

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rempah merupakan komoditas yang memiliki potensi ekspor yang besar karena pasarnya yang terus berkembang. Rempah memiliki aroma dan bercita rasa khas yang memiliki berbagai kegunaan. Selain sebagai bumbu masakan, rempah juga digunakan secara luas, seperti dalam industri farmasi, kosmetik, wewangian, dan juga sebagai pengawet makanan. Rempah adalah bagian dari tumbuhan yang dimanfaatkan sebagai bumbu, penguat cita rasa, wewangian, pengawet makanan yang digunakan dalam jumlah terbatas, serta digunakan juga sebagai kosmetik, jamu, dan antimikroba (Nurhayati & Yusof, 2022). Beragam fungsi rempah dalam berbagai aspek kehidupan telah mendorong peningkatan permintaan rempah secara signifikan dalam masyarakat, seiring dengan semakin tingginya kesadaran akan pentingnya penggunaan bahan alami. Permintaan rempah-rempah diperkirakan akan terus meningkat yang didorong oleh pertumbuhan populasi, perekonomian, dan kebutuhan produk alami yang lebih sehat. Permintaan global terhadap rempah menunjukkan kecenderungan naik sebesar 10,38% setiap tahunnya, membuktikan bahwa rempah memiliki pasar yang menjanjikan dan berperan penting di pasar internasional (Anggrasari *et al.*, 2021). Permintaan global terhadap rempah menjadi peluang besar yang apabila dikelola dengan optimal dapat memperkuat kinerja ekspor sehingga dapat meningkatkan penerimaan devisa negara. Globalisasi

memungkinkan suatu negara mengeksport komoditasnya ke berbagai negara sekaligus memberikan peluang untuk meningkatkan devisa (Anggrasari & Mulyo, 2022).

Indonesia memiliki keunggulan dibandingkan negara pesaing ekspornya yaitu berupa bahan baku yang melimpah dan tenaga kerja dengan biaya relatif lebih rendah. Keunggulan tersebut dapat dimanfaatkan dengan berfokus dalam mengoptimalkan komoditas yang memiliki potensi besar seperti rempah-rempah. Indonesia memiliki produksi rempah-rempah yang cukup tinggi karena termasuk pada posisi lima besar produsen rempah terbesar di dunia yang menunjukkan potensi besar dalam memperluas pangsa pasar global rempah (Anggrasari *et al.*, 2021). Pemerintah saat ini tengah berfokus dalam peningkatan ekspor rempah-rempah yang didukung dengan program “Indonesia Spice Up the World” yang dimulai pada tahun 2021. Tujuan dari program ini adalah meningkatkan nilai ekonomi di pariwisata, perdagangan dan investasi melalui industri gastronomi. Program ini mendorong peningkatan nilai ekspor rempah dan bumbu hingga mencapai US\$ 2 miliar atau dua kali lipat nilai ekspor pada tahun 2020, serta menargetkan hadirnya 4.000 restoran Indonesia di luar negeri pada tahun 2024 (Wibisono, 2024). Salah satu komoditas rempah yang digencarkan pemerintah dalam upaya ekspor adalah kapulaga.

Kapulaga memiliki nilai jual yang tergolong tinggi sehingga kapulaga menjadi rempah termahal urutan ketiga setelah bunga saffron dan buah vanili, dengan harga per kg pada tahun 2023 antara Rp60.000-Rp145.000 (Ariyanti *et al.*, 2024). Permintaan pasar akan kapulaga semakin meningkat karena penggunaannya

sebagai bahan baku di berbagai industri serta masyarakat saat ini memiliki kesadaran tinggi akan kesehatan sehingga kembali menggunakan bahan-bahan alami. Faktor-faktor yang mendorong meningkatnya permintaan kapulaga, yaitu peningkatan konsumsi produk berbahan dasar kapulaga, penggunaan di industri produk herbal, industri farmasi dan kosmetik (Suhartini *et al.*, 2021). Peningkatan permintaan global akan kapulaga membuat pemerintah berusaha untuk meningkatkan ekspor kapulaga nasional di pasar internasional yang diimbangi dengan peningkatan produksi kapulaga pada tahun 2022 dengan persentase sebesar 3,13% dari tahun sebelumnya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 menunjukkan peningkatan produksi kapulaga di Indonesia dari 124.765.802 kg pada tahun sebelumnya menjadi 128.671.039 kg (BPS, 2023).

Pertanaman kapulaga di Indonesia tersebar di 20 provinsi dengan areal terluas berada di Jawa Barat yang memiliki lahan tanam seluas 2.700 hektare yang menghasilkan produksi sebesar 62.923 ton (Aqli *et al.*, 2022). Sentra utama pengembangan kapulaga berada di Pulau Jawa, di mana selama dua dekade terakhir, luas panen kapulaga di Pulau Jawa mencapai 95% dari total luas panen kapulaga di seluruh wilayah Indonesia (Abdurahim *et al.*, 2022). Julukan kapulaga adalah *Queen of All Spices* karena memiliki kegunaan diberbagai sektor yang tidak hanya sebagai rempah untuk bumbu masakan, tetapi diketahui sebagai tanaman fitofarmaka. Kapulaga sebagai rempah memiliki aroma khas yang dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam industri farmasi, herbal, dan parfum yang berasal dari minyak atsirinya yang memberikan aroma khas tersebut. (Abdurahim *et al.*, 2022).

Kapulaga merupakan jenis rempah yang mudah dibudidayakan karena tidak membutuhkan perlakuan khusus (Hani & Octavia, 2020). Budidaya kapulaga mempunyai banyak keunggulan, salah satunya adalah penanamannya yang cukup dilakukan sekali dan selanjutnya akan memperbanyak diri membentuk rumpun. Kapulaga dapat dipanen pertama kali setelah dua tahun dari penanaman dan setelahnya dapat dipanen empat kali setahun. (Hani & Octavia, 2020). Kebutuhan bahan baku obat herbal yang setiap tahun semakin meningkat berdampak pada kapulaga yang banyak digunakan dalam jamu tradisional dan obat herbal. Kebutuhan kapulaga untuk pasar domestik maupun ekspor tergolong cukup besar, dalam industri obat tradisional di Indonesia saja kebutuhannya mencapai sekitar 3.000 ton pertahun sedangkan untuk ekspor khususnya kebutuhan dari China sekitar 400 ton perbulan dan Indonesia baru mampu memenuhi sekitar 10%. (Waruwu, 2022). Ekspor kapulaga semakin meningkat hingga mencapai volume ekspor sebesar 6.248 ton dengan nilai hampir 8 US\$, sedangkan kebutuhan dalam negeri tetap besar sejalan dengan luasnya pemanfaatan kapulaga di sektor industri makanan, minuman, serta farmasi (Waruwu, 2022).

Produksi kapulaga Indonesia berperan penting dalam pasar kapulaga dunia yang berada di peringkat 5 sebagai eksportir kapulaga, namun masih dibawah Guatemala, India, United Arab Emirates (UAE), dan Nepal (ITC, 2023). Pasar kapulaga dunia merupakan salah satu komoditi pasar yang kompetitif. Negara-negara importir kapulaga terbesar yaitu Saudi Arabia, United Arab Emirates (UAE), India, China, dan Bangladesh, dimana pasar kapulaga berada pada tren yang positif yaitu permintaan yang tinggi. Negara yang menjadi tujuan utama ekspor

kapulaga Indonesia diantaranya China, Thailand, China Taipei, Korea Selatan, dan Vietnam. Pemilihan negara tujuan ekspor kapulaga Indonesia tersebut berdasarkan lima negara teratas yang didominasi oleh China, diikuti oleh Thailand, China Taipei, Korea Selatan, dan Vietnam, sementara negara lainnya hanya dengan pangsa pasar $\leq 0,1\%$ (ITC, 2024).

Prediksi permintaan kapulaga di pasar dunia di masa depan akan semakin meningkat sejalan dengan perkembangan industri yang menggunakan bahan dasar kapulaga. Permintaan kapulaga yang terus meningkat menunjukkan bahwa kapulaga menjadi komoditas rempah yang memiliki prospek baik pada perdagangan internasional (Suhartini *et al.*, 2021). Persaingan pasar internasional yang ketat yang dihadapi Indonesia menyebabkan perlunya Indonesia untuk mempertahankan eksistensinya dengan meningkatkan keunggulan produk yang dihasilkan negaranya agar tetap diminati oleh negara importir. Perdagangan internasional yang berkembang pesat sebagai dampak dari liberalisasi perdagangan menuntut Indonesia untuk memiliki spesialisasi, diferensiasi, dan kemampuan bersaing agar dapat memperebutkan pangsa pasar global (Samsunar *et al.*, 2025). Keunggulan-keunggulan ini penting agar dapat merebut dan mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan global yang dipenuhi oleh negara-negara produsen utama kapulaga lainnya seperti Guatemala, India, dan Nepal.

Indonesia sebagai salah satu produsen utama kapulaga memiliki keunggulan tersendiri baik dari produksi dalam negeri dan jenis kapulaga khas Indonesia. Selain itu, Indonesia dikenal sebagai negara produsen rempah dengan volume dan nilai ekspor yang tinggi di dunia pada komoditas rempah-rempah lainnya. Namun

penelitian daya saing terkini masih terbatas, seringkali menganalisis kapulaga secara gabungan bersama rempah lain. Keterbatasan ini krusial mengingat data ITC menunjukkan Indonesia berada di peringkat lima eksportir kapulaga dunia, jauh di bawah Guatemala dan India, mengindikasikan bahwa pangsa pasar Indonesia berisiko stagnan atau pertumbuhannya lambat, bahkan di tengah peningkatan volume produksi nasional. Hal ini menjadi alasan mendasar dalam melakukan evaluasi tren perkembangan daya saing ekspor kapulaga Indonesia di pasar internasional dan mengidentifikasi keunggulan komparatif dan kompetitif yang dapat digunakan sebagai dasar perumusan kebijakan yang lebih spesifik agar kapulaga Indonesia dapat meningkatkan pangsa pasar secara signifikan dan bersaing dengan negara-negara produsen utama kapulaga di dunia.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis keunggulan komparatif kapulaga Indonesia di pasar dunia.
2. Menganalisis keunggulan kompetitif kapulaga Indonesia di pasar dunia.
3. Menganalisis tren perkembangan ekspor kapulaga Indonesia di pasar dunia.

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, pengetahuan, dan wawasan mengenai daya saing ekspor kapulaga Indonesia di pasar dunia.

2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dan studi literatur untuk penelitian di masa depan.
3. Pemerintah, informasi yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk merumuskan, menetapkan, dan mengimplementasikan kebijakan dalam rangka mengembangkan perdagangan ekspor kapulaga Indonesia.