

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data BPS, kontribusi subsektor perkebunan Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 3,94% pada tahun 2021 (Kementerian Pertanian, 2022). Subsektor perkebunan memiliki beberapa komoditas unggulan yang memiliki kemampuan dan potensi besar dalam menyumbangkan kontribusinya terhadap cadangan devisa negara salah satunya adalah lada. Lada merupakan jenis rempah yang banyak digunakan untuk menambah cita rasa makanan. Lada juga disebut raja di kelompok rempah-rempah (*king of spices*) karena tingginya kebutuhan lada di berbagai belahan dunia. Menurut data FAO pada tahun 2024, Indonesia memiliki luas lahan perkebunan lada terbesar dan menjadi produsen lada terbesar ketiga di dunia. Oleh karena itu, Indonesia berpotensi besar dalam mengembangkan industri lada.

Lada Indonesia sebagian besar produksinya ditujukan untuk kegiatan ekspor daripada konsumsi dalam negeri (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018). Lada yang diekspor sebagian besar dalam bentuk lada utuh dan dikenal dengan nama "*Lampung Black Pepper*" untuk lada hitam dan "*Munthok White Pepper*" untuk lada putih. Produk lada dipasarkan secara global dengan *Harmonized System Code* (HS Code) 090411 atau *pepper of the genus piper, neither crushed nor ground*. Lada menempati posisi pertama sebagai komoditas

rempah dengan nilai ekspor terbesar di Indonesia pada tahun 2022 (Rafli at al., 2024).

Setiap negara yang melakukan ekspor harus mampu bertahan dalam persaingan pasar internasional. Persaingan ekspor lada dapat dimenangkan Indonesia dengan meningkatkan ekspor lada dengan harga yang bersaing sehingga daya saingnya juga meningkat. Peningkatan ekspor komoditas unggulan didukung oleh kebijakan pemerintah dalam rencana strategis Kementerian Pertanian Indonesia tahun 2020-2024 melalui Gerakan Tiga Kali Lipat Ekspor (Gratieks) yang mendorong untuk akselerasi peningkatan besaran (volume dan atau nilai) ekspor produk perkebunan dan turunannya sebesar tiga kali lipat, termasuk lada Indonesia. Gratieks bertujuan untuk memenangkan pasar ekspor dunia baik kaitannya dengan daya saing, pertumbuhan eksportir baru, peningkatan negara mitra dagang maupun akses pasarnya.

Perdagangan internasional yang semakin terbuka ditandai dengan semakin banyaknya permintaan lada di beberapa negara. Menurut TradeMap (2024) Indonesia termasuk dalam negara eksportir lada terbesar di dunia dengan volume ekspor 28,659 ton pada tahun 2022. Indonesia mengekspor lada ke beberapa negara di dunia dengan lima negara tujuan utama yaitu Vietnam, Amerika Serikat, Cina, India, dan Perancis (Dirjen Perkebunan, 2023). Pada awal tahun 2019, pemerintah mengeluarkan statement bahwa ekspor lada ke Vietnam akan ditekan dan dialihkan ke India karena lada yang diekspor Indonesia diolah menjadi lada bubuk dan di ekspor kembali oleh Vietnam, hal ini tentunya akan memberikan kerugian tersendiri

bagi Indonesia. Pengalihan negara tujuan ekspor lada ini dilakukan agar petani mendapatkan harga jual yang baik (Wardani, 2021).

India menjadi salah satu negara importir lada Indonesia terbesar ketiga pada periode 2018-2021 (Trademap, 2024). Tingginya permintaan lada di India dapat dilihat dari volume impor India yang meningkat dalam tiga tahun terakhir, hal ini memberikan peluang pada negara produsen dan pengeksport lada untuk mengeksport ladanya ke negara India, tidak terkecuali Indonesia. Peluang yang besar mengakibatkan banyaknya pesaing untuk lada Indonesia dalam memenangkan pasar India, diantaranya Vietnam, Sri Lanka, Brazil, dan Arab. Menurut Baso dan Anindita (2018), semakin meningkatnya produsen dan pengeksport suatu produk di dunia akan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar negara untuk memenangkan pasar. Namun, nilai dan volume ekspor lada Indonesia ke India sepanjang 10 tahun terakhir mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. Jika kondisi seperti ini terus berlanjut, maka dapat membahayakan posisi Indonesia dan mengakibatkan produk lada Indonesia dapat tergantikan oleh negara pesaingnya. Oleh karena itu, Indonesia harus lebih memperhatikan peluang pasar ekspor yang tepat. Berdasarkan uraian yang telah dibahas, perlu dilakukan analisis daya saing ekspor lada Indonesia ke India untuk mengetahui daya saing dan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing ekspor lada Indonesia di pasar India.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis keunggulan komparatif ekspor lada Indonesia di pasar India.

2. Menganalisis keunggulan kompetitif ekspor lada Indonesia di pasar India.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi produsen dan eksportir yaitu diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan untuk meningkatkan daya saing lada di pasar India.
2. Bagi pemerintah yaitu diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta evaluasi bagi pemerintah dalam penyusunan maupun pengambilan kebijakan terkait pengembangan kegiatan ekspor dalam mendukung daya saing lada Indonesia di pasar India.
3. Bagi peneliti dan pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi mengenai daya saing ekspor lada di pasar India.