

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

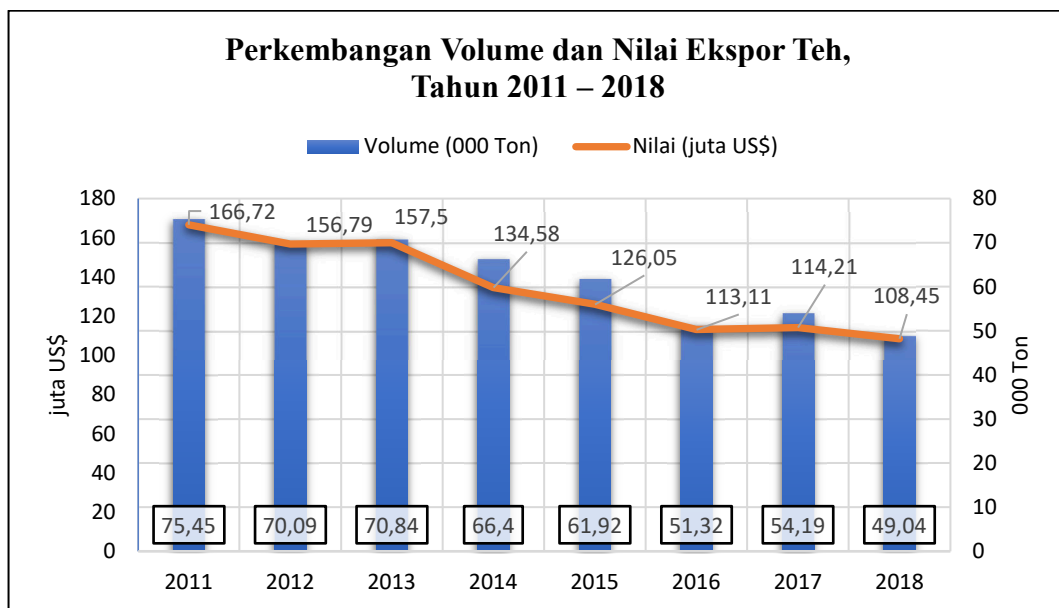
Perkembangan perekonomian di Indonesia hingga saat ini masih ditunjang oleh sektor pertanian. Keadaan ini merupakan sesuatu yang wajar mengingat keunggulan komparatif dan kompetitif perekonomian Indonesia lebih banyak terdapat pada kegiatan produksi yang berbasis sumberdaya alam dibandingkan dengan kegiatan produksi yang berbasis teknologi maupun modal. Hal ini mengingat Indonesia memiliki kekayaan alam berlimpah sebagai sumber bahan baku, ketersediaan lahan produktif serta ketersediaan jumlah tenaga kerja yang memadai. Menurut BPS (2020), kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) cukup besar yaitu sekitar 13,45 persen pada kuartal III tahun 2019 atau kedua tertinggi setelah sektor industri.

Salah satu subsektor pertanian yang cukup besar potensinya adalah subsektor perkebunan yang memberikan kontribusi terbesar dari PDB pertanian 2018 sebesar 38,54 persen. Menurut sektor, ekspor hasil pertanian naik sebesar 4,79 persen dan peningkatan PDB pertanian merupakan salah satu imbas dari meningkatnya ekspor komoditas pertanian yang dilakukan, dengan subsektor tanaman perkebunan merupakan salah satu subsektor unggulan negara Indonesia. Ekspor perkebunan adalah suatu usaha meningkatkan daya saing ekspor selain pertanian pangan, perikanan, pertambangan. Komoditi perkebunan sampai saat ini berperan sebagai andalan penghasil devisa negara dari non migas sektor pertanian. (Jati, 2019).

Potensi serta sumberdaya Indonesia untuk mengembangkan subsektor perkebunan cukup besar, karena ditunjang berbagai faktor produksi seperti lahan

yang luas dan sesuai, serta tenaga kerja yang relatif murah. Dengan tersedianya potensi tersebut ditambah dengan semakin meningkatnya teknologi yang dimiliki seperti teknologi dalam budidaya dan teknologi dalam pengolahan, subsektor perkebunan mempunyai prospek yang cukup besar di masa depan untuk dikembangkan.

Teh merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peranan cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, teh juga salah satu komoditi ekspor yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara di luar minyak dan gas. Penelitian ini mengkaji tentang komoditas teh hitam namun peneliti tidak dapat menemukan data ekspor khusus teh hitam secara nasional, maka dari itu menggunakan data teh secara umum. Berikut merupakan grafik perkembangan volume dan nilai ekspor teh tahun 2011-2018.



Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019.

Gambar 1.1 Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Teh, Tahun 2011-2018

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, total ekspor teh Indonesia delapan tahun terakhir cenderung mengalami penurunan, Pada tahun 2011 total volume ekspor

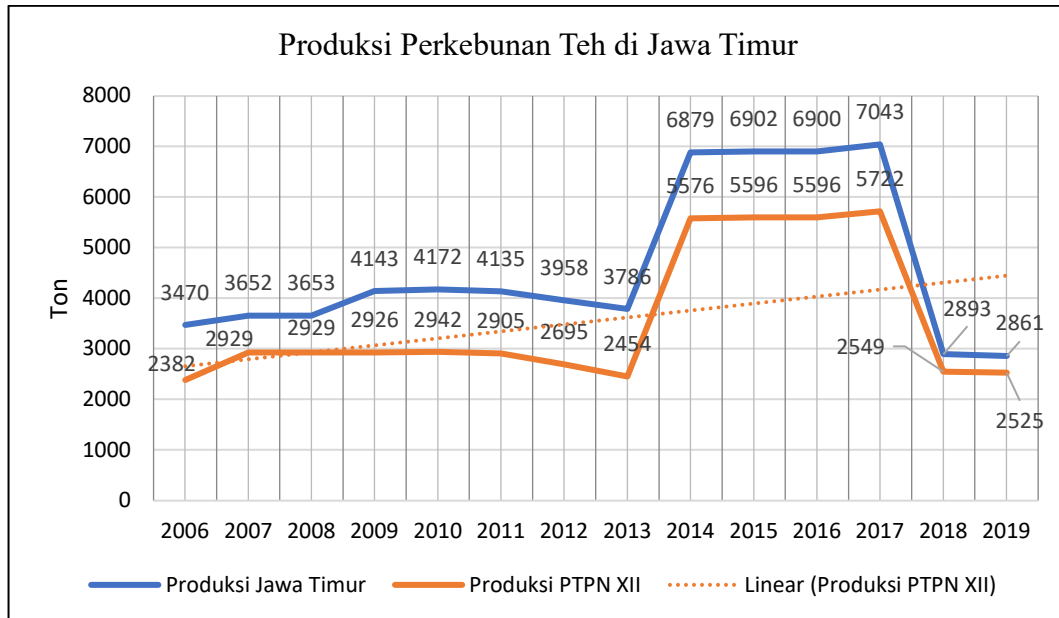
mencapai 75,45 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 166,72 juta turun menjadi 70,09 ribu ton pada tahun 2012 dengan total nilai sebesar US\$ 166,72 juta. Pada tahun 2012 juga mengalami penurunan menjadi 70,09 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 156,79 juta. Pada tahun 2013 mengalami kenaikan menjadi sebesar 70,84 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 157,50 juta. Kondisi pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi sebesar 66,40 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 134,58 juta. Pada tahun 2015 kondisi ekspor teh mengalami hal yang sama dengan tahun 2014 yaitu terjadi penurunan menjadi sebesar 61,92 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 134,58 juta. Pada tahun 2016 juga mengalami penurunan menjadi sebesar 51,32 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 113,11 juta. Beruntung pada tahun 2017 terjadi kenaikan volume ekspor menjadi 54,19 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 114,21 juta. Pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan volume ekspor menjadi sebesar 49,04 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 108,45 juta. (Ditjenbun, 2019)

Volume ekspor teh Indonesia bisa dicapai hingga puluhan ribu ton tidak terlepas dari sumbangan ekspor dari provinsi-provinsi di Indonesia yang memiliki lahan budidaya teh sehingga berperan sebagai daerah penghasil teh untuk Indonesia, salah satu daerah penghasil komoditi teh adalah Provinsi Jawa Timur. Salah satu komoditas tanaman perkebunan yang diproduksi di Jawa Timur yaitu teh, yang pada tahun 2018 nilai produksinya mencapai 7.345 ton yang tersebar di beberapa daerah di Jawa Timur seperti Tulungagung, Blitar, Malang, Lumajang, Jember, dan Ngawi.

Upaya meningkatkan kegiatan pemasaran untuk pasar domestik dan ekspor dapat terlaksana bila kegiatan produksi teh berjalan baik dan

menunjukkan tren positif, selain itu peningkatan standar kualitas teh diperlukan sehingga mampu menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

Berikut grafik volume produksi perkebunan teh Jawa Timur tahun 2006-2019.



Sumber: Dinas Perkebunan Propinsi Jawa Timur dan Direktorat Jenderal Perkebunan

Gambar 1.2 Produksi Perkebunan Teh di Jawa Timur Tahun 2006-2019

Pada gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa volume produksi teh di Provinsi Jawa Timur sebagian besar dihasilkan oleh perkebunan negara dibawah manajemen PT. Perkebunan Nusantara XII yang berkontribusi sebanyak dua ribu (2.000) ton lebih sejak tahun 2006 atau mencapai delapan puluh delapan (88) persen dari jumlah total produksi teh pada tahun 2018 di Provinsi Jawa Timur. (Ditjenbun, 2019)

PT. Perkebunan Nusantara XII sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mempelopori budidaya dan produksi komoditas teh di Provinsi Jawa Timur sebagian besar produksinya untuk memenuhi tujuan ekspor ke sejumlah negara konsumen teh diantaranya seperti negara Pakistan, Singapura, Uni Emirat Arab, Rusia, India, *United Kingdom*, dan Belanda. Jenis teh

yang diekspor oleh PT. Perkebunan Nusantara XII sebagian besar merupakan jenis teh hitam. Teh hitam produksi dari PT. Perkebunan Nusantara XII banyak yang dikirimkan secara curah karena produk teh hitam tersebut banyak yang digunakan sebagai bahan campuran dengan jenis teh dari negara lain yang pada akhirnya dapat menghasilkan teh berkualitas baik dengan cita rasa dan aroma teh yang nikmat.

Selain didistribusikan untuk pasar internasional, produk teh Indonesia sebagian juga untuk pasar domestik namun teh yang memiliki kualitas lebih rendah dan memiliki harga penjualan yang lebih murah yang beredar untuk konsumsi pasar domestik. Pasar domestik komoditas teh tidak begitu besar, direfleksikan oleh tingkat konsumsi teh per kapita Indonesia yang rendah. Pada tahun 2014, penduduk Indonesia mengkonsumsi rata-rata 0,32 kilogram teh per orang per hari, sedangkan rata-rata konsumsi teh dunia adalah 0,57 kilogram di tahun 2014, sementara negara Turki menjadi negara konsumen teh terbesar dengan rata-rata konsumsi teh sebanyak 7,54 kilogram (Meryana, 2015). Meskipun tingkat konsumsi teh pasar domestik Indonesia telah bertumbuh secara positif selama beberapa dekade yang lalu dan teh menjadi minuman yang paling banyak dikonsumsi masyarakat setelah air putih. Pada tahun 2009 sampai dengan 2013, terjadi peningkatan konsumsi teh rata-rata sebesar 0,13 persen. Peningkatan konsumsi teh tersebut, salah satunya disebabkan oleh mulai munculnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat kesehatan dari mengonsumsi teh (Zulkifli, 2013). Namun, konsumsi teh per kapitanya tetaplah rendah, terlebih lagi dalam masyarakat kelas menengah urban Indonesia semakin mengembangkan gaya hidup konsumsi kopi. Kendati demikian,

konsumsi minuman teh dingin telah bertumbuh dengan kuat di beberapa tahun terakhir.

Pada kasus kegiatan impor teh untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik, meskipun berasal dari jumlah yang kecil, telah meningkat pada periode reformasi, terutama teh dari negara Vietnam. Kasus impor semacam ini dipandang sebagai ancaman untuk penjualan dan margin keuntungan para produsen teh lokal dan karenanya penting untuk mendorong produksi teh di Indonesia (Meryana, 2015). Asosiasi Teh Indonesia telah meminta pemerintah untuk mengencangkan promosi mengonsumsi teh di dalam negeri untuk mendorong tingkat konsumsi teh di masyarakat sebab tingkat konsumsi teh di dalam negeri terus menurun dengan alasan kualitas yang kurang baik. Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 269,6 juta jiwa dan belum seluruhnya minum teh tiap hari, padahal potensi dalam negeri sangat besar. Badan Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) telah merekomendasikan kepada negara-negara produsen teh untuk terus meningkatkan konsumsi teh di dalam negeri, sehingga dirasa perlu adanya upaya-upaya yang optimal untuk meningkatkan produksi komoditas teh baik dalam aspek kuantitas maupun kualitasnya (Rosalina, 2013). Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi teh untuk pasar domestik perlu mendapat perhatian lebih karena pasar dalam negeri mampu dijadikan sebagai saluran pemasaran alternatif apabila pasar teh internasional mengalami kelesuan mengingat teh termasuk jenis produk pertanian yang punya karakteristik tidak memiliki masa simpan yang lama sehingga harus tepat waktu dalam pendistribusiannya.

Perkembangan ekspor teh hitam sendiri berfluktuatif menunjukkan bahwa pasar teh dunia belum stabil, ketidakstabilan itu salah satu faktor penyebabnya adalah terjadinya *over supply* pasokan teh dunia dalam bentuk curah, kemudian *over supply* ini tidak diimbangi dengan permintaan yang seimbang di pasar sehingga terjadi penurunan harga. Secara internasional beberapa negara pemilik kebun teh juga sedang panen, dengan areal dan produksinya juga sudah meningkat sehingga berbagai negara produsen teh tersebut berupaya untuk meningkatkan kegiatan ekspor tehnya (Safitri, 2018). Kondisi ini menyebabkan terjadinya persaingan antar produsen pengeksport teh, termasuk PT. Perkebunan Nusantara XII dari Indonesia. Persaingan tersebut meliputi kualitas, harga, dan kestabilan pasokan. Selain itu, hasil produksi teh yang menurun juga menjadi penyebab volume ekspor teh berfluktuasi, penurunan produksi tersebut dikarenakan beberapa perkebunan teh telah berubah menjadi memproduksi sayuran atau produk pertanian lain yang lebih menguntungkan (Meryana, 2015).

Selain menghadapi kendala volume produksi, kualitas, dan persaingan pasar. Menurut Ketua Dewan Teh Indonesia Rachmad Gunadi, kendala yang dihadapi oleh perkebunan teh nasional adalah persoalan inefisiensi. Biaya yang terus melambung setiap tahun sehingga makin senjang dengan harga komoditas yang stagnan rendah. Sementara itu, tidak ada insentif dari pemerintah guna membangkitkan dan mengembangkan industri teh nasional. Pada aspek pemasaran dan penjualan, di lingkungan BUMN perkebunan terdapat ketentuan bahwa pemasaran dan penjualan seluruh produk dilakukan oleh PT. (KPBN). Perusahaan yang dibentuk oleh *holding* perkebunan itu awalnya dibentuk agar setiap PTPN tidak saling mendahului dan terdapat standar harga yang sama.

Melalui model ini, PTPN juga didorong untuk fokus pada produksi dan kualitas. Akan tetapi, dalam perjalanannya, sentralisasi pemasaran dan penjualan itu dianggap tak memberikan harga jual maksimal kepada PTPN. Meskipun menghadapi persoalan yang kompleks, industri teh nasional diharapkan dapat bangkit karena dipandang memiliki potensi, sumber daya, dan pasar yang masih tergolong bagus. Permintaan akan komoditas teh akan terus tumbuh, namun preferensi terhadap jenisnya saja yang berubah-ubah, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang matang yang mampu mengintegrasikan sektor hulu hingga hilir, mengedukasi pasar dengan memperkenalkan mutu, sejarah dan budaya teh Indonesia, serta mengangkat manfaat minum teh yang berguna untuk kesehatan (Agung dan Manumoyoso, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian tentang **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Teh Hitam PT. Perkebunan Nusantara XII”** yang nantinya akan menganalisis perkembangan dan prediksi untuk produksi teh hitam serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memegang peranan penting sebagai produsen komoditas teh hitam bagi Indonesia. Penelitian ini perlu untuk dilakukan karena dapat membantu memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII dengan cara melihat hubungan dan signifikansi dari variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap volume ekspor teh hitam. Informasi tersebut dapat berguna sebagai bahan pertimbangan di masa yang akan datang dalam pengambilan keputusan

manajerial yang berhubungan dengan kegiatan ekspor teh hitam, terutama dalam upaya peningkatan dan pengembangan ekspor teh hitam sehingga PT. Perkebunan Nusantara XII mampu bersaing dengan produsen teh lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Prospek ekspor komoditas teh Indonesia di pasar internasional cukup bagus, akan tetapi Indonesia belum mampu menempati posisi teratas pengeksporteh dunia dan menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan berbagai negara produsen teh yang lain. Besarnya produksi teh di Indonesia harus mengacu pada besarnya produksi teh dunia, jumlah produksi teh di Indonesia harus bisa menyaingi produksi negara produsen teh lainnya. Selain persaingan dalam faktor jumlah produksi teh, Indonesia dan negara produsen teh lainnya juga bersaing dalam hal peningkatan kualitas teh untuk merebut pangsa pasar internasional.

Volume ekspor teh Indonesia bisa dicapai hingga puluhan ribu ton tidak terlepas dari sumbangan ekspor dari provinsi-provinsi di Indonesia yang memiliki lahan budidaya teh sehingga berperan sebagai daerah penghasil teh untuk Indonesia, salah satu daerah penghasil komoditi teh adalah Provinsi Jawa Timur. Delapan puluh delapan (88) persen dari jumlah total produksi teh pada tahun 2018 di Jawa Timur diproduksi oleh perkebunan negara dibawah manajemen PT. Perkebunan Nusantara XII (Ditjenbun, 2019). Besarnya volume ekspor teh yang berhasil disumbangkan PT. Perkebunan Nusantara XII dalam porsi ekspor teh secara nasional, telah menempatkan PT. Perkebunan Nusantara XII sebagai perusahaan yang memegang peran penting dalam memenuhi kebutuhan teh untuk pasar internasional.

Jumlah produksi teh PT. Perkebunan Nusantara XII yang berfluktuatif, tentunya akan memberikan dampak bagi perkembangan ekspor Provinsi Jawa Timur serta juga akan berimbas pada ekspor komoditas teh di tingkat nasional. Perubahan yang terjadi pada volume ekspor teh PT. Perkebunan Nusantara XII disebabkan oleh banyak faktor. Menurut penelitian terdahulu dan berdasarkan wawancara dengan pihak PT. Perkebunan Nusantara XII, beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap volume ekspor teh diantaranya volume produksi, harga jual ekspor, harga jual domestik, nilai tukar rupiah terhadap dolar, volume ekspor tahun sebelumnya, harga jual ekspor tahun sebelumnya, dan volume produksi tahun sebelumnya.

Sementara itu, memperhatikan kondisi pasar domestik juga dirasa diperlukan terutama dengan menawarkan produk teh dengan kualitas yang lebih baik namun dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat, karena pasar dalam negeri dirasa memiliki potensi yang besar. Peningkatan konsumsi teh dalam negeri mulai dirasakan, salah satunya disebabkan oleh mulai munculnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat kesehatan dari mengonsumsi teh (Zulkifli, 2013). Dengan begitu pasar domestik mampu dijadikan sebagai saluran pemasaran alternatif apabila pasar teh internasional mengalami kelesuan mengingat teh termasuk jenis produk pertanian yang punya karakteristik tidak memiliki masa simpan yang lama sehingga harus tepat waktu dalam pendistribusiannya.

Kompleksnya kendala yang dihadapi oleh perkebunan teh nasional seperti inefisiensi biaya, terbatasnya subsidi negara, dan belum optimalnya sistem pemasaran dan penjualan yang dilakukan masih dianggap mampu untuk diatasi

dan masih adanya sikap optimistis dalam membangkitkan industri teh nasional karena dipandang memiliki potensi, sumber daya, dan pasar yang bagus. Permintaan akan komoditas teh akan terus tumbuh, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang matang guna menghadapi ketatnya persaingan dan juga agar mampu memenuhi permintaan pasar teh dunia (Agung dan Manumoyoso, 2020).

Perlu diketahui langkah tepat yang dapat ditempuh agar komoditas teh dapat tetap memberikan kontribusi positif bagi Indonesia pada umumnya dan bagi PT. Perkebunan Nusantara XII pada khususnya. Namun sebelum melangkah menuju arah tersebut, perlu diketahui beberapa hal yang menyangkut ekspor teh hitam sehingga permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan dan prediksi produksi teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.
2. Bagaimana perkembangan pemasaran teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII untuk pasar domestik dan ekspor.
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.
4. Bagaimana peluang dan kendala serta solusi dari ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis perkembangan dan prediksi produksi teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.
2. Mendeskripsikan perkembangan pemasaran teh hitam di PT.

Perkebunan Nusantara XII untuk pasar domestik dan ekspor.

3. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.
4. Mendeskripsikan peluang dan kendala serta solusi dari ekspor teh hitam di PT. Perkebunan Nusantara XII.

1.4 Batasan Penelitian

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dalam lingkup PT. Perkebunan Nusantara XII dan hasil dari penelitian ini juga hanya berlaku untuk lingkup tersebut.
2. Komoditas yang diteliti pada penelitian ini adalah komoditas teh hitam.
3. Penelitian ini terbatas pada analisis perkembangan dan prediksi produksi teh PT. Perkebunan Nusantara XII, deskripsi perkembangan pemasaran produk teh PT. Perkebunan Nusantara XII untuk pasar domestik dan ekspor, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam PT. Perkebunan Nusantara XII, serta mendeskripsikan peluang dan kendala serta solusi yang dihadapi dalam distribusi pemasaran ekspor teh di PT. Perkebunan Nusantara XII secara keseluruhan tidak per negara tujuan mengingat data yang digunakan dalam analisis ini adalah per bulan, sehingga tidak dimungkinkan apabila yang dianalisis adalah per negara tujuan. Data penelitian berupa

produksi dan ekspor teh di PT. Perkebunan Nusantara XII merupakan data dalam kurun waktu 15 tahun terakhir yaitu sejak tahun 2005-2019.

4. Perkembangan pemasaran produk teh PT. Perkebunan Nusantara XII untuk pasar domestik dan ekspor terbatas pada perkembangan volume penjualan dan harga yang terjadi pada produk teh PT. Perkebunan Nusantara XII di pasar domestik dan ekspor.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi produsen (PTPN XII), penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai perkembangan dan prediksi produksi teh, perkembangan pemasaran produk teh untuk pasar domestik dan ekspor, faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh, peluang dan kendala serta solusi yang dihadapi dalam distribusi pemasaran ekspor teh dan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan manajerial yang berhubungan dengan kegiatan ekspor teh.
- b. Bagi pengambil kebijakan, khususnya pemerintah daerah Provinsi Jawa Timur, hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa mendatang, terutama dalam upaya peningkatan ekspor non-migas sub sektor perkebunan khususnya komoditas teh di Jawa Timur.
- c. Bagi penelitian lanjutan, diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan tambahan informasi serta referensi untuk penelitian lanjutan dalam kajian dengan topik pembahasan yang sama.