

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Gambaran ekspor kelapa Indonesia ke luar negeri, kurang lebih ekspor kelapa Indonesia menunjukkan kinerja yang kuat dan kompetitif secara global. Meskipun ada fluktuasi dalam volume dan nilai ekspor akibat faktor internal dan eksternal, tren jangka panjang menunjukkan potensi pertumbuhan dan dominasi di pasar kelapa dunia. Proyeksi jangka pendek hingga 2027 menunjukkan perlunya intervensi dan penguatan produksi agar daya saing tetap terjaga.
2. Tren volume dan nilai ekspor kelapa Indonesia berfluktuasi dengan puncak pada 2017 dan penurunan tajam 2018-2019 terjadi penurunan signifikan dipicu faktor eksternal seperti harga global, kebijakan perdagangan, pandemi, dan pelemahan permintaan internasional. Terjadi pemulihan pada 2020 meski belum kembali ke level tertinggi.
3. Proyeksi produksi, volume dan nilai ekspor kelapa Indonesia 2025-2027. Produksi kelapa stagnan hingga menurun tipis, produksi diperkirakan tertinggi terjadi pada tahun 2025 (2,88 juta ton), terendah pada tahun 2027 (2,87 juta ton). Volume dan nilai ekspor diperkirakan pulih perlahan, namun pemulihannya moderat dan belum kembali ke puncak 2017. Volume dan nilai ekspor diperkirakan tertinggi terjadi pada 2027 sebesar 379,13 juta ton dengan nilai USD 72,43 juta, terendah diperkirakan pada 2025 sebesar 332,59 juta ton dengan nilai UDS 64,59.
4. Daya saing ekspor kelapa Indonesia sangat kuat dengan nilai RCA >4 dan nilai RSCA mendekati +1, jauh di atas Thailand, Vietnam, India, dan

Philiphina. Indonesia konsisten menjadi pemimpin pasar global kelapa.

6.2 Saran

1. Peningkatan produktivitas dan regenerasi tanaman, perlu dilakukan peremajaan kebun kelapa khususnya didaerah dengan tanaman tua agar produktivitas dapat meningkat secara berkelanjutan.
2. Optimalisasi lahan terbatas dengan meningkatkan hasil per hektar, bukan hanya menambah luas lahan.
3. Hasil peramalan produksi, volume dan nilai ekspor sebaiknya digunakan sebagai acuan dalam perencanaan strategi ekspor kelapa Indonesia baik di tingkat pemerintah maupun pelaku usaha.
4. Stabilitas daya saing dijaga melalui hilirisasi, peningkatan mutu produk, serta penguatan branding “kelapa Indonesia” di pasar global.

