

**DAYA SAING GAMBIR INDONESIA DI PASAR DUNIA
(STUDI KASUS DI SUMATERA BARAT)**

***Indonesian Gambier Competitiveness in The World Market
(A Case Study in West Sumatera)***

Mega Amelia Putri^{1*}, Roni Afrizal¹, Yelfiarita¹, Arnayulis¹

¹Program Studi Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh,
Jln. Raya Negara KM 07 Tanjung Pati Kec. Harau, Kab. Lima Puluh Kota,
Sumatera Barat, Indonesia

*Alamat Korespondensi: pu3.liapolitani@gmail.com

ABSTRAK

Sumatera Barat merupakan penyumbang gambir terbesar di Indonesia mencapai 63,47% dari total ekspor Indonesia ke pasar dunia. Negara utama ekspor gambir Sumatera Barat adalah India. Tantangan umum yang dihadapi Indonesia dalam mengeksport gambir ke India adalah adanya pesaing lain seperti Perancis, Italia, Belgia dan lainnya, kondisi harga pasar lokal dan harga ekstrak gambir baku impor, prosedur pemerintah untuk ekspor-impor membutuhkan waktu yang lebih lama. Selain itu, tingginya permintaan dan rendahnya produksi gambir menyebabkan penundaan pengiriman. Hal ini tentu saja akan mengganggu sistem perdagangan gambir dan akan berdampak terhadap daya saing gambir. Metode analisis penelitian ini menggunakan metode analisis komparatif RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Hasil analisis daya saing komparatif RCA (*Revealed Comparative Advantage*) menggambarkan daya saing ekspor gambir Indonesia (Studi kasus di Sumatera Barat) di pasar dunia belum memiliki daya saing. Namun, untuk gambir Indonesia di pasar sasaran utama (India), Indonesia memiliki daya saing yang kuat pada sepuluh tahun terakhir (tahun 2010-2019) dibandingkan negara pesaing lainnya.

Kata kunci: daya saing, gambir, RCA, India

ABSTRACT

West Sumatra is the largest contributor to gambier in Indonesia, reaching 63,47% of Indonesia's total exports to the world market. The main export country for West Sumatra gambier is India. The general challenge faced by Indonesia in exporting gambier to India is the existence of other competitors such as France, Italy, Belgium and others, the condition of local market prices and the price of imported raw gambier extract, government procedures for export-import take a longer time. In addition, high demand and low production of gambier caused delays in delivery. This of course will disrupt the gambier trading system and will have an impact on gambier competitiveness. The method of analysis of this research is using the comparative analysis method RCA (*Revealed Comparative Advantage*). The results of the analysis of the comparative competitiveness of RCA (*Revealed Comparative Advantage*) illustrate that the competitiveness of Indonesian gambier exports (a case study in West Sumatra) in the world market is not yet competitive. However, for Indonesian gambier in the main target market (India), Indonesia has strong competitiveness in the last ten years (2010-2019) compared to other competing countries.

Keywords: competitiveness, gambier, RCA, India

PENDAHULUAN

Peran sektor perkebunan sebagai salah satu sumber devisa negara menjadikan sektor ini selalu menjadi perhatian bagi Indonesia. Kontribusi sektor perkebunan mencapai 31,41% dari total

ekspor komoditi pertanian (4,4 juta ton) (Badan Pusat Statistik, 2020). Salah satu tanaman perkebunan yang juga berpotensi untuk dikembangkan adalah tanaman gambir. Kondisi usahatani gambir didominasi oleh perkebunan rakyat,

penerapan teknologinya masih sederhana (Dhalimi, 2015), sehingga gambir yang dipasarkan adalah gambir asalan (mentah). Tabel 1 menunjukkan negara tujuan ekspor gambir Indonesia ke beberapa negara antara lain India, Pakistan, Bangladesh, China, dan beberapa negara lainnya. Di antara negara-negara tersebut, India merupakan negara tujuan ekspor terbanyak, yaitu sekitar 94.63% dari total gambir Indonesia. Kondisi ini menyebabkan ketergantungan yang sangat tinggi kepada satu pasar yang melemahkan posisi tawar Indonesia dan sebaliknya sangat menguatkan dominasi India dalam perdagangan gambir dunia.

Kebutuhan pasar dunia terhadap tanaman gambir masih relatif besar, India membutuhkan gambir sebanyak 6.000 ton per tahun. Hubungan perdagangan Indonesia dan India mengacu pada hubungan bilateral, kedua negara ini telah menandatangani penawaran bisnis bernilai miliaran dolar dan menetapkan target

dengan ambisius menggandakan perdagangan selama lima tahun ke depan. Namun, tantangan umum yang dihadapi Indonesia dalam mengeksport gambir ke India adalah adanya pesaing lain seperti Perancis, Italia, Spanyol dan lainnya, kondisi harga pasar lokal dan harga ekstrak gambir baku impor, prosedur pemerintah untuk ekspor-impor membutuhkan waktu yang lebih lama dan hambatan bahasa (Yudha, 2017). Selain itu, tingginya permintaan dan rendahnya produksi gambir Indonesia menyebabkan penundaan pengiriman. Hal ini akan berdampak terhadap daya saing gambir.

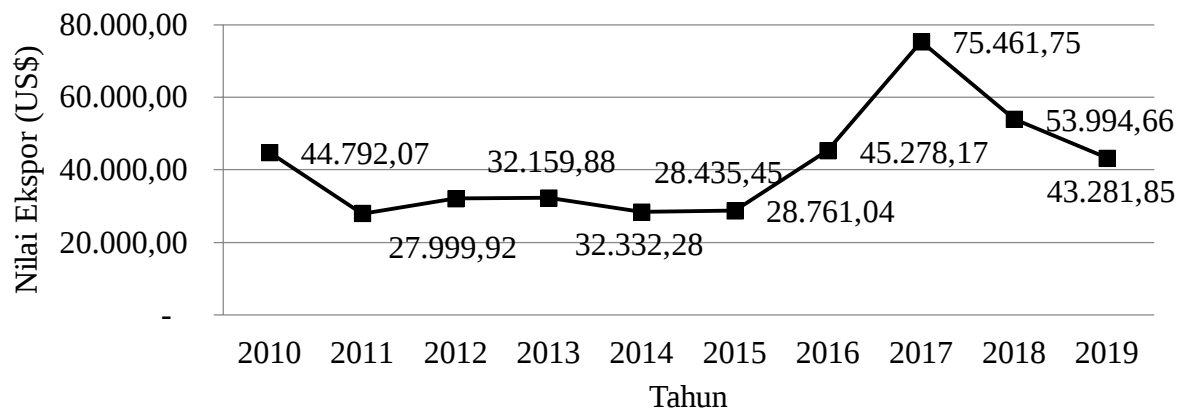
Perdagangan internasional merupakan hal penting bagi negara dalam peningkatan pendapatan nasional (Nihayah, 2012). Kegiatan ekspor impor merupakan faktor penentu dalam menentukan roda perekonomian Indonesia. Gambar 1 terlihat rata-rata pertumbuhan nilai ekspor gambir (dalam US\$) selama 10 tahun terakhir

Tabel 1. Perkembangan ekspor gambir Indonesia, Tahun 2018-2019

Negara Tujuan	Tahun 2018		Tahun 2019	
	Volume (Ton)	Nilai FOB (1.000 US\$)	Volume (Ton)	Nilai FOB (1.000 US\$)
India	17.052,54	54.082,95	17.605,67	43.281,85
Pakistan	476,90	318,16	653,59	467,81
Bangladesh	153,50	144,89	154,85	139,58
China	47,00	137,88	54,00	160,67
United Arab Emirates	22,00	23,43	44,00	43,27
Singapore	105,09	247,05	39,55	40,97
Japan	12,00	49,81	32,44	130,98
Lain-Lain	146,74	164,44	23,97	76,91

Total	18.015,77	55.168,61	18.608,07	44.342,04
-------	-----------	-----------	-----------	-----------

Sumber :(United Nation, 2020)



Gambar 1. Perkembangan nilai total ekspor gambir Indonesia ke India, 2010-2019. *Sumber :* (United Nation, 2020).

sebesar 47,56%. Posisi paling rendah terjadi pada tahun 2011 sebesar 27,9 juta US\$ dan tertinggi pada tahun 2017 sebesar 75,5 juta US\$. Ekspor gambir Indonesia ke India yang berfluktuatif disebabkan oleh kondisi produksi gambir yang tidak stabil, terutama di daerah produsen utama yaitu Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat merupakan penyumbang gambir terbesar bagi Indonesia. Permasalahan gambir di Sumatera Barat yaitu kualitas gambir rendah dan besarnya kehilangan dalam pengolahan yang memerlukan perbaikan mutu (Evalia et al., 2012), rantai distribusi yang panjang dan didominasi pihak luar (Singapura dan India) (Rahmadini, 2015), posisi tawar petani yang rendah dimana belum adanya jaminan harga yang stabil pada tingkat yang menguntungkan petani (Elida, 2011), kurangnya informasi pasar

internasional mengenai harga riil gambir (Hastuti et al., 2017), adanya kebiasaan mencampur gambir dengan bahan-bahan lain sehingga harga jualnya lebih rendah serta teknologi yang masih sederhana dalam proses produksi. Menurut Hosen (2017) kondisi produktivitas gambir di Sumatera Barat masih rendah (0,7 ton/ha), namun dengan upaya perbaikan teknik produksi maka diharapkan tanaman ini berpeluang ditingkatkan menuju potensi hasil > 2,0 ton/ha, selain itu peran pemerintah (daerah) yang belum maksimal (Nasution et al., 2015). Semakin terpuruknya kondisi ini akan berdampak terhadap daya saing ekspor gambir Indonesia. Oleh karena itu, perlu kajian terkait kondisi daya saing gambir Indonesia dengan menjadikan Sumatera Barat sebagai lokasi utama penelitian,

dengan melakukan analisis daya saing secara komparatif.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, yaitu dilakukan di Indonesia dengan spesifik lokasi utama di daerah produsen yaitu Provinsi Sumatera Barat. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan rentang tahun 2010-2019. Data yang digunakan adalah data tahunan. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dari lembaga resmi *commodity trade (comtrade)* internasional. Serta data penunjang yang diperoleh dari badan informasi yang mendukung dari instansi-instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pertanian, Dinas Perkebunan baik ditingkat pusat maupun provinsi.

Analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis daya saing komparatif RCA (*Revealed Comparative Advantage*) Dengan rumus sebagai berikut :

$$RCA_t = \frac{P_t/Q_t}{R_t/S_t}$$

Di mana:

RCA_t = Angka *Revealed Comparative Advantage* tahun ke t

P_t = Nilai komoditi ekspor gambir Indonesia tahun ke t

Q_t = Nilai total ekspor komoditi Indonesia tahun ke t

R_t = Nilai komoditi ekspor Gambir di pasar global tahun ke t

S_t = Nilai total ekspor komoditi pasar global tahun ke t

t = tahun 2010,....., 2019.

Nilai yang didapat dari perhitungan RCA bervariasi, ada yang lebih, kurang atau bahkan sama dengan satu. Semakin besar nilai RCA, maka akan semakin kuat keunggulan komparatif yang dimilikinya.

- Jika nilai RCA lebih besar dari satu maka komoditi ekspor gambir Indonesia mempunyai daya saing di atas daya saing rata-rata pasar global.
- Jika nilai RCA lebih kecil dari satu, maka daya saing komoditi gambir Indonesia mempunyai daya saing di bawah daya saing rata-rata pasar dunia.
- Jika nilai RCA sama dengan satu, maka daya saing komoditi gambir Indonesia sama dengan daya saing rata-rata pasar dunia.

Komponen yang penting dalam meningkatkan daya saing nasional adalah komponen ekspor. Peningkatan ekspor tidak hanya dilakukan dari sisi produksi untuk meningkatkan volumenya saja namun yang lebih penting adalah peningkatan daya saing. Oleh karena itu penting artinya mendorong ekspor produk

di mana Indonesia memiliki keunggulan komparatifnya (Asmara & Artdiyasa,

2008).

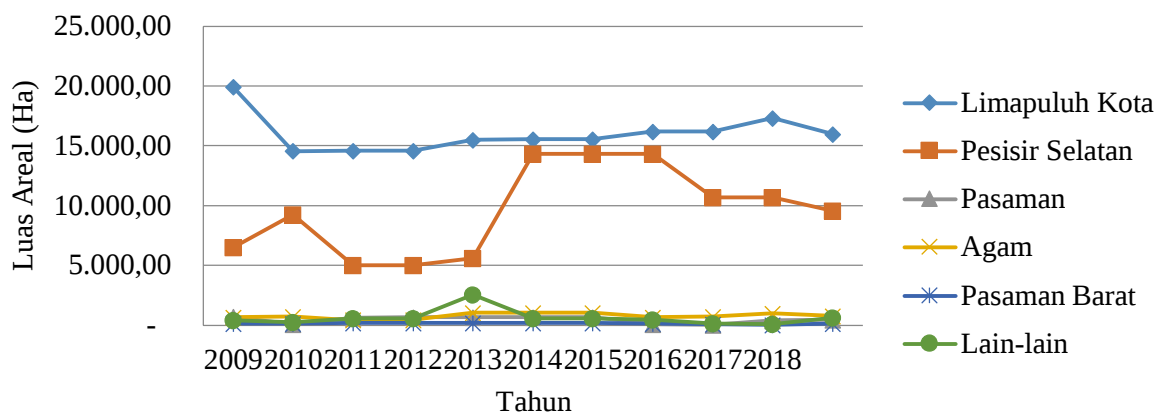
HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Gambir Sumatera Barat

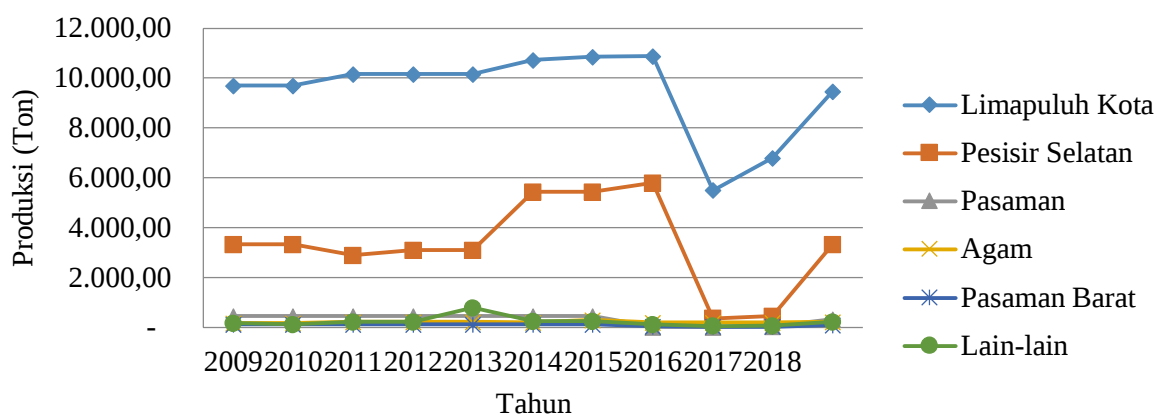
Sumatera Barat adalah sentra utama produksi gambir Indonesia. Tanaman gambir merupakan tanaman dari daerah tropis dan memiliki manfaat yang besar. Prospek pasar dan potensi pengembangannya cukup baik karena digunakan sebagai bahan baku dalam berbagai industri (Nasrul et al., 2020). Gambir banyak diusahakan dalam skala usahatani perkebunan rakyat di Sumatera

Barat dan termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor utama provinsi ini.

Gambar 2 menunjukkan luas areal dan produksi gambir di Sumatera Barat (Sumbar) tahun 2018 adalah 29.433 hektar dengan produksi total mencapai 7.574 ton. Daerah penghasil utama tanaman ini adalah Kabupaten Lima Puluh Kota (Badan Pusat Statistik, 2020). Gambar 2 memperlihatkan perkembangan luas areal tanam gambir di Sumbar dan Kabupaten Lima Puluh Kota.



Gambar 2. Perkembangan luas areal tanaman gambir di Sumatera Barat, 2009 – 2018.
 Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020).



Gambar 3. Perkembangan produksi tanaman gambir di Sumatera Barat, 2009 – 2018. *Sumber:* (Badan Pusat Statistik, 2020)

Total luas tanaman gambir di Sumbar cenderung mengalami fluktuasi, walaupun secara rata-rata selama tahun 2009 sampai 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,01%. Namun, penurunan terbesar terjadi pada tahun 2011 dan 2017 sebesar 14,0% dan 13,00%. Kondisi serupa terjadi di Kabupaten Lima Puluh Kota, rata-rata luas areal tanaman gambir cenderung mengalami penurunan sebesar 0,01% per tahun. Hal ini disebabkan banyaknya lahan baru untuk penanaman gambir pada tahun 2017 namun mengalami kegagalan, sehingga luas areal tanaman gambir mengalami penurunan pada tahun 2018.

Gambar 3 menunjukkan bahwa produksi gambir Sumatera Barat mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2017 sebesar 10,25%. Tahun 2018 produksi gambir Kabupaten Lima Puluh Kota mencapai 6.795,6 ton dan rata-rata selama tahun 2009 sampai 2018 mengalami penurunan sebesar 0,02%. Luas areal perkebunan gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2018 mencapai 17.299 ha atau 58,77% dari total luas areal perkebunan gambir Sumatera Barat. Pada tahun yang sama, dari total produksi gambir Sumbar yang mencapai 7.574 ton, sekitar 89,72% atau sebanyak 6.796 ton

merupakan hasil produksi gambir dari kabupaten ini.

Gambir yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota, sebagai salah satu daerah tingkat dua penghasil gambir yang ada di Sumbar, memiliki karakteristik yang relatif sama dengan gambir yang diproduksi di daerah tingkat dua lainnya (Afrizal, 2009). Karakteristik yang dimaksud meliputi produk, pola usahatani yang dilakukan oleh petani produsen, proses budidaya, pengolahan serta kegiatan panen dan pascapanen. Perkebunan gambir yang ada di Sumbar semuanya merupakan perkebunan rakyat, yang tahap proses produksinya mulai dari budidaya dan pengolahan dilakukan dengan cara tradisional. Teknologi produksi dan pengolahan gambir yang digunakan masih sangat sederhana dan dengan keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun antar generasi, menyebabkan tingginya variasi gambir kering yang dihasilkan petani, bervariasi dari segi bentuk fisik, cetakannya, maupun mutu kandungan zat esensialnya.

Peluang Ekspor Gambir

Kandungan gambir adalah *flavonoid* (terutama gambirin), katekin (sampai 51%), zat penyamak (22-50%), serta sejumlah *alkaloid* (seperti gambir tannin

dan turunan dihidro- dan okso-nya (Taniguchi et al., 2007). Katekin (*catechin*) merupakan suatu bahan alami yang bersifat antioksidan (Lukas et al., 2019). India mengimpor 96,88% gambir dari Indonesia dan menggunakannya sebagai bahan campuran menyirih. Gambir juga digunakan sebagai bahan baku industri tekstil dan batik, yaitu sebagai bahan pewarna yang tahan terhadap cahaya matahari. Terlihat pada Tabel 2 selama tahun 2019 sekitar 63,47% ekspor gambir Indonesia berasal dari daerah ini. Selain itu, tanaman gambir juga berasal dari Sumatera Utara (35,37%) dan sisanya (1,16%) dari Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten dan Nusa Tenggara Timur. Tanaman gambir yang ada di Sumatera Barat, sebagian besar merupakan tanaman yang diusahakan secara turun-temurun dan dianggap sebagai tabungan hidup serta sumber pendapatan.

Selain itu, gambir banyak dimanfaatkan sebagai bahan penyamak kulit agar tidak terjadi pembusukan dan membuat kulit lebih baik (Yuhono, 2003). Para ahli berpendapat bahwa Katekin

gambir juga potensial digunakan sebagai anti bakteri dan sebagai pestisida nabati. Pada saat ini katekin gambir sedang dicoba untuk dijadikan bahan perekat industri kayu lapis atau papan partikel. Sedangkan di Jerman, gambir dijadikan obat-obatan modern serta pewarna pakaian (Ermianti, 2002).

Gambir bersama dengan karet, semen, dan kayu lapis termasuk dalam 10 komoditi utama ekspor Sumatera Barat. Bila gambir yang diekspor tersebut digunakan sebagai bahan baku perekat kayu lapis, maka baru akan memenuhi kebutuhan tiga pabrik kayu lapis yang berkapasitas 5.000-6.000 m³/bulan. Angka ini akan masih terlalu sedikit dibanding kebutuhan pabrik kayu lapis dan papan partikel yang ada di Pulau Sumatera. Didalam negeri, gambir dapat diolah menjadi bentuk yang lain dari sekarang, seperti bentuk biskuit dan tepung gambir sesuai dengan permintaan (Manalu & Armyanti, 2019). Prospek pasar dunia masih terbuka lebar, karena Negara India saja membutuhkan gambir sebanyak 6000 ton per tahun (Yudha, 2017).

Tabel 2. Volume dan nilai ekspor gambir Indonesia berdasarkan daerah produksi, 2019

No.	Provinsi	Volume (Kg)	Nilai (US\$)	%
1	Sumatera Barat	6.580.771,00	16.227.610,27	35,37
2	Sumatera Utara	11.811.380,50	27.625.797,11	63,47
3	Kepulauan Riau	72.640,00	208.457,88	0,39
4	DKI Jakarta	24,20	952,44	0,00
5	Jawa Barat	52.000,00	152.240,00	0,28
6	Banten	91.225,00	126.970,65	0,49

7	Nusa Tenggara Timur	30,00	10,00	0,00
Total		18.608.070,70	44.342.038,35	

Sumber : Data BPS, Kementerian Pertanian (2020)

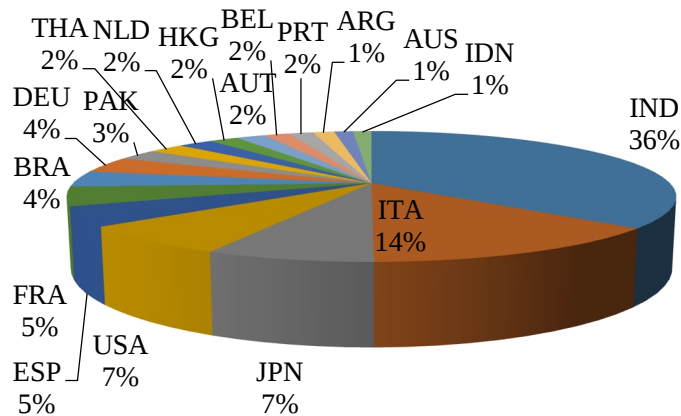
Analisis Daya Saing Gambir

Keunggulan komparatif komoditas gambir Indonesia di pasar dunia dan negara tujuan utama (India) diukur dengan menggunakan Indeks *Revealed Comparatif Advantage* (RCA). Indeks ini bertujuan untuk membandingkan posisi daya saing Indonesia dengan negara produsen lainnya di pasar gambir dunia dan pasar India. Semakin tinggi nilai Indeks RCA (lebih dari satu) menunjukkan bahwa negara yang bersangkutan memiliki keunggulan komparatif dalam produk tersebut dan memiliki daya saing yang kuat, begitu pula sebaliknya. Gambar 4 menunjukkan kontribusi nilai ekspor gambir (US\$) dari 18 negara produsen utama.

Gambar 4 menunjukkan bahwa selama Tahun 2019, India (IND) merupakan negara produsen utama gambir di pasar dunia. Nilai ekspornya mencapai 47,17 Juta US\$, diikuti oleh Italia (ITA) mencapai 18,43 Juta US\$ dan Jepang

(JPN) sebesar 9.71 Juta US\$. Sedangkan Indonesia (IDN) berada diposisi ke-18 dengan nilai ekspor sebesar 1,57 Juta US\$, di bawah Australia (AUS). Rendahnya kontribusi gambir Indonesia ke pasar dunia dikarenakan sebagian besar (94,63%) gambir Indonesia diekspor langsung ke India.

Menurut Adi (2011) meskipun Indonesia merupakan negara penghasil dan pengeksport gambir terbesar dunia, namun dalam perdagangan internasional Indialah yang tercatat sebagai negara pengeksport gambir ke berbagai negara. Hal ini terjadi karena Indonesia hanya mengeksport gambir asalan ke India. Dengan sedikit pemrosesan atau bahkan tanpa pemrosesan, gambir masyarakat yang mutunya sangat beragam langsung diekspor oleh para eksportir ke India. Hasil analisis daya saing gambir Indonesia terlihat pada Tabel 4.



Gambar 4. Kontribusi nilai ekspor gambir (US\$) dari negara produsen utama, 2019.

Tabel 4. Indeks RCA gambir Indonesia di pasar dunia, Tahun 2010-2019

Tahun	Nilai RCA per Tahun	
	Indonesia-Dunia	Indonesia-India
2010	1,70	5,60
2011	0,99	4,74
2012	1,17	4,47
2013	1,32	4,23
2014	0,23	4,02
2015	0,26	4,48
2016	0,33	4,02
2017	0,18	1,42
2018	0,04	1,48
2019	0,15	1,34
Indeks RCA	0,64	3,58

Perhitungan Indeks RCA pada Tabel 4 menunjukkan bahwa indeks RCA Indonesia dipasar dunia selama tahun 2010-2019 berfluktuatif. Terlihat pada Tahun 2010, 2012 dan 2013, Indonesia pernah memiliki nilai RCA lebih dari satu (berkisar antara 1,17 hingga 1,70), namun mulai tahun 2014 hingga 2019 Indonesia secara komparatif tidak memiliki daya saing dengan negara produsen lainnya, dengan nilai rata-rata RCA Indonesia

dipasar dunia bernilai 0,64 selama 10 tahun terakhir. Sedangkan untuk daya saing gambir di pasar tujuan utama (India) nilai RCA selalu lebih dari satu (berkisar antara 1,34 hingga 3,58).

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas gambir di pasar India. Walaupun dalam perkembangannya selama 10 tahun ini mengalami penurunan sebesar 11,12 persen per tahun. Hal ini

disebabkan tingkat produktivitas gambir Indonesia mengalami penurunan, akibat berkurangnya luas lahan dan menurunnya tingkat produksi gambir Indonesia terutama di daerah produsen utama, Sumatera Barat. Tabel 5 menunjukkan negara pengimpor gambir di pasar India.

Tabel 5 terlihat bahwa Indonesia merupakan negara pengimpor gambir terbesar ke India. Sampai saat ini, Indonesia selalu menempati peringkat pertama untuk indeks RCA komoditas gambir. Indeks RCA Indonesia

memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat untuk komoditas gambir di Pasar India. Namun, jika diperhatikan tren nilai RCA pada sepuluh tahun terakhir (tahun 2010-2019) cenderung mengalami penurunan yang signifikan (11,12%) tiap tahunnya.

Selain keunggulan komparatif perlunya melihat penguasaan pangsa pasar negara Indonesia untuk komoditas di pasar India. Selama tahun 2019 penguasaan pasar Indonesia untuk gambir cukup besar yaitu 96,46%. Hal ini memberikan penjelasan

Tabel 5. Negara importir gambir di pasar India, Tahun 2019

No.	Negara pengimpor gambir ke India	Nilai ekspor (US\$)	Persentase(%)
1	Indonesia	43.281.848	96,46
2	Italy	764.045	1,70
3	France	305.664	0,68
4	Belgium	253.511	0,56
5	Germany	117.131	0,26
6	Viet Nam	49.975	0,11
7	Brazil	32.108	0,07
8	USA	22.775	0,05
9	Myanmar	18.782	0,04
10	Slovenia	8.854	0,02
11	Canada	6.942	0,02
12	United Kingdom	506	0,00
13	Malaysia	3.901	0,01
14	Spain	814	0,00
15	Singapore	592	0,00
Total		44.872.002	100,00

bahwa Indonesia merupakan negara produsen utama ekspor gambir ke India dan India merupakan produsen utama gambir dunia. Terlihat bahwa gambir dunia tidak terlepas dari peran Indonesia sebagai eksportir gambir utama ke pasar India.

Salah satu faktor yang mempengaruhi ekspor gambir ke pasar dunia yaitu mekanisme ekspor gambir Sumatera Barat menggunakan kondisi penjualan FOB. Kondisi ini memberikan kemudahan buat eksportir gambir

Sumatera Barat karena eksportir tidak bertanggung jawab terhadap biaya pengiriman barang dan biaya asuransi barang (Harun, 2011). Namun, perlu regulasi yang jelas dalam mengawasi kualitas produk gambir Indonesia ke pasar dunia. Selain itu, perlu peningkatan kuantitas dan kualitas gambir Sumatera Barat agar volume ekspor gambir Indonesia terus meningkat dengan adanya penerapan teknologi tepat guna untuk pengolahan gambir.

KESIMPULAN

Hasil analisis daya saing gambir Indonesia dengan pendekatan indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*) menggambarkan bahwa gambir Indonesia di pasar dunia belum memiliki daya saing. Produsen utama gambir dunia adalah India. Namun, untuk daya saing gambir di pasar sasaran utama (India), Indonesia memiliki daya saing yang kuat dibandingkan negara pesaing lainnya seperti Italia, Perancis, Belgia dan negara produsen lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia juga memiliki peran strategis dalam pasar gambir dunia. Namun, jika diperhatikan *trend* nilai RCA gambir Indonesia di pasar India pada sepuluh tahun terakhir (2010-2019) cenderung mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, A. H. B. (2011). Pengembangan

agroindustri gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. In *[Tesis] Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.* <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/52872>

Afrizal, R. (2009). Analisis produksi dan pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat. In *[Tesis]. Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.* <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/5202>

Asmara, R., & Artdiyasa, N. (2008). Analisis tingkat daya saing ekspor komoditi perkebunan Indonesia. *Agrise, VIII*(2), 105–111. <https://agrise.ub.ac.id/index.php/agrise/article/view/2>

Badan Pusat Statistik. (2020). Provinsi Sumatera Barat dalam angka, 2019. In *BPS Provinsi Sumatera Barat.*

Dhalimi, A. (2015). Permasalahan gambir (*uncaria gambir* L.) di Sumatera Barat dan alternatif pemecahannya. *Perspektif, 5*(1), 46–59. <https://doi.org/10.21082/p.v5n1.2006>.

Elida, S. (2011). Strategi pemasaran gambir Kabupaten Kampar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan, 1*(3), 246–257. <https://jsep.ejournal.unri.ac.id/index.php/JSEP/article/view/537>

Ermianti. (2002). Budidaya, pengolahan hasil dan kelayakan usahatani gambir (*uncaria gambir*, Roxb.) di Kabupaten 50 Kota. *Balai Penelitian Tanaman Rempah Dan Obat, 50–64.* <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/3611>

Evalia, N. A., Sa'id, E. G., & Nurmalina, R. (2012). Strategi pengembangan agroindustri dan peningkatan nilai tambah gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen & Agribisnis, 9*(3). <https://doi.org/10.17358/jma.9.3.173-182>

Harun, E. W. (2011). Analisis faktor-faktor

- yang mempengaruhi volume ekspor gambir (*uncaria Gambier* Roxb) Sumatera Barat. In *[Skripsi] Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang*. <http://scholar.unand.ac.id/36007/>
- Hastuti, F., Febriani, & Budiyanti. (2017). Bauran pemasaran gambir dalam meningkatkan penjualan petani gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–10. <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22>
- Hosen, N. (2017). Profil sistem usaha pertanian gambir di Sumatera Barat. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(2), 124–131. <https://old.jurnal.polinela.ac.id/index.php/JPPT/article/view/291>
- Lukas, A., Ngudiwaluyo, S., Mulyono, H., & Adinegoro, H. (2019). Inovasi teknologi pengolahan gambir dan kajian SNI 01-3391-2000. *Pertemuan Dan Presentasi Ilmiah Standardisasi*, 241–250. <https://doi.org/10.31153/ppis.2019.27>
- Manalu, D. S. T., & Armyanti, T. (2019). Analisis nilai tambah gambir di Indonesia (sebuah tinjauan literatur). *MAHATANI*, 2(1), 46–67. <http://journal.uniga.ac.id/index.php/MJA/article/view/46-67>
- Nasrul, W., Zulmardi, & Indrayani, T. I. (2020). Strengthening gambier market through optimizing local institutions in Indonesia. *International Journal of Natural and Social Sciences*, 7(1), 5–9. <http://ijnss.org/wp-content/uploads/2020/03/IJNSS-V7I1-2-pp-05-09.pdf>
- Nasution, A. H., Asmarantaka, R. W., & Baga, L. M. (2015). Efisiensi pemasaran gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 221–239. <https://doi.org/10.30908/bilp.v9i2.9>
- Nihayah, D. M. (2012). Kinerja daya saing komoditas sektor agroindustri Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 19(1), 37–48. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/1691>
- Rahmadini, V. (2015). Implikasi penurunan ekspor gambir Indonesia Ke India terhadap perekonomian masyarakat Kabupaten Lima Puluh Kota (studi kasus: penurunan ekspor gambir Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat tahun 2008-2012). *Jom FISIP*, 2(1), 1–11. <https://core.ac.uk/reader/80571074>
- Taniguchi, S., Kuroda, K., Doi, K. I., Inada, K., Yoshikado, N., Yoneda, Y., Tanabe, M., Shibata, T., Yoshida, T., & Hatano, T. (2007). Evaluation of gambir quality based on quantitative analysis of polyphenolic constituents. *Yakugaku Zasshi*, 127(8), 1291–1300. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17666883/>
- United Nation. (2020). *Data Ekspor Gambir Dunia, Tahun 2010-2019*. UN Comtrade. <https://comtrade.un.org/data/>
- Yudha, A. P. (2017). Peluang ekspor gambir dan biji pinang. *[Warta Ekspor] Kementerian Perdagangan*, 8. http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/3751519022440.pdf
- Yuhono, J. (2003). Analisis pendapatan usahatani dan pemasaran gambir. *Balai Penelitian Tanaman Rempah Dan Obat*, 9–21. <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/3678>