamanan pangan menjadi faktor penting dalam mempertahankan posisi produk di pasar internasional. Selain itu, inovasi produk dan diversifikasi variasi dapat membantu menarik lebih banyak segmen konsumen. Dengan penerapan strategi tersebut, daya saing ekspor dapat diperkuat, sekaligus meningkatkan kontribusi produk turunan susu terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kondisi ini menegaskan pentingnya memahami posisi kompetitif produk susu dalam menghadapi persaingan global.

Penelitian terkait daya saing komoditas agribisnis telah banyak dilakukan, studi yang secara spesifik membandingkan ekspor susu antarnegara, khususnya dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar internasional, masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya fokus pada konteks domestik atau membahas sektor agro-industri secara umum, sehingga posisi kompetitif masing-masing negara di pasar global belum tergambarkan dengan jelas. Hal ini menarik untuk dianalisis karena memahami perbandingan daya saing antarnegara dapat mengungkap faktor-faktor yang mendorong keberhasilan suatu produk menembus pasar internasional, termasuk kualitas produk, reputasi merk, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang berbeda-beda. Analisis ini juga relevan untuk menilai bagaimana strategi perdagangan dan keunggulan komparatif berperan dalam mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar, sehingga memberi wawasan yang berguna bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri. Dengan pendekatan yang komparatif dan terfokus, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peluang, tantangan, dan mekanisme kompetisi yang menentukan posisi ekspor produk susu di pasar global, sekaligus memberikan dasar bagi pengambilan keputusan strategis yang lebih tepat dan berbasis data.

LANDASAN TEORI

Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional dilakukan oleh subjek ekonomi dalam suatu negara dengan subjek ekonomi dari negara lain. Kegiatan perdagangan internasional dapat berlangsung karena adanya persetujuan dari masing-masing subjek ekonomi yang terlibat. Subjek ekonomi tersebut dapat berupa pemerintah dengan pemerintah, individu dengan individu, maupun pemerintah dengan individu dari negara lain. Motif terjadinya perdagangan internasional didorong oleh perbedaan potensi sumber daya dan tingkat penguasaan teknologi antarnegara. Salah satu manfaat dari perdagangan internasional adalah terjadinya spesialisasi dalam produksi komoditas tertentu yang menjadi keunggulan masing-masing negara (Suryanto & Kurniati, 2022). Perdagangan internasional juga bertujuan untuk mendorong alokasi sumber daya secara lebih efisien serta menstimulasi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Selain itu, setiap pihak yang terlibat dalam perdagangan internasional mengharapkan adanya keuntungan dari kegiatan perdagangan tersebut. Secara konseptual, perdagangan internasional merupakan proses transaksi yang dilakukan secara sukarela tanpa adanya unsur paksaan dari masing-masing pihak. Aktivitas perdagangan ini memberikan manfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat. Perdagangan internasional terjadi karena adanya kebutuhan suatu negara dan masyarakatnya yang tidak dapat sepenuhnya dipenuhi melalui produksi dalam negeri. Tanpa adanya perdagangan internasional, seluruh kebutuhan tersebut harus dipenuhi dari hasil produksi domestik negara itu sendiri (Suryanto & Kurniati, 2022).

Ekspor

Ekspor merupakan kegiatan penjualan komoditas yang dimiliki suatu negara kepada negara lain atau pihak asing sesuai dengan ketentuan pemerintah dengan harapan memperoleh pembayaran dalam bentuk valuta asing, serta melibatkan proses komunikasi menggunakan bahasa asing. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dari aktivitas ekspor berupa sejumlah nilai uang dalam mata uang asing yang dikenal sebagai devisa dan menjadi salah satu sumber penerimaan negara. Pengertian ekspor juga merujuk pada kegiatan perdagangan yang mampu memberikan dorongan untuk meningkatkan permintaan domestik sehingga mendorong munculnya industri-industri berskala besar, seiring dengan terciptanya stabilitas politik dan lembaga sosial yang berjalan secara efisien. Ekspor memberikan dampak positif terhadap kegiatan perekonomian nasional karena merupakan pengeluaran penduduk negara lain terhadap barang-barang yang diproduksi di dalam negeri (Agustina et al., 2023).

Daya Saing Ekspor

Daya saing merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu negara dalam kegiatan perdagangan internasional. Tingkat daya saing suatu negara dapat mencerminkan sejauh mana produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk dari negara lain, baik dari sisi harga, kualitas, maupun efisiensi produksi, sehingga produk tersebut dapat memasuki pasar internasional dan mempertahankan keberadaannya dalam jangka waktu tertentu (Patone et al., 2020). Dengan demikian, daya saing menjadi indikator utama untuk menilai kemampuan suatu negara dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kinerja ekspornya di tengah persaingan global.

Daya saing suatu negara atau komoditas dapat dinilai melalui konsep keunggulan komparatif, yaitu kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang atau komoditas tertentu dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan negara lain yang memproduksi barang sejenis. Keunggulan komparatif ini memungkinkan suatu negara untuk melakukan spesialisasi produksi pada komoditas tertentu yang paling efisien, sehingga dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional. Semakin tinggi tingkat keunggulan komparatif yang dimiliki, semakin besar peluang suatu negara untuk meningkatkan ekspor dan memperkuat posisinya di pasar internasional.

Untuk mengukur keunggulan komparatif suatu komoditas, diperlukan alat analisis yang mampu menggambarkan posisi relatif suatu negara dalam perdagangan internasional. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam penelitian perdagangan internasional adalah analisis Revealed Comparative Advantage (RCA). Indikator RCA digunakan untuk mengetahui apakah suatu negara memiliki keunggulan komparatif pada komoditas tertentu berdasarkan kinerja ekspornya dibandingkan dengan kinerja ekspor dunia. Dengan menggunakan analisis RCA, dapat diketahui tingkat daya saing suatu komoditas suatu negara di pasar internasional secara lebih objektif dan terukur (Ramadhani et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-komparatif, yang bertujuan untuk mengevaluasi dan membandingkan daya saing ekspor produk susu dari Swedia, Prancis, dan Italia di pasar Spanyol selama periode 2020-2024. Pendekatan kuantitatif dipilih karena dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai posisi kompetitif masing-masing negara melalui perhitungan indeks dan indikator ekonomi yang relevan. Analisis kuantitatif memungkinkan peneliti menilai seberapa besar keunggulan komparatif dan kompetitif setiap negara dalam ekspor susu, serta melihat tren perkembangan pangsa pasar secara periodik.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber utama, berupa nilai ekspor produk susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke Spanyol selama periode 2020-2024. Data yang dikumpulkan mencakup nilai ekspor tahunan dalam satuan USD, informasi pangsa pasar susu, serta statistik perdagangan internasional yang diperoleh dari UN Comtrade, FAOSTAT, dan Eurostat. Selain itu, data tambahan diperoleh dari laporan resmi Kementerian Perdagangan dan lembaga ekonomi terkait di masing-masing negara untuk melengkapi analisis. Pemilihan data sekunder ini dilakukan karena sifatnya yang valid, terstandarisasi, dan mencakup skala internasional, sehingga memungkinkan peneliti melakukan perbandingan antarnegara secara sistematis dan objektif, sekaligus menganalisis tren perkembangan ekspor susu dari ketiga negara secara menyeluruh.

Analisis Data

Revealed Comparative Advantage (RCA)

RCA digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam ekspor susu dibanding negara lain.

Rumus RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA_{ij} = \frac{(X_{ij}/X_{it})}{(X_{wj}/X_{wt})}$$

Keterangan :

X_{ij} : nilai ekspor produk j oleh negara i .

X_{it} : total ekspor seluruh produk oleh negara i .

X_{wj} : total ekspor produk j oleh seluruh negara dunia.

X_{wt} : total ekspor seluruh produk oleh seluruh negara dunia.

Nilai RCA >1 menunjukkan keunggulan komparatif, sedangkan <1 menunjukkan kelemahan komparatif.

Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)

RSCA digunakan untuk menormalkan nilai RCA agar lebih mudah dibandingkan antarnegara. Rumus RSCA adalah sebagai berikut:

$$RSCA = \frac{RCA - 1}{RCA + 1}$$

Dengan rentang -1 hingga +1, nilai positif menandakan keunggulan komparatif, sementara negatif menunjukkan kelemahan.

Analisis Export Product Dynamics (EPD)

EPD Digunakan untuk mengidentifikasi posisi dan dinamika daya saing ekspor susu dari Swedia, Prancis, dan Italia di pasar Spanyol berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar produk dan pertumbuhan pangsa pasar total. Pendekatan ini mengelompokkan kinerja ekspor ke dalam empat kuadran, yaitu Rising Star, Falling Star, Lost Opportunity, dan Retreat.

EPD dihitung menggunakan dua indikator utama, yaitu:

$$\text{Pertumbuhan Pangsa Produk: } \left(\frac{X_{ijt}}{X_{jt}} \right)_t - \left(\frac{X_{ijt}}{X_{jt}} \right)_{t-1}$$

Keterangan:

X_{ijt} : nilai ekspor susu negara i ke Spanyol pada tahun t

X_{jt} : total impor susu Spanyol dari dunia pada tahun t

Export Competitiveness Index (ECI)

ECI digunakan untuk menggabungkan hasil keunggulan komparatif (RCA/RSCA) dan diversifikasi pasar (EDP) menjadi satu indeks komposit, sehingga memberikan gambaran daya saing total ekspor suatu negara.

Rumus yang ECI adalah sebagai berikut:

$$ECI_i = w_1 RSCA_i + w_2 EDP_i$$

Keterangan:

ECI_i : indeks daya saing ekspor negara i

$RSCA_i$: nilai Revealed Symmetric Comparative Advantage negara i

P_i : nilai Export Diversification Performance negara i

w_1, w_2 : bobot masing-masing indikator (biasanya $w_1 = w_2 = 0,5$ jika dianggap sama penting)

Nilai ECI yang tinggi menandakan daya saing ekspor total yang kuat, karena negara tersebut memiliki keunggulan komparatif sekaligus mampu mendistribusikan eksportnya ke berbagai pasar secara merata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Analisis Nilai RCA dan RSCA

Negara	Kode HS	Label Produk	RCA	RSCA	Ket.
SWEDIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	0,05	-0,90	Tidak Unggul Tidak Berdaya Saing Global
PRANCIS	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	2,61	0,43	Kaunggulan Komparatif Berdaya Saing Global
ITALIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	0,02	-0,96	Tidak Unggul Tidak Berdaya Saing Global

Sumber dari Hasil Olah Data, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, hasil analisis daya saing ekspor susu dengan kode HS 0401 (susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya) dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar Spanyol selama periode 2020-2024 menunjukkan adanya perbedaan tingkat keunggulan komparatif yang cukup nyata antarnegara. Pengukuran daya saing tersebut dilakukan dengan menggunakan indikator Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi masing-masing negara dalam perdagangan internasional, khususnya pada komoditas susu (Hidayati et al., 2023).

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Prancis memiliki nilai RCA sebesar 2,61 dan RSCA sebesar 0,43. Nilai RCA yang melebihi satu mengindikasikan bahwa ekspor susu Prancis ke Spanyol memiliki keunggulan komparatif, sedangkan nilai RSCA yang bernilai positif semakin menegaskan bahwa komoditas tersebut berdaya saing di tingkat global. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor susu Prancis relatif lebih efisien dan kompetitif dalam memenuhi permintaan pasar Spanyol dibandingkan dengan negara pesaing. Keunggulan tersebut diduga dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang besar, kualitas produk yang terjaga, serta dukungan jaringan perdagangan yang kuat di kawasan Eropa.

Sebaliknya, Swedia mencatat nilai RCA sebesar 0,05 dan RSCA sebesar -0,90, yang menunjukkan bahwa ekspor susu Swedia ke Spanyol belum memiliki keunggulan komparatif dan tidak berdaya saing secara global. Nilai RCA yang jauh di bawah satu mencerminkan rendahnya proporsi ekspor susu Swedia ke pasar Spanyol dibandingkan dengan total ekspor susu dunia. Selain itu, nilai RSCA yang mendekati minus satu semakin memperkuat lemahnya posisi kompetitif Swedia dalam komoditas tersebut, yang kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan volume ekspor, struktur biaya produksi, serta orientasi perdagangan Swedia pada pasar atau komoditas lain.

Kondisi yang relatif serupa juga dialami oleh Italia, dengan nilai RCA sebesar 0,02 dan RSCA sebesar -0,96. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa ekspor susu Italia ke Spanyol selama periode pengamatan berada pada posisi tidak unggul dan tidak memiliki daya saing global. Rendahnya nilai RCA dan RSCA Italia menunjukkan bahwa komoditas susu bukan merupakan produk ekspor utama Italia di pasar Spanyol, yang kemungkinan disebabkan oleh kecenderungan

Italia untuk lebih memfokuskan ekspor pada produk olahan susu bernilai tambah tinggi dibandingkan susu cair atau susu yang tidak dikonsentrasikan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa Prancis merupakan satu-satunya negara yang memiliki keunggulan komparatif sekaligus daya saing global dalam ekspor susu ke Spanyol selama periode 2020-2024, sementara Swedia dan Italia belum mampu bersaing secara optimal pada komoditas tersebut. Temuan ini mengindikasikan adanya perbedaan daya saing antarnegara pengekspor susu di pasar Spanyol serta menegaskan pentingnya penerapan strategi peningkatan efisiensi produksi, diversifikasi produk, dan penguatan akses pasar bagi negara-negara yang belum menunjukkan keunggulan dalam perdagangan susu internasional.

Tabel 1.2 Analisis EPD

Negara	Kode HS	Label Produk	X (Pertumbuhan Pangsa Ekspor)	Y (Pertumbuhan Pangsa Pasar)	Kuadran
SWEDIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	0,00	-0,40	Falling Star
PRANCIS	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	-2,45	8,56	Lost Opportunity
ITALIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	-0,03	-3,56	Retreat

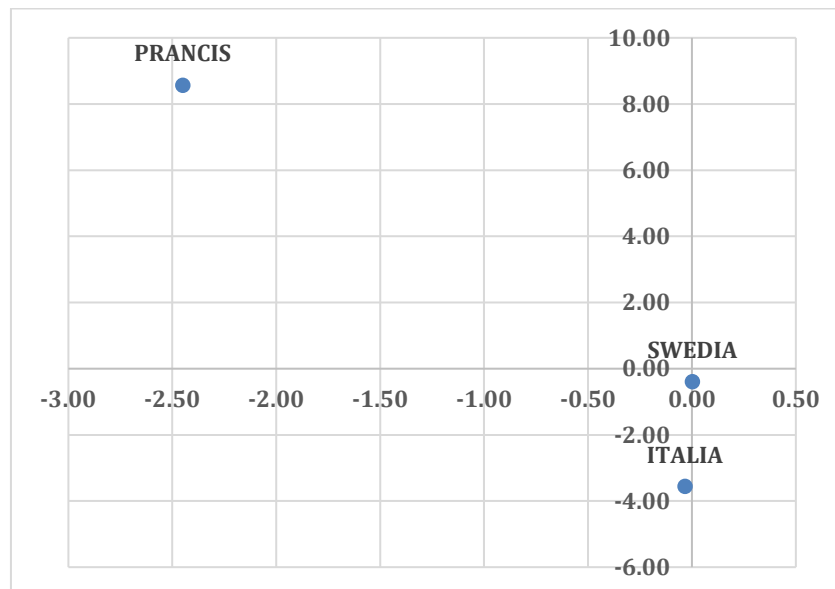
Sumber dari Hasil Olah Data, 2026

Berdasarkan Tabel 1.2, hasil analisis Export Product Dynamics (EPD) terhadap ekspor susu dengan kode HS 0401 (susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya) dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar Spanyol selama periode 2020-2024 menunjukkan adanya perbedaan dinamika posisi ekspor pada masing-masing negara. Analisis EPD digunakan untuk mengevaluasi perkembangan daya saing suatu komoditas berdasarkan pertumbuhan pangsa ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar, sehingga mampu menggambarkan arah serta prospek kinerja ekspor di pasar tujuan (Putra & Varlitya, 2025).

Hasil analisis menunjukkan bahwa Swedia berada pada kuadran Falling Star, dengan nilai pertumbuhan pangsa ekspor (X) sebesar 0,00 dan pertumbuhan pangsa pasar (Y) sebesar -0,40. Posisi ini mengindikasikan bahwa ekspor susu Swedia ke Spanyol cenderung mengalami stagnasi dari sisi pangsa ekspor, sementara pertumbuhan pangsa pasarnya menunjukkan kecenderungan menurun. Kondisi Falling Star mencerminkan bahwa meskipun produk tersebut sebelumnya memiliki potensi, dalam periode pengamatan daya saingnya mengalami pelemahan sehingga memerlukan upaya perbaikan strategi ekspor agar tidak semakin tertinggal di pasar Spanyol. Selanjutnya, Prancis berada pada kuadran Lost Opportunity, dengan nilai pertumbuhan pangsa ekspor (X) sebesar -2,45 dan pertumbuhan pangsa pasar (Y) sebesar 8,56. Posisi ini menunjukkan bahwa pasar Spanyol mengalami peningkatan permintaan terhadap produk susu, namun Prancis justru mengalami penurunan pangsa ekspor. Kondisi Lost Opportunity menggambarkan adanya peluang pasar yang cukup besar tetapi belum dimanfaatkan secara optimal oleh Prancis, yang kemungkinan dipengaruhi oleh tingkat persaingan, perubahan kebijakan perdagangan, atau pergeseran orientasi ekspor ke pasar lain.

Sementara itu, Italia menempati kuadran *Retreat*, dengan nilai pertumbuhan pangsa ekspor (X) sebesar $-0,03$ dan pertumbuhan pangsa pasar (Y) sebesar $-3,56$. Posisi ini menunjukkan bahwa ekspor susu Italia ke Spanyol mengalami penurunan baik dari sisi pangsa ekspor maupun pangsa pasar. Kondisi *Retreat* mengindikasikan melemahnya daya saing komoditas susu Italia di pasar Spanyol selama periode 2020-2024, yang menunjukkan bahwa produk tersebut semakin terdesak oleh negara pesaing dan memiliki prospek yang kurang menjanjikan apabila tidak disertai dengan perbaikan strategi perdagangan.

Secara keseluruhan, hasil analisis EPD menunjukkan bahwa tidak terdapat negara yang berada pada kuadran *Rising Star* dalam ekspor susu ke Spanyol selama periode penelitian. Hal ini mengindikasikan bahwa dinamika ekspor susu dari Swedia, Prancis, dan Italia cenderung menghadapi berbagai tantangan, baik berupa penurunan daya saing maupun ketidakmampuan dalam memanfaatkan peluang pasar secara optimal. Temuan ini menegaskan pentingnya penerapan strategi ekspor yang lebih adaptif, peningkatan efisiensi produksi, serta penyesuaian kebijakan perdagangan guna memperbaiki dan mempertahankan daya saing ekspor susu di pasar Spanyol.



Grafik 1 Interpretasi Hasil Analisis EPD

Berdasarkan Grafik 1, posisi negara pengeksport susu ke pasar Spanyol selama periode 2020-2024 memperlihatkan perbedaan dinamika daya saing yang cukup jelas. Prancis berada pada kuadran *Lost Opportunity*, yang mencerminkan adanya peningkatan pertumbuhan pangsa pasar namun disertai dengan penurunan pangsa ekspor. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun peluang pasar di Spanyol cenderung meningkat, Prancis belum dapat memanfaatkannya secara optimal. Sementara itu, Swedia menempati kuadran *Falling Star*, yang ditandai oleh pertumbuhan pangsa ekspor yang stagnan serta penurunan pangsa pasar, sehingga menggambarkan melemahnya kinerja ekspor susu Swedia di pasar Spanyol.

Di sisi lain, Italia berada pada kuadran *Retreat*, yang dicirikan oleh pertumbuhan pangsa ekspor dan pangsa pasar yang sama-sama bernilai negatif. Posisi ini menunjukkan bahwa daya saing ekspor susu Italia mengalami penurunan secara menyeluruh dan semakin tertekan oleh negara pesaing. Secara keseluruhan, grafik EPD menegaskan bahwa tidak terdapat negara yang menempati kuadran *Rising Star*, sehingga menunjukkan bahwa ekspor susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke Spanyol masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing serta memanfaatkan peluang pasar secara berkelanjutan.

Tabel 1.3 Analisis Nilai ECI

Negara	Kode HS	Label Produk	ECI	Ket.
SWEDIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	1,05	Daya Saing Meningkat
PRANCIS	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	1,00	Daya Saing Meningkat
ITALIA	'0401	Susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya	1,00	Daya Saing Meningkat

Sumber dari Hasil Olah Data, 2026

Berdasarkan Tabel 1.3, hasil analisis Export Competitiveness Index (ECI) terhadap ekspor susu dengan kode HS 0401 (susu dan krim, tidak dikonsentrasikan serta tidak mengandung tambahan gula atau bahan pemanis lainnya) dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar Spanyol selama periode 2020-2024 menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan daya saing pada ketiga negara. Indikator ECI digunakan untuk menilai perubahan posisi daya saing suatu komoditas dari waktu ke waktu, di mana nilai ECI yang lebih besar atau sama dengan satu menandakan terjadinya peningkatan daya saing ekspor di pasar tujuan (Hidayati et al., 2023).

Hasil penghitungan menunjukkan bahwa Swedia mencatat nilai ECI sebesar 1,05, yang menunjukkan bahwa daya saing ekspor susu Swedia ke Spanyol mengalami peningkatan selama periode pengamatan. Nilai ECI yang berada di atas satu mencerminkan adanya perbaikan kinerja ekspor, meskipun pada analisis sebelumnya Swedia belum menunjukkan keunggulan komparatif maupun posisi dinamis yang kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat daya saing Swedia masih relatif terbatas, terdapat sinyal perbaikan dalam kemampuan bersaing di pasar Spanyol.

Sementara itu, Prancis dan Italia masing-masing memperoleh nilai ECI sebesar 1,00, yang menunjukkan bahwa daya saing ekspor susu kedua negara tersebut berada pada kondisi stabil dengan kecenderungan meningkat. Nilai ECI ini mengindikasikan bahwa ekspor susu Prancis dan Italia mampu mempertahankan posisinya di pasar Spanyol selama periode 2020-2024, meskipun pada analisis RCA dan EPD sebelumnya masih ditemukan sejumlah tantangan dalam pemanfaatan peluang pasar serta penguatan posisi kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil analisis ECI menunjukkan bahwa ketiga negara mengalami peningkatan daya saing ekspor susu ke pasar Spanyol, meskipun dengan tingkat dan dinamika yang berbeda. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun keunggulan komparatif dan dinamika ekspor belum sepenuhnya kuat, terdapat potensi perbaikan daya saing yang dapat dikembangkan melalui peningkatan efisiensi produksi, penguatan kualitas produk, serta penerapan strategi perdagangan yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat daya saing dan dinamika kinerja ekspor susu antarnegara pengekspor. Hasil analisis menggunakan indikator Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Revealed Symmetric Comparative

Advantage (RSCA) menunjukkan bahwa Prancis merupakan satu-satunya negara yang memiliki keunggulan komparatif sekaligus daya saing global dalam ekspor susu ke pasar Spanyol. Sementara itu, Swedia dan Italia belum menunjukkan keunggulan komparatif serta memiliki tingkat daya saing global yang relatif rendah pada komoditas susu.

Selanjutnya, hasil analisis Export Product Dynamics (EPD) menunjukkan bahwa kinerja ekspor susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke pasar Spanyol masih menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan peluang pasar. Swedia berada pada posisi Falling Star yang mencerminkan terjadinya pelemahan kinerja ekspor, Prancis menempati kuadran Lost Opportunity yang menunjukkan belum optimalnya pemanfaatan pertumbuhan pasar, sedangkan Italia berada pada kuadran Retreat yang menandakan penurunan daya saing secara menyeluruh. Tidak ditemukannya negara yang berada pada kuadran Rising Star mengindikasikan bahwa dinamika ekspor susu ke Spanyol selama periode 2020-2024 belum menunjukkan perkembangan yang kuat dan berkelanjutan.

Sementara itu, hasil analisis Export Competitiveness Index (ECI) menunjukkan bahwa ekspor susu dari ketiga negara mengalami kecenderungan peningkatan daya saing di pasar Spanyol. Swedia mencatat peningkatan daya saing yang relatif lebih baik, sedangkan Prancis dan Italia berada pada kondisi stabil dengan kecenderungan meningkat. Temuan ini menunjukkan adanya potensi perbaikan daya saing ekspor, meskipun peningkatan tersebut belum sepenuhnya didukung oleh keunggulan komparatif dan dinamika ekspor yang kuat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun Prancis memiliki posisi daya saing yang lebih unggul dibandingkan Swedia dan Italia, ekspor susu dari ketiga negara ke pasar Spanyol masih memerlukan penguatan strategi perdagangan. Peningkatan efisiensi produksi, diversifikasi produk, perbaikan kualitas, serta penguatan akses dan penetrasi pasar menjadi faktor penting untuk mendorong daya saing ekspor susu secara berkelanjutan di pasar Spanyol.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian "*Analisis Perbandingan Daya Saing Ekspor Susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke Spanyol Periode 2020-2024*", disarankan agar negara-negara yang belum memiliki keunggulan komparatif dan daya saing global yang kuat, khususnya Swedia dan Italia, dapat meningkatkan efisiensi produksi serta kualitas produk susu melalui penerapan teknologi yang lebih efektif, penguatan rantai pasok, dan pemenuhan standar mutu yang sesuai dengan kebutuhan pasar Spanyol.

Prancis sebagai negara yang telah menunjukkan keunggulan komparatif disarankan untuk lebih mengoptimalkan peluang pasar di Spanyol melalui penguatan strategi penetrasi pasar, perluasan jaringan distribusi, serta peningkatan promosi produk agar dapat menghindari kondisi *lost opportunity* dan mempertahankan daya saing ekspor secara berkelanjutan.

Selain itu, seluruh negara pengekspor susu disarankan untuk mendorong diversifikasi produk, khususnya pengembangan produk susu bernilai tambah tinggi yang sesuai dengan preferensi konsumen di pasar Spanyol, serta didukung oleh kebijakan perdagangan yang adaptif. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas periode pengamatan atau menggunakan pendekatan analisis daya saing lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika ekspor susu di pasar internasional.

PENGAKUAN/PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan artikel berjudul "*Analisis Perbandingan Daya Saing Ekspor Susu dari Swedia, Prancis, dan Italia ke Spanyol Periode 2020-2024*". Ucapan terima

kasih disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan serta masukan yang diberikan, serta kepada lembaga penyedia data yang telah memfasilitasi ketersediaan data penelitian. Apresiasi juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S., Astuti, A., Kusumawati, A. C., Rohma, S. M., Aini, N., Oktaviani, D., Salim, M. I. N., Baiti, F. N., Wibowo, R., Nabila, A., & Tambunan, N. (2023). Pengaruh ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 113-126.
- Elviyanti Ningsih, N., Ekowati, T., & Nurfadillah, S. (2022). Analisis daya saing kacang hijau (*Vigna radiata*) Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(4), 120-130. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.04.36>
- Fadhilah, N., & Ramadhani, S. (2022). Kompetitivitas ekspor produk susu di Eropa. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 12(1), 101-115.
- Gustrinazul, H. S., Restuhadi, F., Zulkifli, & Lukmanasari, P. (2023). Export competitiveness analysis of pepper (*Piper nigrum* L.) commodity in the international market. *Jurnal Agrinika*, 7(2), 39-46. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v7i2.4773>
- Hidayati, B., Devi, H. R. P., Hermanto, F. Y., & Adinata, R. E. (2024). Analisis daya saing ekspor komoditi unggulan perkebunan Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(2), 893-903.
- Hidayati, N., Putra, R. A., & Satria, D. (2023). Analisis daya saing ekspor komoditas pertanian Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 31(2), 145-158. <https://doi.org/10.14203/jep.31.2.2023.145-158>
- Lestari, P., & Hadi, R. (2020). Daya saing produk turunan susu Indonesia di pasar global. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 200-215.
- Patone, C. D., Kumaat, R. J., & D. M. (2020). Analisis daya saing ekspor sawit Indonesia ke negara tujuan ekspor Tiongkok dan India. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(3), 22-32.
- Putra, R. A., & Varlitya, R. (2025). Analisis export product dynamics dan daya saing komoditas pertanian di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan Internasional*, 9(1), 33-46. <https://doi.org/10.31227/osf.io/abcd5>
- Putroe, B., & Yanuar, R. (2024). Daya saing ekspor lada Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 182-194. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i8.358>
- Ramadhani, E. S., Hendrati, I. M., & Asmara, K. (2021). Analisis daya saing ekspor kakao olahan Indonesia di pasar Jerman. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(2), 132. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24612>
- Saputra, A., & Fitriani, L. (2021). Analisis daya saing produk olahan susu Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Agroindustri*, 8(2), 100-112.

- Suparmono, S., Suandana, E., & Ilmas, F. (2025). Determining competitiveness of Indonesian export commodities using revealed comparative analysis. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 23(1), 1-15. <https://doi.org/10.18196/jesp.v23i1.13557>
- Suryanto, & Kurniati, P. S. (2022). Analisis perdagangan internasional Indonesia dan faktor-faktor yang memengaruhinya. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 104-122. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.6>
- Wardani, M. A., Mulatsih, S., & Rindayati, W. (2018). Competitiveness and factors affecting Indonesian food industry's export to regional comprehensive economic partnership. *Etikonomi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 231-246. <https://doi.org/10.15408/etk.v17i2.7239>