

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dalam suatu negara dipengaruhi oleh beberapa aspek penting, salah satunya adalah perdagangan internasional. Perdagangan internasional terjadi karena suatu negara tidak dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri secara mandiri atau jika suatu negara memiliki keunggulan dalam memproduksi suatu produk secara berlebih (Suhartini et al., 2021). Ekspor dan impor merupakan komponen inti dari perdagangan internasional tersebut. Dalam hal ini kegiatan ekspor cenderung bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara dan kegiatan impor untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang dikonsumsi oleh penduduk domestik (Rangkuty & Nasution, 2018).

Sektor pertanian bagi negara agraris seperti Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian negara, yaitu sebagai penyumbang *Gross Domestic Product Bruto* (GDP), sumber devisa, penyedia pangan untuk individu, bahan baku industri, dan sebagai sumber ketahanan pangan (Ervani, 2013). Dilihat dari nilai ekspor produknya, pada tahun 2020 nilai ekspor produk pertanian berkontribusi sebesar 4.119 juta US\$ menempatkan sektor pertanian pada posisi ketiga setelah industri pengolahan dan pertambangan dalam ekspor non migas Indonesia. Sektor pertanian sendiri dikelompokkan menjadi lima sub sektor yaitu sub sektor tanaman pangan, sub sektor perkebunan, sub sektor kehutanan, sub sektor peternakan, dan sub sektor perikanan. Sedangkan Kementerian Pertanian membagi tanaman pertanian menjadi tiga yaitu tanaman perkebunan, tanaman pangan, dan hortikultura.

Nugroho et al (2017) menyatakan bahwa hortikultura merupakan salah satu produk pertanian yang potensial untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis dan permintaan pasar yang tinggi. Hortikultura terdiri dari empat kelompok yaitu kelompok buah-buahan, kelompok sayuran, kelompok tanaman obat (biofarmaka), dan kelompok tanaman hias. Keempat kelompok tersebut memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai usaha agribisnis sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan petani.

Tanaman biofarmaka merupakan salah satu jenis produk hortikultura yang mengalami peningkatan permintaan dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat modern yaitu kembali ke alam (*back to nature*). Masyarakat pada umumnya menggunakan tanaman biofarmaka sebagai alternatif pengganti obat-obatan kimia yaitu sebagai obat herbal (Nugroho et al., 2017). Berdasarkan data Bada Pusat Statistik (2022), sub sektor tanaman biofarmaka, aromatic, dan rempah-rempah memiliki sumbangsih sebesar 15,02% dari total nilai ekspor komoditas pertanian dan berada pada posisi kedua terbesar setelah kopi.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tanaman biofarmaka terdiri dari 15 (lima belas) jenis tanaman yang meliputi dringo, jahe, kapulaga, kejobeling, kencur, kunyit, lengkuas, lempuyang, lidah buaya, mahkota dewa, mengkudu, sambiloto, temuireng, temukunci, dan temulawak. Diantara tanaman biofarmaka tersebut, jahe merupakan komoditas yang menghasilkan rata-rata produksi tertinggi setiap tahunnya yaitu sebesar 224.447.501,8 kg/tahun disusul oleh kunyit sebesar 164.811.794 kg/tahun dan kapulaga sebesar 85.135.206 kg/tahun. Jahe (*Zingiber officinale Rosc.*) merupakan salah satu tanaman biofarmaka andalan Indonesia

yang mempunyai prospek di pasar domestik maupun pasar internasional. Nilai dari tanaman ini terletak pada rimpangnya yang dikonsumsi sebagai minuman penghangat, rempah-rempah, hingga obat herbal.

Tabel 1.1 Produksi Tanaman Biofarmaka (Kg) Tahun 2016-2020

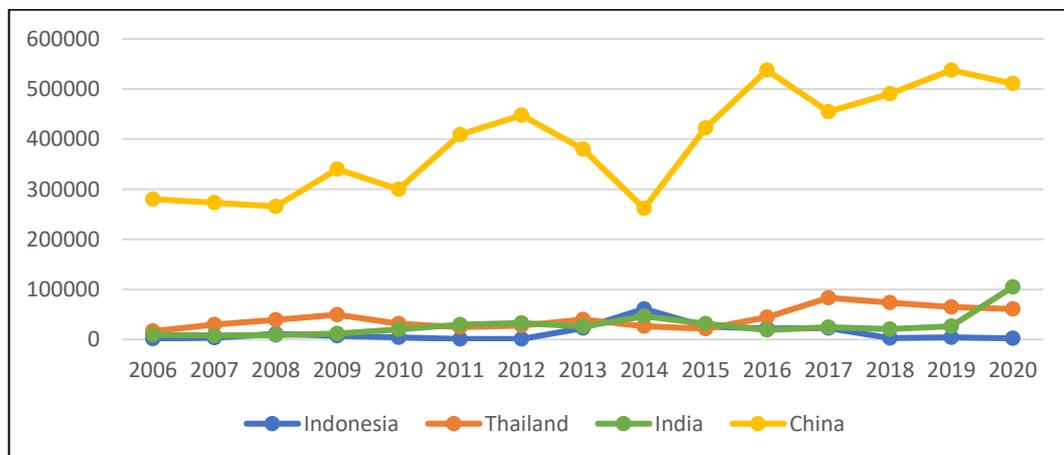
Jenis Tanaman	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Dringo	469831	433381	281511	333452	323765
Jahe	340341081	216586662	207411867	174380121	183517778
Kapulaga	86143984	90787405	81724526	72529554	94490565
Kejibeling	520067	376347	429846	418854	2583388
Kencur	36540786	36655028	35966755	35296213	44823793
Kunyit	107770473	128338949	203457526	190909203	193582819
Lengkuas	59453023	63536065	70014973	75384909	68658643
Lempuyang	8467091	7728410	9150995	6609056	7145910
Lidah Buaya	10924741	10331221	11228825	20746714	19828000
Mahkota Dewa	6457471	5460471	10946173	12670580	10272549
Mengkudu	4616815	4629225	5741585	8119231	19951955
Sambiloto	783484	1612170	2290039	1856377	2084568
Temuireng	6067555	6407704	7135233	6969556	7201988
Temukunci	3789352	4291516	5182414	4866303	4931611
Temulawak	22123632	24561046	25571197	29637119	26742721

Sumber: Statistik Hortikultura (2020)

Produksi jahe Indonesia tersebar di seluruh provinsi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, dari tahun 2016 hingga tahun 2020 rata-rata produksi jahe Indonesia didominasi oleh pulau jawa, yakni Jawa Timur sebesar 67.500.374 kg/tahun disusul oleh Jawa Barat sebesar 38.688.151 kg/tahun dan Jawa Tengah sebesar 38.342.340 kg/tahun. Tingginya produksi jahe tersebut didukung oleh wilayah Indonesia yang subur dengan kondisi geografis dan kekayaan alam yang melimpah. Iklim tropis di Indonesia juga cocok untuk budidaya jahe dengan rata-rata curah hujan sepanjang tahunnya (Aditama et al., 2015). Hal tersebut dapat

menjadi peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saing jahe di pasar internasional.

Wilayah Asia dalam periode 2006 hingga 2020 menguasai rata-rata produksi jahe dunia sebesar 79,3%. Indonesia merupakan salah satu negara yang memproduksi jahe terbesar di dunia. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), pada tahun 2020 Indonesia menempati posisi ke-5 sebagai produsen jahe terbesar di dunia setelah India, Nigeria, China, dan Nepal. Akan tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan tingkat ekspor jahe Indonesia, di mana Indonesia berada di posisi ke-19 diantara negara lain sebagai eksportir jahe. Di sisi lain, Indonesia menempati posisi ke-12 sebagai negara importir jahe terbesar di dunia.



Sumber: FAOSTAT, 2022

Gambar 1.1 Volume Ekspor Jahe Negara Asia Tahun 2006-2020 (Ton)

Gambar 1.1 menunjukkan perbandingan volume ekspor jahe dari negara-negara di wilayah Asia yaitu Indonesia, Thailand, India, dan China pada periode tahun 2006 hingga 2020. Secara keseluruhan, volume ekspor dari keempat negara mengalami fluktuasi. China menguasai ekspor jahe dengan rata-rata volume

ekspor sebesar 394.119,6 ton/tahun. Dalam periode tersebut posisi China tidak tergeserkan oleh negara lain di kawasan Asia sebagai eksportir jahe terbesar di dunia. Selanjutnya Thailand menempati posisi kedua dengan rata-rata volume ekspor sebesar 42.268,87 ton/tahun disusul oleh India dengan rata-rata volume ekspor sebesar 28.127,6 ton/tahun dan Indonesia dengan rata-rata volume ekspor sebesar 12.963,4 ton/tahun. Meskipun rata-rata produksi jahe Thailand berada di bawah Indonesia dan India, akan tetapi Thailand mampu menjadi eksportir jahe yang lebih besar dibandingkan keduanya. Rendahnya volume ekspor jahe Indonesia disebabkan oleh ketatnya persaingan komoditas jahe untuk memasuki pasar internasional dan juga adanya kendala seperti kualitas yang rendah dan produksi yang tidak menentu dikarenakan faktor iklim (Utama et al., 2020).

Daya saing suatu produk dapat dilihat melalui beberapa indikator sebagai tolok ukur. Salah satu indikator yang dapat menggambarkan keberhasilan suatu produk dalam persaingan yaitu semakin banyaknya permintaan akan produk tersebut di dalam pasar atau semakin meningkatnya ekspor produk tersebut dalam perdagangan internasional (Nurlaili, 2021). Agar suatu produk dapat bertahan dalam pasar internasional, maka produk tersebut harus mampu untuk bersaing dengan produk yang sama dari negara pesaingnya. Oleh karena itu pangsa ekspor suatu produk perlu ditingkatkan dengan cara memiliki keunggulan produk yang khas dibandingkan negara pesaing lainnya (Anggrasari et al., 2021). Adapun tinggi rendahnya daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional dapat dilihat melalui dua faktor yaitu faktor keunggulan secara komparatif dan faktor keunggulan secara kompetitif. Faktor keunggulan secara komparatif merupakan keunggulan yang secara alamiah telah ada pada suatu negara. Sedangkan faktor

keunggulan secara kompetitif merupakan keunggulan yang mampu diciptakan ataupun dikembangkan oleh suatu negara (Tupamahu, 2015). Selanjutnya persaingan ekspor jahe Indonesia dengan negara kompetitornya dapat memberikan suatu pandangan terkait seberapa besar spesialisasi perdagangan serta posisi daya saing komoditas jahe Indonesia di pasar internasional (Huda et al., 2021).

Indonesia sebagai negara yang menempati posisi lima dalam produksi jahe terbesar di dunia belum mampu menjadi salah satu negara eksportir jahe utama. Permasalahan tersebut memberikan tantangan bagi negara Indonesia, apakah komoditas jahe Indonesia masih mampu untuk bersaing di pasar internasional? Berdasarkan hal tersebut, maka penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji kinerja ekspor jahe Indonesia dibandingkan dengan negara pesaingnya. Penelitian ini menggunakan negara pesaing dari wilayah Asia yaitu Thailand, India, dan China. Penelitian ini menggunakan analisis *Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA)*, *Export Competitiveness Index (XCI)*, dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk menganalisis daya saing ekspor jahe Indonesia berdasarkan tingkat keunggulan komparatif, tingkat keunggulan kompetitif, dan spesialisasi perdagangan. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “ANALISIS DAYA SAING EKSPOR JAHE INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, diketahui bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki produksi jahe terbesar di dunia. Akan tetapi tingginya produksi jahe tersebut tidak sejalan dengan tingkat ekspor jahe

Indonesia. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat daya saing komparatif jahe Indonesia di pasar internasional?
2. Bagaimana tingkat daya saing kompetitif jahe Indonesia di pasar internasional?
3. Bagaimana tingkat spesialisasi perdagangan jahe Indonesia di pasar internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis daya saing komparatif jahe Indonesia di pasar internasional.
2. Menganalisis daya saing kompetitif jahe Indonesia di pasar internasional.
3. Menganalisis spesialisasi perdagangan jahe Indonesia di pasar internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan syarat untuk dapat meraih gelar sarjana. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dari teori-teori yang telah dipelajari dan dianalisis.
2. Bagi universitas, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan informasi untuk meningkatkan wawasan mengenai perdagangan internasional.

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terutama bagi penelitian tentang perdagangan jahe.
4. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan kebijakan dalam upaya mengoptimalkan perdagangan jahe Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada komoditas jahe dengan kode item 720 (*ginger*) pada sumber data *Food and Agriculture Organization* (FAO). Jahe yang dimaksud adalah jahe dalam jumlah total, baik jahe utuh ataupun yang telah dihancurkan.
2. Penelitian ini dibatasi untuk mengukur daya saing komparatif, daya saing kompetitif, dan spesialisasi perdagangan jahe Indonesia dengan negara pembanding dari kawasan Asia yaitu Thailand, India, dan China dengan pertimbangan bahwa negara tersebut tergolong sebagai produsen dan eksportir jahe terbesar di dunia.
3. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan jangka waktu 15 tahun yaitu dari tahun 2006 hingga 2020.