

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Lada

Lada (*Piper nigrum* L) merupakan tanaman merambat yang tergolong dalam keluarga *Piperaceae*. Buah lada berbentuk bulat kecil dan tersusun rapat pada tandan berbentuk bulir (*spike*); buah muda berwarna hijau, kemudian berubah menjadi merah saat masak, yang selanjutnya diolah menjadi lada hitam atau lada putih. Tanaman ini memiliki kebiasaan tumbuh merambat dengan batang yang lentur, berbuku-buku, dan memerlukan penopang seperti tiang panjat atau tanaman pelindung agar pertumbuhannya optimal. Tanaman lada tumbuh subur di daerah tropis dengan temperatur optimum 28,1°C sampai 32,3°C dan curah hujan sebesar 2000 hingga 2500 mm per tahun yang merata sepanjang tahun. Daunnya tunggal, tersusun berselang-seling, berbentuk bulat telur hingga lonjong dengan ujung meruncing, permukaan halus, dan berwarna hijau mengilap. Sistem perakaran lada berupa akar serabut yang relatif dangkal, sehingga membutuhkan tanah gembur, subur, dan memiliki drainase baik karena peka terhadap genangan. Bunga lada berukuran kecil, berwarna putih kehijauan, dan muncul pada bulir.

Berdasarkan perbedaan waktu pemetikan dan cara pengolahannya, lada dibedakan menjadi dua jenis, yaitu lada hitam dan lada putih. Kedua jenis lada ini sebenarnya berasal dari tanaman yang sama, namun diperlakukan berbeda dalam hal waktu panen, mutu bahan baku, proses pengolahan, lama pengolahan, serta biaya produksinya.

Menurut Plantamor (2016), klasifikasi tanaman lada adalah sebagai :

Kingdom : *Plantae* (tumbuhan)
Subkingdom : *Tracheobionta* (tumbuhan berpembuluh)
Super Divisi : *Spermatophyta* (menghasilkan biji)
Divisi : *Magnoliophyta* (tumbuhan berbunga)
Kelas : *Magnoliopsida* (berkeping dua)
Ordo : *Piperales*
Famili : *Piperaceae* (suku sirih – sirihan)
Genus : *Piper*
Spesies : *Piper nigrum* L.

Tanaman lada merupakan salah satu rempah paling penting di Indonesia karena peranannya sebagai rempah di dapur, sejarah perdagangannya yang panjang, serta kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Sejak zaman kejayaan rempah di Indonesia lada dikenal sebagai raja rempah yang bernilai tinggi yang menjadi salah satu penyebab masuknya kolonialisme bangsa Eropa ke Nusantara. Hingga saat ini, Indonesia tetap menjadi salah satu produsen lada terbesar di dunia dengan daerah seperti Lampung sebagai sentra produksi lada hitam dengan sebutan *lampung black pepper* dengan ciri khas warna hitam pekat dengan sedikit keriput, rasa pedas dan terasa menggigit, serta aroma tajam dan kuat dan Bangka Belitung sebagai sentra produksi lada putih dengan sebutan *muntok white pepper* yang memiliki wujud bulir putih, aroma tajam dan bersih, serta rasa pedas yang kuat namun tidak menyengat. Di Indonesia, ada dua daerah sentra penghasil lada, yakni Pulau Bangka sebagai produsen lada putih dan Lampung sebagai produsen lada

hitam (Darwance *et al.*, 2018). Provinsi penghasil lada lainnya meliputi Kalimantan Barat dengan sentra lada di Sambas, Bengkayang, Sanggau, dan Ketapang dengan lada varietas bengkayang yang merupakan lada putih dengan karakteristik lada yang berbulir besar, memiliki rasa pedas hangat serta aroma yang tidak terlalu tajam, serta provinsi lainnya seperti Aceh dengan jenis varietas lada yang diproduksi meliputi varietas lamkuta 1 dan belantung. Lada biasanya digunakan sebagai rempah yang tidak hanya menambah rasa pedas dalam berbagai jenis masakan seperti gulai, tongseng, dan sup, tetapi juga membantu dalam mengurangi bau amis pada olahan makanan berbahan daging, ikan, dan ayam. Keserbagunaan tersebut menjadikan lada sebagai salah satu rempah yang selalu ada di dapur Indonesia. Kontribusi ekspor lada mencapai puluhan ribu ton setiap tahunnya, menyumbang devisa signifikan yang didorong oleh kualitas lada hitam dari Lampung serta lada putih dari Bangka Belitung yang diminati industri makanan, farmasi, dan kosmetik di berbagai belahan dunia.

Tabel 1. Negara Tujuan Utama Ekspor Komoditas HS 0904 Indonesia tahun 2024

No	Negara Tujuan	Tahun 2024		
		Volume Ekspor	Nilai Ekspor	Persentase Ekspor
		--ton--	--ribu US\$--	--%--
1	Vietnam	18.015	99.216	32,32
2	Amerika Serikat	8.373	47.017	15,02
3	China	8.393	38.316	15,06
4	India	5.950	33.282	10,67
5	Jepang	1.887	14.277	3,38
6	Lainnya	13.127	81.365	23,55
Total		55.745	313.473	100,00

UN Comtrade, (2025)

Pada tahun 2024 terdapat beberapa negara tujuan utama ekspor komoditas lada Indonesia. Vietnam merupakan negara pengimpor terbesar lada Indonesia

dengan volume ekspor mencapai 18.015 ton atau senilai 99.216 ribu US\$ diikuti dengan Amerika dan China dengan total hampir 30% dari seluruh ekspor lada Indonesia atau 85.333 ton lada yang diimpor kedua negara tersebut pada tahun 2024. India menjadi negara pengimpor ke-4 terbesar dengan volume ekspor mencapai 5.950 ton atau hampir 11% dari keseluruhan ekspor lada Indonesia. Jepang dan Singapura menjadi negara lainnya yang menjadi tujuan ekspor komoditas lada Indonesia dengan masing – masing negara mengekspor 1.887 ton dan 2.908 ton atau senilai 24.574 ribu US\$. Jerman merupakan satu – satunya negara Eropa yang menjadi pengimpor lada Indonesia terbanyak di dunia dengan volume lada yang diimpor mencapai 1.417 ton pada tahun 2024 senilai 9.689 ribu US\$. Jumlah ekspor ke negara lainnya mencapai sekitar 9.612 ton dengan nilai 57.791 ribu US\$ dengan jumlah total ekspor komoditas lada Indonesia pada tahun 2024 mencapai 55.745 ton senilai 313.383 ribu US\$ atau 313 juta US\$.

2.2 Perdagangan Internasional

Di era globalisasi ini, pergerakan roda ekonomi suatu negara tidak lepas dari kegiatan jual beli sumber daya ataupun produk yang dilakukan dengan negara lainnya baik untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun untuk meningkatkan devisa di negara tersebut. Kegiatan transaksi yang dilakukan antar negara tersebut biasa disebut perdagangan internasional yaitu bentuk kegiatan transaksi yang dilakukan oleh individu, perusahaan, dan pemerintah di suatu negara dengan negara lainnya. Perdagangan Internasional adalah suatu kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan oleh dua orang individu antar negara, atau seorang

individu dengan pemerintah atau negara, atau transaksi jual beli yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara yang lain (Zaki *et al.*, 2024).

Perdagangan internasional merupakan sesuatu yang perlu dilakukan oleh setiap negara di dunia untuk memenuhi kebutuhan serta mendukung pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah perdagangan internasional, yang merupakan kegiatan jual beli atau perdagangan yang dilakukan oleh warga negara tertentu kepada warga negara lain dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama (Yuni, 2021). Kegiatan perdagangan internasional terbagi menjadi dua yaitu ekspor atau kegiatan menjual barang/jasa dari dalam negeri ke luar negeri dan impor atau kegiatan membeli barang/jasa dari luar negeri ke dalam negeri. Suatu negara dikatakan mengekspor apabila mampu memproduksi barang untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri sehingga dapat menjual surplus barang tersebut ke negara lain. Sebaliknya suatu negara dikatakan mengimpor apabila tidak memiliki kemampuan untuk memproduksi suatu barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga harus membeli barang tersebut dari negara lain. Kegiatan ekspor biasanya dilakukan oleh negara-negara yang mampu memproduksi barang dalam jumlah besar serta telah terpenuhi di dalam negeri tersebut (Prayoga *et al.*, 2022). Sedangkan impor terjadi pada saat masyarakat telah bergantung pada suatu produk barang dan jasa namun negara tersebut belum mampu untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (Devitasari *et al.*, 2023).

Perdagangan internasional meliputi seluruh komoditas atau produk negara yang dijual ataupun dibeli negara lain. Lada merupakan salah satu komoditas yang

diperjualbelikan dalam kegiatan perdagangan internasional Indonesia. Lada Indonesia merupakan komoditas yang terlibat dalam perdagangan internasional melalui aktivitas ekspor dan impor (Budiarto *et al.*, 2024). Peran lada dalam kegiatan perdagangan internasional Indonesia tidak dapat diabaikan karena potensinya yang dapat meningkatkan kinerja ekspor Indonesia secara keseluruhan.

2.3 Teori Keunggulan

Sejarah teori keunggulan dimulai pada abad 18 dimana teori *merkantilisme* mulai memudar seiring dengan munculnya teori ekonomi baru Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of Nations*. Buku Adam Smith tahun 1776 *The Wealth of Nations* dianggap sebagai dokumen penting yang menandai berakhirnya periode ekonomi klasik (Rosita *et al.*, 2024). Adam Smith memperkenalkan konsep keunggulan mutlak dimana suatu negara memiliki keunggulan mutlak atau absolut terhadap negara lainnya dalam konteks efisiensi kegiatan ekspor dan impor. David Ricardo kemudian melanjutkan perkembangan teori perdagangan internasional melalui teori yang dikemukakannya pada tahun 1817 yaitu teori keunggulan komparatif.

Dalam teori keunggulan komparatif David Ricardo menjelaskan bahwa suatu negara tidak perlu memiliki keunggulan absolut untuk memperoleh keuntungan namun perlu mengutamakan kegiatan perekonomiannya pada suatu industri dengan daya saing tinggi dalam skala internasional. Dalam teori ini, Ricardo menjelaskan bahwa meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam

memproduksi barang tertentu, negara tersebut tetap dapat memperoleh keuntungan dengan memfokuskan produksi pada barang yang relatif lebih efisien (Aulia *et al.*, 2025). Keunggulan komparatif suatu negara dapat ditentukan oleh perbedaan efisiensi produksi, biaya peluang, serta kepemilikan faktor produksi yang dimiliki oleh negara tersebut jika dibandingkan negara lain. Keunggulan komparatif mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan negara lain, sehingga meningkatkan daya saingnya di pasar global (Purba *et al.*, 2025). Suatu negara yang memiliki keunggulan komparatif dapat memanfaatkan sumber daya dan tenaga kerja yang tersedia untuk menciptakan efisiensi produksi yang lebih unggul dari negara lainnya. Keunggulan komparatif memungkinkan negara-negara untuk memanfaatkan sumber daya alam dan tenaga kerja yang tersedia untuk memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang lebih rendah (Anggrasari *et al.*, 2021).

Pada tahun 1980 Michael E. Porter mengemukakan teori keunggulan kompetitif dalam *Competitive Strategy* yang kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam *Competitive Advantage* pada tahun 1985. Pada dasarnya, keunggulan kompetitif merupakan keunggulan yang dimiliki suatu negara yang membedakannya dengan negara lain melalui inovasi yang menciptakan produk superior atau melalui biaya operasional yang lebih unggul dari negara lainnya. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu perusahaan atau negara untuk membedakan diri dari pesaing dan menawarkan produk atau jasa yang unik dan berkualitas tinggi (Samsunar *et al.*, 2025).

2.4 Daya Saing

Dalam Kamus Bahasa Indonesia daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak untuk merebut pasar. Daya saing suatu negara dapat didefinisikan sebagai kemampuan perekonomian yang dimiliki oleh negara tersebut untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan dibandingkan dengan negara lainnya. Daya saing merupakan ukuran kemampuan yang dimiliki suatu negara dalam berkembang secara baik dibandingkan dengan negara lainnya sebagai pesaing dalam kegiatan perdagangan internasional (Yudha *et al.*, 2022).

Daya saing suatu negara dalam pasar internasional dapat diukur menggunakan teori keunggulan komparatif (efisiensi produksi melalui keunggulan sumber daya) oleh David Ricardo dan teori keunggulan kompetitif (kualitas/keunikan produk) oleh Porter. Daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional ditentukan oleh dua indikator, yaitu keunggulan komparatif (faktor yang bersifat alamiah) dan keunggulan kompetitif (faktor yang dapat diciptakan dan dikembangkan) (Tambunan, 2001). Pemanfaatan keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimiliki suatu negara dapat membantu dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan nilai ekspor yang dimiliki oleh negara tersebut. Dalam konteks perekonomian global, keunggulan komparatif dan kompetitif dapat membantu negara-negara dan perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan ekspor, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Samsunar *et al.*, 2025).

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah suatu uraian terkait dengan teori, konsep, dan hasil temuan dari penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan oleh penulis dengan tujuan untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru dalam melakukan penelitian terkait. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyajikan hasil penelitian terdahulu pada Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode	Hasil
1.	Analisis Daya Saing Perdagangan Lada Indonesia (Zahira <i>et al.</i> , 2024)	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui analisis data nilai ekspor lada Indonesia periode 2003-2022 menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Net Comparative Advantage (NCA) yang digunakan untuk melihat kondisi dan perkembangan dari daya saing ekspor dan perdagangan komoditas lada di negara tujuan.	Berdasarkan penelitian didapatkan rata - rata nilai RCA lada Indonesia HS 090411 periode 2003-2022 sebesar 30,91 dengan nilai RCA sebesar 9,87 pada tahun 2022. Daya Saing Perdagangan (NCA) lada Indonesia memiliki nilai rata-rata sebesar 3,43 dengan nilai NCA lada Indonesia sebesar 1,25 pada tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komoditas lada Indonesia memiliki daya saing perdagangan dan daya saing ekspor yang tergolong kuat di negara tujuan.
2	Analisis Daya Saing Lada Hitam Indonesia Di	Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji daya saing lada hitam Indonesia dengan 5 negara tujuan ekspor terbesar di pasar Internasional.	Hasil penelitian menunjukkan posisi pasar lada hitam Indonesia dengan Vietnam, Amerika Serikat dan India berada di posisi <i>rising star</i> . Namun posisi daya saing lada Indonesia di Prancis dan China masing – masing berada di posisi <i>falling star</i> dan <i>retreat</i> .

Tabel 3. Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Judul	Metode	Hasil
2.	Pasar Internasional (Rafli <i>et al.</i> , 2024)	Metode analisis data yang digunakan adalah <i>Export Product Dynamic</i> (EPD) untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan mengukur posisi lada hitam Indonesia di pasar internasional serta Porter's Diamond untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi daya saing.	Analisis <i>Porter's Diamond</i> menunjukkan bahwa lada hitam Indonesia memiliki keunggulan di aspek permintaan dan peran pemerintah, dan kelemahan terdapat pada faktor sumber daya manusia.
3	Komparasi daya saing ekspor lada Indonesia terhadap Vietnam dan Amerika (Trilasati <i>et al.</i> , 2023)	Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dengan metode <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif suatu produk atau komoditas, <i>Export Product Dynamic</i> (EPD) yang untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan mengukur posisi daya saing pasar suatu negara terhadap suatu produk atau komoditi yang diekspor, serta Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) yang untuk menganalisis posisi daya saing untuk melihat posisi atau tahapan perkembangan suatu produk juga menggambarkan apakah selisih dari suatu produk menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir atau importir.	Hasil penelitian menunjukkan Ekspor lada Indonesia kode HS 090411 di pasar Amerika memiliki keunggulan komparatif yang berada di atas rata-rata dunia dengan rata-rata nilai RCA 1,07. Sedangkan posisi daya saingnya di pasar Amerika berada pada posisi daya saing <i>Rising Star</i> . Sementara itu, ekspor lada Indonesia di pasar Vietnam memiliki rata-rata nilai indeks RCA sebesar 1,68 yang menunjukkan bahwa ekspor lada Indonesia memiliki daya saing yang tinggi dan kuat di pasar Vietnam. Namun, produk lada Indonesia di pasar Vietnam berada pada posisi daya saing <i>Falling Star</i> .

Penelitian ini berfokus untuk mengukur daya saing lada Indonesia yang berbeda dari penelitian terdahulu dengan kode HS 0904 yaitu *Pepper of the genus Piper; dried or crushed or ground fruits of the genus Capsicum or of the genus*

Pimenta di pasar internasional periode 2015 – 2024. Penelitian ini menggunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk menentukan keunggulan komparatif lada Indonesia kode HS 0904 yang kemudian dibandingkan dengan nilai RCA negara eksportir utama lada yang berbeda dari penelitian terdahulu seperti India, Vietnam, China, dan Spanyol. Analisis *Export Product Dynamic* (EPD) digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif komoditas lada Indonesia kode HS 0904 di negara tujuan ekspor utama yaitu Vietnam, Amerika, India, China, dan Jepang. Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dilakukan untuk menentukan posisi perdagangan komoditas lada Indonesia kode HS 0904 yang kemudian dibandingkan dengan nilai ISP negara eksportir utama lada di pasar internasional seperti India, Vietnam, China, dan Spanyol.