

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Industri pertanian mempunyai peranan penting dan mempunyai pendekatan strategis dalam pembangunan nasional Indonesia. Pendekatan strategis dalam pembangunan industri pertanian di Indonesia mengacu pada serangkaian upaya terstruktur dan terintegrasi yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing sektor pertanian. Kontribusi pertanian terlihat dari perolehan devisa negara dari ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, penyediaan bahan baku berbagai industri dalam negeri, peningkatan perolehan nilai dan daya saing, serta optimalisasi pengolahan sumber daya alam yang berkelanjutan. Ekspor merupakan elemen krusial yang menarik perhatian dalam konteks ekonomi suatu bangsa. Tingkat pencapaian yang tinggi dalam kegiatan ekspor memiliki implikasi positif yang signifikan terhadap struktur ekonomi negara tersebut. Dampak positif yang dihasilkan mencakup sektor-sektor ekonomi yang beragam dan dapat meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan. Peningkatan kinerja ekspor dianggap sebagai faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pembangunan nasional (Pane, 2023). Tercatat pada bulan Juli 2023, ekspor pertanian mencapai 377,5 juta dolar AS, sehingga terdapat kenaikan sebesar 12,7 juta dolar AS pada kinerja ekspor pertanian bulan Agustus 2023 (Kementerian Pertanian, 2023).

Lada (*Piper Nigrum* L) merupakan salah satu komoditas rempah Indonesia yang di ekspor ke pasar internasional karena mempunyai potensi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia memiliki kontribusi ekspor ke negara tujuannya di dunia sebesar 43.55% dari total nilai ekspor lada dunia yang masih menjadi primadona dan mengungguli negara-negara pesaingnya pada tahun 2019. (Fathya *et al.*, 2021). Lada termasuk rempah yang paling tua dan populer di dunia dan lada menjadi komoditas perkebunan pertama dari Indonesia yang diperjual belikan ke Eropa melalui Arabia dan Persia. Pada zaman yang semakin global ini, lada akan semakin banyak digunakan pada industri makanan sebagai bumbu dan bahan penyedap yang alami (Aerisha, 2019). Indonesia dikenal dengan dua jenis, yaitu lada hitam dari Lampung dan lada putih dari dari Bangka (Kurnianto *et al.*, 2016).

Indonesia menjadi negara pengekspor lada terbesar ke-2 di dunia setelah negara Vietnam dengan produksi nasional mencapai 89,9 ribu ton pada tahun 2020. Lada menjadi komoditas rempah ekspor terbesar ke-1 di Indonesia dibandingkan komoditas rempah lainnya. Berdasarkan data kementerian perdagangan, pada caturwulan pertama tahun 2020 lada menguasai total 18,7% total ekspor rempah Indonesia dengan nilai mencapai \$40,88 juta. Merujuk kepada data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, ada lima provinsi penghasil lada terbesar di Indonesia, yaitu Bangka Belitung sebanyak 33,8 ribu ton, Lampung sebanyak 14,4 ribu ton, Sumatera Selatan sebanyak 8,2 ribu ton, Sulawesi Selatan sebanyak 6,7 ribu ton, dan Kalimantan Timur sebanyak 6,6 ribu ton.

Nilai dan volume ekspor lada Indonesia berdasarkan negara tujuan utama periode 2021 – 2023, Vietnam menjadi negara tujuan ekspor urutan pertama dengan nilai ekspor mencapai US\$32.229 ribu dan volume ekspor 5.764 ton, negara tujuan ekspor kedua Amerika Serikat dengan nilai ekspor US\$23.938 ribu dan volume ekspor 4.655 ton, negara tujuan ekspor ketiga adalah India dengan nilai ekspor US\$22.728 ribu dan volume ekspor 4.106 ton, negara tujuan ekspor keempat adalah China dengan nilai ekspor US\$18.815 ribu dan volume ekspor 4.528 ton, dan negara tujuan ekspor kelima adalah Belanda dengan nilai ekspor US\$10.817 ribu dan volume ekspor 870 ton (Ditjenbun, 2023). Harga lada di pasar dunia cenderung memiliki tren meningkat, selain harga yang tinggi permintaan lada dunia juga terus meningkat seiring dengan penambahan jumlah penduduk, hal tersebut membuktikan bahwa komoditas lada layak dikembangkan (Balqis dan Yanuar, 2019).

Volume ekspor lada Indonesia pada periode 2009-2023 mengalami fluktuasi dan terdapat kecenderungan penurunan dalam volume ekspor, dengan tingkat rata-rata sekitar 44.385 ton per tahun, dan pertumbuhan volume ekspor rata-rata sebesar -0,12% per tahun. Perubahan dalam ekspor lada Indonesia juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti produksi, permintaan domestik, dan kebutuhan pasar. Di sisi lain, nilai ekspor lada Indonesia pada periode yang sama juga mengalami fluktuasi. Rata-rata nilai ekspor adalah sekitar US\$245.712 ribu per tahun, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 5,11% per tahun (Trade Map, 2024).

Upaya peningkatan daya saing dari produk yang akan diekspor merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan ekspor. Daya saing harus dimiliki oleh negara

yang ingin tetap bersaing dalam perdagangan global. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan telah meningkatkan intensitas persaingan antarnegara, sehingga kemampuan untuk mengekspor barang dan jasa dengan daya saing tinggi menjadi kunci pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Faktor-faktor seperti efisiensi produksi, inovasi teknologi, kebijakan pemerintah, kualitas produk, serta nilai tukar mata uang menjadi aspek yang perlu dikaji untuk mengetahui sejauh mana daya saing suatu produk di pasar ekspor. Peningkatan daya saing penting untuk dilakukan mengingat bahwa Indonesia bukan satu-satunya negara pengekspor lada dunia, pesaing utama Indonesia dalam pasar lada dunia adalah Vietnam, Brazil, India dan Malaysia. Indonesia memiliki pangsa pasar produksi lada yang cukup besar namun hanya memenuhi kurang dari 50% pangsa pasar dunia (Trade Map, 2019). Berdasarkan informasi tersebut dan data-data yang sudah diurai di atas terutama mengenai potensi lada Indonesia tentunya menimbulkan pertanyaan dan perlu dilakukan penelitian. Khususnya mengenai bagaimana sebenarnya daya saing ekspor komoditas lada Indonesia di pasar dunia serta tren proyeksi perkembangan ekspor lada Indonesia di pasar internasional.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis keunggulan komparatif ekspor lada Indonesia di pasar internasional.
2. Menganalisis keunggulan kompetitif ekspor lada Indonesia di pasar internasional.

3. Menganalisis tren perkembangan dan proyeksi ekspor lada Indonesia di pasar internasional.

### **1.3. Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi tentang ekspor lada dan sebagai masukan penetapan strategi yang akan diterapkan.
2. Penelitian ini dapat menjadi informasi landasan untuk merumuskan, menetapkan, dan mengimplementasikan kebijakan dalam rangka mengembangkan perdagangan ekspor lada Indonesia.
3. Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pembelajaran dan sarana dalam memperluas wawasan tentang perdagangan ekspor lada Indonesia.
4. Penelitian ini dapat dipergunakan sebagai acuan dan referensi pembanding untuk penelitian selanjutnya.