



## STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK AYAM RAS INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

### INTISARI

Andri Hanindyo Wibowo  
22/510903/SPT/00260

Potensi industri perunggasan Indonesia yang tinggi berpeluang untuk ditingkatkan kemampuan ekspor di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur keunggulan komparatif dan faktor-faktor yang memengaruhi daya saing serta merumuskan strategi peningkatan ekspor ayam ras Indonesia. Digunakan data nilai ekspor ayam ras Indonesia dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Perdagangan, dan UN Comtrade tahun 2014-2023 dan dianalisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Export Product Dynamic (EPD)*, *X-Model Potential Export* dan *Market Share Index (MSI)*. Data primer juga diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 45 responden, termasuk perusahaan industri ayam ras yang melakukan ekspor dan pemerintah terkait. Pendekatan *Gravity Model* digunakan untuk menganalisis faktor ekonomi dan geografis, sedangkan *Porter Diamond* digunakan untuk menilai faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan kompetitif industri. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi industri. Hasil penelitian menunjukkan memiliki tren ekspor yang positif di pasar internasional. Selama periode tersebut, produk ayam ras Indonesia telah diekspor ke 39 negara di dunia. Total nilai ekspor mencapai 22.748.934,5 USD yang puncaknya terjadi pada tahun 2023. Kontribusi terbesar diperoleh dari Ayam Hidup yang berkontribusi 65% dari total nilai ekspor. Berdasarkan analisis RCA, EPD, X-Model dan MSI, menunjukkan produk ayam ras Indonesia memiliki keunggulan komparatif di beberapa negara dan berhubungan erat dengan tren ekspor produk ayam ras Indonesia yang terus naik. Dengan demikian, produk ayam ras Indonesia memiliki daya saing dan keunggulan komparatif di pasar Internasional. Hasil *Gravity model* menunjukkan bahwa faktor seperti jarak geografis dan GDP memengaruhi ekspor, dengan jarak yang memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Selain itu, berdasarkan *Porter Diamond*, faktor strategi, struktur, dan persaingan perusahaan melalui penyesuaian produk dengan negara tujuan ekspor dan faktor pemerintah melalui penyederhanaan prosedur ekspor menjadi dua faktor yang paling berpengaruh terhadap daya saing ekspor ayam ras. Faktor industri terkait dan pendukung memiliki korelasi yang kuat dengan strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, dan faktor peluang memiliki korelasi yang kuat dengan hampir semua faktor. Strategi diversifikasi dalam produk dan pasar, serta penerapan teknologi digital dalam distribusi dan produksi, diidentifikasi sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing ekspor. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan pelaku industri untuk mengoptimalkan keunggulan internal dan memanfaatkan peluang pasar internasional serta sinergi antara pemerintah, industri, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar internasional dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci : ayam ras, daya saing, strategi ekspor, pasar internasional



## **STRATEGY TO ENHANCE THE COMPETITIVENESS OF INDONESIAN CHICKEN PRODUCTS IN THE INTERNATIONAL MARKET**

### **ABSTRACT**

Andri Hanindyo Wibowo  
22/510903/SPT/00260

The Indonesian poultry industry has significant potential to grow and strengthen its position in the international market. This study aims to (1) evaluate the comparative advantage of Indonesian chicken products, (2) identify the determinants that influence their export competitiveness, and (3) formulate strategic recommendations to enhance export performance. The research utilizes secondary export data from Statistics Indonesia, the Ministry of Trade, and UN Comtrade covering the period 2014–2023. These data were analyzed using the Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD), X-Model Potential Export, and Market Share Index (MSI). Primary data were also collected through questionnaires distributed to 45 respondents, comprising exporting broiler companies and relevant government institutions. The results indicate that Indonesian broiler products demonstrate a positive export trend over the study period. Indonesian broiler commodities were exported to 39 countries, generating a total export value of USD 22,748,934.5, with the highest value recorded in 2023. Live chicken contributed the largest share, accounting for 65% of total exports. The RCA, EPD, X-Model, and MSI analyses jointly confirm that Indonesian broiler products possess comparative advantages in several destination markets, consistent with the overall upward trend in exports. The Gravity Model findings show that geographical distance exerts a significantly negative influence on export performance, while the GDP of partner countries positively affects trade flows. Porter's Diamond analysis identifies two critical determinants of competitiveness: firm strategy, structure, and rivalry, particularly through product adaptation to market requirements; and government supports, especially through the simplification of export procedures. Related and supporting industries also exhibit strong linkages with firm competitiveness, while opportunities demonstrate strong correlations across most analytical factors. Product and market diversification strategies, along with the adoption of digital technologies in distribution and production, were identified as key strategic measures to enhance export competitiveness. This study provides recommendations for the government and industry actors to optimize internal strengths and capitalize on international market opportunities. Strengthening collaboration among the government, industry, and other stakeholders is also emphasized to reinforce Indonesia's position in the international market and ensure sustainable growth.

**Keywords:** chicken product, competitiveness, export strategy, international market