

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Lada

Tanaman lada (*Piper nigrum* L) adalah tanaman merambat tropis yang terkenal dengan rempah-rempahnya. Tanaman ini memiliki batang berkayu yang lentur dan beruas-ruas, mampu tumbuh hingga sepuluh meter jika didukung penyangga. Daunnya berbentuk lonjong atau oval, berwarna hijau gelap dengan permukaan mengkilap dan tulang daun yang jelas terlihat. Lada memiliki sistem perakaran serabut yang dangkal tetapi menyebar luas di bawah permukaan tanah, berfungsi untuk menyerap air dan nutrisi. Bunga lada berbentuk malai atau tandan, berukuran kecil, dan muncul di ketiak daun. Buah lada berbentuk bulat kecil, berwarna hijau saat muda, dan berubah menjadi merah atau kuning saat matang. Buah ini kemudian dikeringkan untuk menghasilkan lada hitam, lada putih, atau lada hijau, tergantung pada proses pengolahannya. Tanaman lada tumbuh subur di daerah dengan iklim tropis yang hangat dan lembab, memerlukan tanah yang subur dan drainase yang baik untuk pertumbuhan optimal.

Menurut Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat (1996), klasifikasi tanaman lada sebagai berikut:

- Kingdom : *Plantae*
- Divisi : *Spermatophyta* (tanaman berbiji)
- Sub divisi : *Angiospermae* (biji berada di dalam buah)
- Kelas : *Dicotyledoneae* (biji berkeping dua)

Ordo : *Piperales*
Famili : *Piperaceae*
Genus : *Piper*
Spesies : *Piper nigrum* Linn

Lada (*Piper nigrum* L) memiliki berbagai manfaat yang meliputi aspek kuliner, kesehatan, dan penggunaan industri. Tanaman ini dimanfaatkan sebagai bumbu yang sangat penting di dunia kuliner dan digunakan di seluruh dunia untuk memberikan rasa pedas serta aroma khas pada berbagai masakan, termasuk sup, saus, daging, dan sayuran. Lada juga telah digunakan dalam pengobatan tradisional sebagai obat dan tonik untuk berbagai kondisi kesehatan. Tanaman lada dikenal memiliki sifat antiinflamasi, antimikroba, dan analgesik. Beberapa manfaat kesehatan lada termasuk meredakan nyeri, meningkatkan pencernaan, merangsang nafsu makan, dan membantu mengatasi masalah pernapasan. (Saras, 2023).

Lada merupakan tanaman yang tumbuh pada ketinggian antara 0-1000 mdpl. Tanaman lada dapat tumbuh dengan baik di daerah beriklim tropis dengan temperatur optimum 23°C sampai 30°C dan curah hujan sebesar 2000 hingga 4000 mm per tahun yang merata sepanjang tahun. Tanaman ini sangat baik ditanam pada lahan yang agak miring, subur secara fisik dan ekonomi dan dengan drainase yang baik serta mendapat sinar matahari yang cukup dengan intensitas cahaya 50-70%. Lada membutuhkan rambatan dengan menggunakan tajar hidup atau tajar mati, serta memerlukan tanaman penutup tanah (Kardinan *et al.*, 2018). Berdasarkan perbedaan waktu pemetikan dan proses pengolahannya dikenal dua jenis lada yaitu lada hitam dan lada putih. Lada hitam dan lada putih merupakan jenis lada yang

sama akan tetapi memiliki perbedaan dalam waktu pemetikan, persyaratan bahan olah, cara pengolahan, waktu pengolahan, dan biaya pengolahan. Perbedaan kedua jenis lada ini juga terdapat dalam hal pengolahan lanjutan serta gradingnya yang sesuai dengan spesifikasi pasaran dunia.

Ekspor lada Indonesia merupakan salah satu sektor penting dalam perdagangan internasional, mengingat Indonesia termasuk salah satu produsen lada terbesar di dunia. Lada Indonesia, terutama varietas lada hitam dan lada putih, memiliki kualitas tinggi dan banyak diminati oleh pasar global, seperti Amerika Serikat, Eropa, India, dan Timur Tengah.

Tabel 1. Volume dan Nilai Ekspor Lada Indonesia Tahun 2009 - 2023

No	Tahun	Volume --ton--	Pertumbuhan --%--	Nilai --Ribu US\$--	Pertumbuhan --%--
1.	2009	50.279		139.079	
2.	2010	62.213	23,73	244.373	75,70
3.	2011	35.568	-42,82	208.587	-14,64
4.	2012	61.649	73,32	416.319	99,59
5.	2013	46.807	-24,07	337.841	-18,85
6.	2014	33.348	-28,75	310.136	-8,20
7.	2015	56.345	68,96	531.642	71,42
8.	2016	51.759	-8,13	416.581	-21,64
9.	2017	41.647	-19,53	228.357	-45,18
10.	2018	46.503	11,65	147.389	-35,45
11.	2019	50.361	8,29	141.836	-3,76
12.	2020	57.024	13,21	155.337	9,51
13.	2021	35.932	-36,98	157.918	1,66
14.	2022	28.465	-20,78	141.339	-10,49
15.	2023	22.784	-19,95	108.951	-22,91
Jumlah		680.648	-1,85	3.685.685	76,76
Rata rata		45.376	-0,12	245.712	5,11

Sumber : ITC, 2024.

Nilai ekspor lada Indonesia ke pasar global selama periode 2009–2023 menunjukkan pola fluktuatif, namun secara umum mengalami tren penurunan. Rata-rata nilai ekspor lada Indonesia dalam periode tersebut tercatat sebesar USD

245.712.000. Nilai ekspor tertinggi dicapai pada tahun 2015, yaitu sebesar USD 531.642.000 yang dipengaruhi oleh tingginya volume ekspor pada tahun tersebut, mencapai 56.345 ton. Nilai ekspor terendah terjadi pada tahun 2022 dengan angka USD 141.339.000, serta volume ekspor sebesar 28.465 ton. Indonesia memiliki potensi besar, ekspor lada Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga di pasar internasional, persaingan dari negara produsen lain seperti Vietnam dan Brasil, serta perubahan regulasi perdagangan di negara tujuan ekspor. Selain itu, produktivitas lada dalam negeri juga mengalami kendala akibat permasalahan kualitas benih, hama, dan kurangnya inovasi dalam budidaya serta pengolahan pasca-panen.

2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merujuk pada proses dimana berbagai negara saling bertukar barang, jasa, dan sumber daya melewati batasan perbatasan nasional mereka. Perdagangan internasional bertujuan untuk meningkatkan standar hidup suatu negara, memberikan kontribusi alokasi sumber daya secara efisien, dan masing-masing pihak mengharapkan adanya keuntungan (Suryanto & Kurniati, 2022). Ilmu perdagangan internasional mencakup menganalisa arus barang, jasa, dan pembayaran antara sebuah negara. Perdagangan Internasional dibagi menjadi dua kategori, yaitu perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa. Perdagangan internasional memiliki peranan yang besar dalam ekonomi global, di mana berbagai negara saling berkolaborasi untuk memenuhi beragam kebutuhan dan keinginan mereka. Perdagangan internasional memiliki dampak besar pada pertumbuhan

ekonomi suatu negara. Perdagangan internasional merupakan hal penting bagi negara dalam peningkatan pendapatan nasional (Andhika *et al.*, 2022).

Perdagangan internasional menjadi hal yang penting, pada dasarnya tidak ada satu negarapun di dunia yang mampu memenuhi semua kebutuhan negaranya tanpa melakukan perdagangan atau bisnis dengan negara lain. Suatu negara yang lebih banyak mengekspor daripada mengimpor, maka pendapatan nasional akan meningkat, kemudian akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi. Adanya perdagangan internasional memungkinkan produk-produk dalam negeri untuk dipasarkan ke luar negeri, hal ini dapat menyebabkan pendapatan nasional suatu negara mengalami kenaikan (Manik, 2022). Perdagangan internasional mengharuskan setiap negara memiliki spesialisasi dan juga kemampuan untuk dapat bersaing memperebutkan pasar yang ada, penguasaan pasar oleh suatu negara dapat menjadi ukuran kemampuan bersaing suatu negara untuk komoditas tertentu (Patone *et al.*, 2020).

Suatu negara terdorong untuk melakukan ekspor karena berbagai faktor yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, keunggulan komparatif, dan stabilitas perdagangan. Salah satu faktor utama adalah kelebihan produksi dalam negeri yang melebihi kebutuhan domestik, sehingga mengekspor barang ke pasar internasional menjadi solusi untuk menghindari penumpukan stok dan menstabilkan harga (Purba *et al.*, 2021). Suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produksi tertentu, seperti sumber daya alam melimpah, tenaga kerja murah, atau teknologi canggih, yang membuat produknya lebih kompetitif di pasar global. Faktor lainnya adalah kebutuhan untuk meningkatkan pendapatan negara melalui perolehan devisa yang

dapat digunakan untuk membiayai impor barang yang tidak dapat diproduksi sendiri serta memperkuat cadangan devisa nasional. Perjanjian perdagangan internasional dan hubungan diplomatik juga menjadi pendorong ekspor, karena kerja sama antarnegara dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan mengurangi hambatan perdagangan seperti tarif dan kuota. Stabilitas ekonomi juga menjadi alasan utama, di mana ekspor dapat membantu mengurangi ketergantungan terhadap pasar domestik yang rentan terhadap fluktuasi permintaan. Dorongan untuk melakukan ekspor berasal dari kombinasi faktor ekonomi, keunggulan produksi, kebijakan perdagangan, serta kebutuhan akan stabilitas ekonomi dalam jangka panjang (Diphayana, 2018).

2.3. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu negara untuk memasarkan, dan mempertahankan produk dan jasa di pasar internasional. Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menjual produknya di pasar internasional dan meraih keuntungan (Hertina *et al.*, 2021). Daya saing ekspor suatu komoditas memberikan informasi penting mengenai posisi suatu negara dalam pasar internasional, membantu dalam pengembangan strategi peningkatan daya saing, serta memperlihatkan potensi pasar ekspor yang dapat dimanfaatkan (Nurjati, 2022). Daya saing suatu komoditas dapat diukur atas perbandingan pangsa pasar (*market share*) komoditi tersebut pada kondisi pasar yang tetap. Daya saing merupakan kemampuan menjual produk dan melawan kompetitor sehingga dapat

memenuhi permintaan pasar untuk mendapatkan keuntungan (Turnip & Mawardi, 2016).

Suatu produk dikatakan memiliki daya saing apabila mampu bersaing dengan produk lain di pasar, baik dalam skala domestik maupun internasional, berdasarkan berbagai faktor seperti kualitas, harga, inovasi, dan efisiensi produksi. Daya saing suatu produk ditentukan oleh kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing (Ustiaji, 2016). Faktor-faktor yang meningkatkan daya saing meliputi penggunaan teknologi canggih, bahan baku berkualitas, biaya produksi yang efisien, serta strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan perdagangan, insentif ekspor, dan infrastruktur yang baik juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing suatu produk. Produk yang memiliki daya saing tinggi cenderung lebih mudah diterima di pasar, memiliki permintaan yang stabil, dan mampu bertahan dalam persaingan global. Daya saing yang kuat membuat suatu produk tidak hanya mampu meningkatkan pangsa pasar, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan produsen serta tenaga kerja yang terlibat dalam produksinya.

Kemampuan daya saing suatu negara dapat dilihat dari dua pendekatan, yaitu keunggulan kompetitif dan komparatif. Keunggulan komparatif kemampuan suatu negara, perusahaan, atau individu untuk menghasilkan barang dan jasa dengan efisiensi yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga dapat bersaing di pasar global atau lokal, sedangkan keunggulan kompetitif negara adalah

kemampuan suatu negara, perusahaan, atau individu untuk bersaing secara efektif dengan pesaing di pasar melalui inovasi, efisiensi, kualitas produk atau jasa, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Daya saing suatu komoditas dapat dilihat dari keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitifnya (Patone *et al.*, 2020).

2.4. Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif ekspor adalah konsep dalam ekonomi yang merujuk pada kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang atau jasa dengan biaya kesempatan yang lebih rendah dibandingkan negara lain. Keunggulan komparatif muncul ketika sebuah negara dapat memproduksi suatu barang atau jasa dengan efisiensi yang lebih besar, yang berarti mereka mengorbankan lebih sedikit sumber daya atau memiliki biaya relatif yang lebih rendah untuk memproduksi barang tersebut dibandingkan dengan negara lain (Radityo *et al.*, 2015). Teori keunggulan komparatif adalah konsep ekonomi yang menjelaskan bagaimana dan mengapa negara-negara dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional, meskipun satu negara lebih efisien dalam memproduksi semua barang dibandingkan negara lain. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh ekonom Inggris, David Ricardo, pada awal abad ke-19.

David Ricardo berpendapat bahwa teori ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional bisa terjadi meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut pada suatu komoditas. Cukup dengan keunggulan komparatif atau relatif pada harga di komoditas yang berbeda. Negara dapat merasakan manfaat dari perdagangan

internasional dengan mengekspor komoditas yang memiliki keunggulan relatif terbesar dan mengimpor komoditas yang memiliki keunggulan relatif terkecil (Pugel, 2016). Hal ini dapat memberikan solusi bagi negara-negara yang tidak memiliki keunggulan apapun dibanding negara lain. Teori ini bisa diterapkan dengan asumsi hanya ada dua negara, dua komoditas, setelah diketahui bahwa satu bangsa memiliki keunggulan komparatif pada suatu komoditas, maka bangsa lain harus mempunyai keunggulan komparatif pada komoditas lain (Salvatore, 2013). Keunggulan komparatif dari kegiatan ekonomi suatu negara menggambarkan keunggulan dalam hal potensi sumber daya alam, kemampuan teknologi dan manajerial dalam pengelolaan kegiatan ekonomi yang bersangkutan (Fahmi *et al.*, 2015).

2.5. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif ekspor adalah kemampuan suatu negara untuk menonjol di pasar internasional melalui berbagai faktor yang memungkinkan mereka menawarkan produk atau jasa yang lebih baik, lebih murah, atau lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dibandingkan dengan pesaing. Teori keunggulan kompetitif dikemukakan oleh Michael J. Porter pada tahun 1990 dalam bukunya yang berjudul *The Competitive Advantage of Nation*. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui beberapa aspek seperti kualitas produk yang unggul, biaya produksi yang rendah, inovasi, efisiensi logistik, pengetahuan pasar, dukungan pemerintah, reputasi merek, praktik bisnis berkelanjutan, skala ekonomi, dan jaringan distribusi global (Wardani dan Sugiyono, 2021). Negara dengan

keunggulan-keunggulan ini, dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional, memenangkan pangsa pasar yang lebih besar, dan menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam aktivitas ekspor. *Export Product Dynamic* (EPD) digunakan untuk menganalisis atau mengidentifikasi posisi daya saing ekspor lada Indonesia dari aspek keunggulan kompetitif relatif terhadap pasar internasional (Putri & Hidayat, 2023). Matriks posisi daya saing EPD terdiri atas empat kategori. Keempat kategori itu adalah “*Rising Star*”, “*Falling Star*”, “*Lost Opportunity*”, dan “*Retreat*” (Khairunisa & Novianti, 2017).

2.6. Tren

Tren ekspor adalah pola atau kecenderungan perubahan dalam aktivitas ekspor suatu negara atau perusahaan selama periode waktu tertentu. Fungsi dari peramalan tren adalah untuk dapat memperkirakan prospek ekonomi yang dapat terjadi di masa yang akan datang (Astia, 2019). Tren ini dapat mencakup berbagai aspek seperti volume ekspor, nilai ekspor, jenis barang atau jasa yang diekspor, tujuan pasar ekspor, dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor seperti kebijakan perdagangan, kondisi ekonomi global, dan perubahan permintaan konsumen internasional. Permintaan suatu produk yang terus meningkat akan menyebabkan suatu negara untuk berlomba lomba dalam mengeksport produk tersebut yang menyebabkan trend ekspor negara eksportir menjadi meningkat (Radifan, 2014). Rata-rata perubahan yang terjadi bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut tren positif atau tren mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut tren

negatif atau tren yang mempunyai kecenderungan menurun (Huda dan Widodo, 2017).

Daya saing ekspor dan analisis tren ekspor memiliki keterkaitan erat karena analisis tren ekspor dapat memberikan gambaran mengenai pola, pertumbuhan, serta perubahan dalam perdagangan suatu negara. Dengan menganalisis tren ekspor, dapat diketahui apakah suatu produk atau sektor memiliki daya saing yang kuat atau justru mengalami penurunan di pasar global. Jika tren ekspor menunjukkan peningkatan yang konsisten, hal ini mengindikasikan bahwa produk tersebut memiliki keunggulan kompetitif, baik dari segi harga, kualitas, maupun inovasi. Sebaliknya, jika tren menunjukkan penurunan, maka dapat menjadi tanda melemahnya daya saing akibat berbagai faktor seperti biaya produksi yang meningkat, perubahan regulasi, atau pergeseran permintaan pasar (Tupamahu, 2015).

Terdapat berbagai metode dan tren yang efektif dalam meramalkan kondisi di masa depan. Meramalkan tren dapat menggunakan tiga metode yaitu metode tren linier, tren kuadratik, dan tren eksponensial untuk membandingkan tren yang paling optimal dalam meramalkan tren ekspor pada tahun-tahun berikutnya (Wijaya *et al.*, 2022). Ketiga metode tren tersebut akan dibandingkan, dan metode tren terbaik akan dipilih. Pemilihan metode yang tepat memerlukan perhitungan untuk menilai akurasi kesalahan peramalan. Teknik akurasi model tren peramalan terbaik dapat diukur menggunakan dua metode, yaitu MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) dan MAD (*Mean Absolute Deviation*) (Nurfaizin & Maluku, 2017).