

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Nanas merupakan komoditas yang termasuk ke dalam buah-buahan tropis dengan produksi paling tinggi di dunia. Nanas (*Ananas comosus* L.) adalah komoditas hortikultura yang tergolong dalam kelompok tanaman buah (frutikultur) (Kementerian Pertanian, 2016). Indonesia merupakan negara penghasil nanas terbesar ke-4 di dunia pada periode satu dekade ke belakang. Produksinya terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu berdasarkan data FAO yang menyatakan telah terjadi peningkatan produksi nanas sebesar hampir 2x lipat dari produksi domestik sepuluh tahun lalu. Produksi nanas dalam negeri diketahui sebesar 3,2 juta ton pada tahun 2022, namun konsumsi dalam negeri sangatlah kecil dimana BPS merilis bahwa data terakhir konsumsi nanas Indonesia adalah 0,22 kg/kapita/tahun pada tahun 2016.

Produksinya yang besar juga menjadikan ekspor nanas nasional pun tergolong tinggi jika dibandingkan dengan buah-buahan lain. Saat ini, kontributor devisa terbesar dalam ekspor komoditas frutikultura Indonesia disumbang oleh aktivitas ekspor nanas. Nilainya jauh mengungguli buah-buahan lain jika ditinjau dari sisi perdagangan internasional. Data dalam negeri pada tahun 2020 menyatakan bahwa diketahui nanas mempunyai kontribusi sebesar 81% dari total volume ekspor buah-buahan dengan nilai jual sebesar US\$ 274 juta di tahun tersebut (Kementerian Pertanian, 2021). Nilai dan volume ekspor nanas terlihat mengalami tren

peningkatan tercatat dari data sepuluh tahun terakhir yaitu berturut-turut US\$ 176 juta sebesar 183 ribu ton pada tahun 2012 menjadi hampir dua kali lipat yaitu US\$ 332 juta dari 257 ribu ton nanas pada tahun 2022.

Nilai ekspor nanas jauh mengungguli posisi frutikultura lainnya yaitu manggis, pisang, mangga, jeruk, dan buah-buahan lain. Tingginya ekspor nanas Indonesia disalurkan ke negara-negara tujuan ekspor dengan tingkat impor nanas paling tinggi di dunia yaitu Amerika Serikat dan Uni Eropa. Peningkatan ekspor nanas ini ditunjang oleh produksi nanas nasional yang juga mengalami kenaikan selama periode sepuluh tahun terakhir. Produksi nanas meningkat berdasarkan data satu dekade ke belakang yang semula sebanyak 1,78 juta ton di tahun 2012 silam, meningkat menjadi 3,2 juta ton pada tahun 2022 (FAOSTAT, 2023). Produktivitas nanas nasional yang meskipun cenderung fluktuatif juga mengalami peningkatan cukup signifikan dimana angkanya mencapai 131,7 ton/ha.

Produktivitas nasional nanas yang terus meningkat ini didukung oleh persebaran tanaman nanas hampir di seluruh provinsi di Indonesia. Produksinya yang sangat besar dan nilai ekspor yang terlihat sangat baik dalam kacamata internal perdagangan internasional Indonesia (81%) ternyata tidak menunjukkan hal yang serupa baiknya di sisi eksternal. Ekspor nanas Indonesia hanya mengambil proporsi sedikitnya 8% dari total produksi nanas dalam negeri. Konsumsi domestik yang kecil diiringi dengan persentase ekspor yang rendah menjadikan nanas seringkali mengalami jatuhnya harga pada saat panen raya. Ekspor nanas Indonesia di antara negara eksportir dan negara produsen juga kurang baik dengan adanya klaim bahwa ekspor Indonesia jauh di bawah negara-negara yang bukan negara produsen utama.

Berdasarkan uraian di atas, Indonesia menghadapi persaingan di sisi perdagangan internasional dengan negara-negara produsen nanas lain dalam memperebutkan pasar perdagangan internasional. Indonesia juga dituntut untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan negara eksportir lain dalam memperebutkan pasar di negara tujuan ekspor. Posisi Indonesia sebagai negara produsen ke-4 terbesar nanas dunia belum mampu membawanya sebagai negara eksportir utama dunia. Persaingan ketat Indonesia dalam perdagangan nanas dunia menjadikan perlu adanya analisis daya saing ekspor nanas untuk mengetahui bagaimana posisi daya saing nanas Indonesia baik secara komparatif dengan pesaing maupun kompetitif di negara tujuan ekspornya.

## **1.2. Tujuan dan Manfaat**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis daya saing komparatif ekspor nanas Indonesia terhadap negara produsen utama nanas dunia.
2. Menganalisis daya saing kompetitif (posisi pasar) nanas Indonesia di negara tujuan utama.

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang daya saing ekspor nanas Indonesia kepada pembaca dan peneliti selanjutnya. Hasil penelitian dapat pula dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan topik ini.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan bahan pertimbangan bagi pemerintah maupun pihak-pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan atau penentuan kebijakan perdagangan ekspor nanas Indonesia.
3. Peneliti dapat mewujudkan salah satu bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan serta menambah wawasan mengenai daya saing dan perdagangan internasional.