

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi memberi keuntungan dalam hal perdagangan yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh antar negara ditentukan karena perbedaan kondisi alam dan geografis (Jerzy & Oleksandr, 2022). Tertulis pada sebuah karya berjudul “Wealth of Nations” terkait keunggulan alamiah suatu negara disebabkan oleh faktor ciri-ciri iklim yang berbeda maupun kekayaan alam yang berbeda dengan kekhususan tertentu (Adam Smith dalam Jerzy & Oleksandr, 2022). Situasi perdagangan internasional, secara khusus, tidak dapat dihindari keberadaannya karena setiap negara memiliki perbedaan kondisi alam serta kondisi geografis.

Perdagangan internasional pada hakikatnya telah memberikan keuntungan bagi perekonomian suatu negara. Perlu digarisbawahi pula bahwa perdagangan internasional tidak hanya memberi keuntungan bagi perekonomian suatu negara karena perdagangan internasional juga mampu memberikan dampak tidak hanya pada pelaku dalam perdagangan, yakni juga memberikan dampak yang baik bagi masyarakat sekitar. Terkhususnya pada terlaksananya perdagangan internasional yang mengaitkan negara lain untuk ikut berkontribusi (Jerzy & Oleksandr, 2022).

Perdagangan internasional mengambil kendali pada perekonomian di Indonesia. Terlebih kegiatan seperti ekspor-impor menjadi jajaran kegiatan dengan peran penting sebagai tindakan untuk pemenuhan kebutuhan domestik maupun kebutuhan negara lain yang terjadi akibat adanya perbedaan yang dimiliki dari kondisi alam dalam negeri. Mudahnya, negara yang mengekspor dilatarbelakangi

oleh kelimpahan sumber daya yang telah tersedia di dalam negerinya (Septiana & Wahyuningsih, 2020).

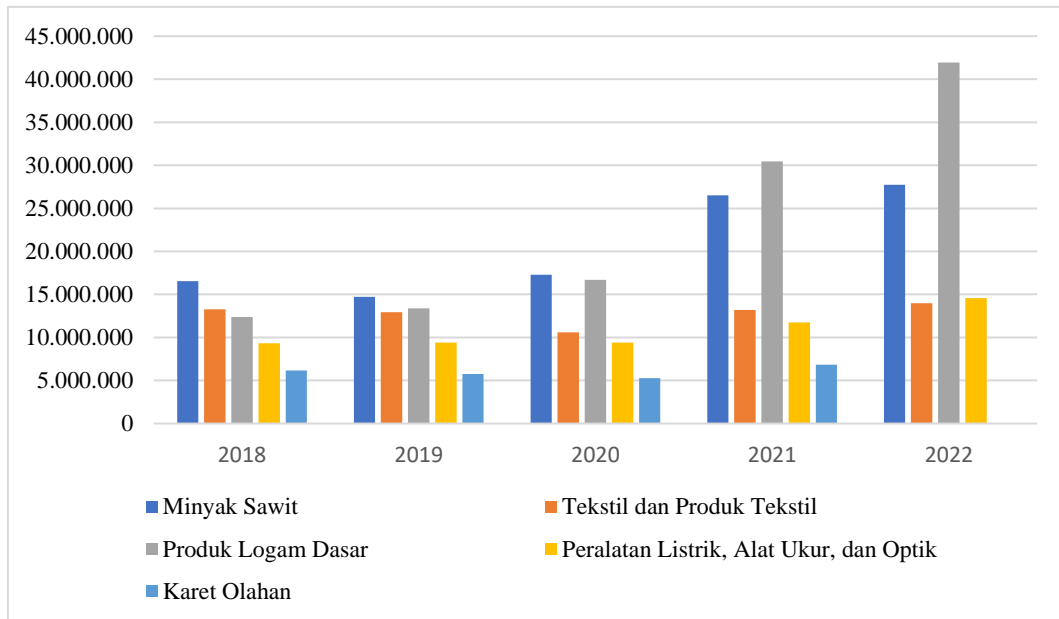
Terlaksananya perdagangan internasional dalam ranah ekspor-impor menjadi salah satu alasan mengapa pertumbuhan perekonomian suatu negara terdorong. Memiliki spesialisasi dalam komoditas khusus ataupun barang khusus menjadikan negara tersebut memiliki daya saing pada pasar internasional. Spesialisasi sumber daya yang dimiliki inilah menjadi nilai penting dari kemampuan suatu negara untuk bersaing di komoditas unggulan yang spesifik serta sebagai tolok ukur pada penguasaan pasar tertentu (Septiana & Wahyuningsih, 2020).

Indonesia tentu memiliki salah satu komoditas yang mana eksistensinya dapat diandalkan dan salah satunya terdapat pada komoditas non-migas. Komoditas non-migas tentunya memiliki beragam industri unggulan yang dimiliki salah satunya ada pada industri manufaktur. Di bawah terlampir **Tabel 1.1.** terkait nilai ekspor non-migas di industri manufaktur Indonesia yang memiliki keunggulan pada nilai eksportnya.

Tabel 1.1
Nilai Ekspor Industri Manufaktur Indonesia (Ribu USD)

Komoditas	2018	2019	2020	2021	2022
Minyak Sawit	16.528.433	14.720.420	17.289.749	26.516.433	27.722.405
Tekstil dan Produk Tekstil	13.272.404	12.916.809	10.598.560	13.182.868	13.975.645
Produk Logam Dasar	12.377.082	13.363.675	16.696.618	30.443.013	41.945.875
Peralatan Listrik, Alat Ukur, dan Optik	9.318.094	9.412.842	9.400.790	11.730.664	14.557.350
Karet Olahan	6.149.674	5.741.597	5.264.533	6.832.214	6.101.861

Grafik 1.1
(Ekspor Manufaktur Indonesia (2018-2022))



Sumber: SEKI oleh Bank Indonesia (diolah)

Ekspor unggulan untuk industri manufaktur diduduki oleh kelima industri di atas, antara lain industri minyak sawit, industri tekstil dan produk tekstil, industri produk logam dasar, industri peralatan listrik, alat ukur, dan optik, serta yang terakhir adalah industri karet olahan. Pada tabel 1.1 di atas tercatat bahwasanya dalam kegiatan ekspor komoditas non-migas, industri TPT (Tekstil dan Produk Tekstil) termasuk ke dalam jajaran komoditas unggulan untuk ekspor di Indonesia. Di bawah ini merupakan grafik pergerakan ekspor TPT (Tekstil dan Produk Tekstil) Indonesia tahun 2013-2022 yang bergerak secara fluktuatif dan mengalami penurunan paling rendah di tahun 2020, nilai ekspor TPT Indonesia kembali naik hingga di tahun 2022.

Grafik 1.2.
(Nilai Ekspor TPT Indonesia 2013-2022)



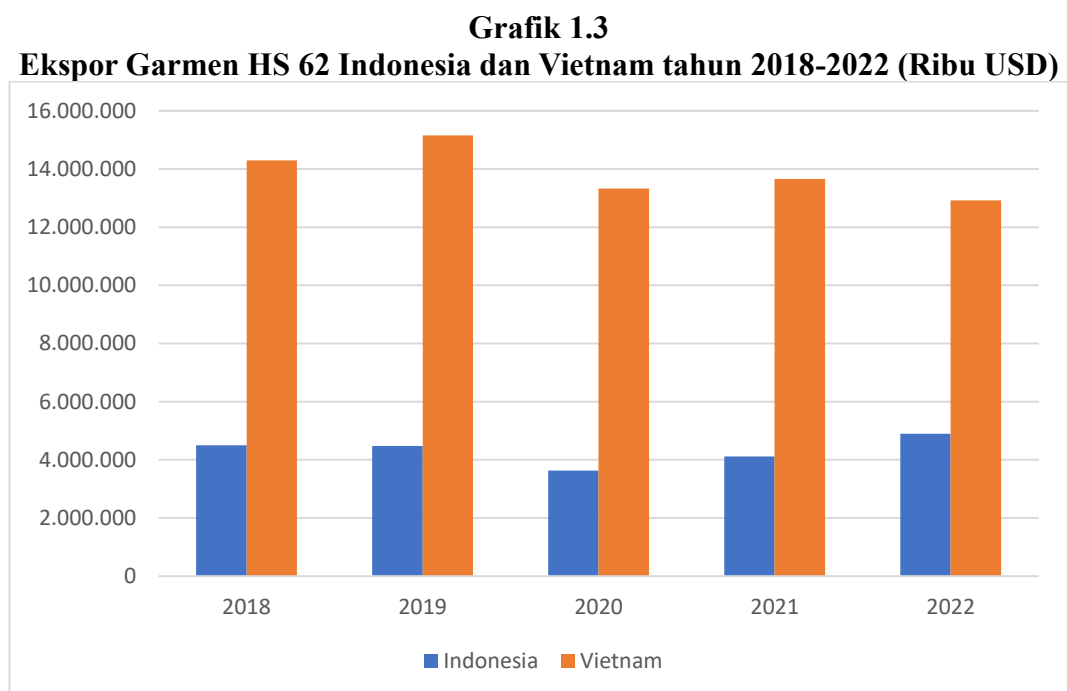
Sumber: SEKI oleh Bank Indonesia (Diolah)

Menurut (Normuminovich et al., 2021) industri tekstil didefinisikan sebagai industri yang bergerak dalam bidang produksi beraneka ragam kain, benang, serta produk-produk yang berbahan dasar dari serat tumbuhan, wol, dan juga termasuk dari serat sintetis. Garmen merupakan hasil dari pengolahan industri produk tekstil berupa pakaian jadi yang proses produksinya bertujuan untuk digunakan oleh manusia. Umumnya, garmen dikenal dengan istilah pakaian yang biasa diklasifikasikan berdasar jenis kelamin serta ukuran, mulai dari pakaian pria, wanita, anak-anak, hingga orang dewasa (Kiron, 2021).

Menurut penelitian septiti et al. (2022) Indonesia dalam industri garmen diketahui menjadi salah satu industri dengan peran penting berkembangnya industri tekstil di Indonesia. Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliantinia et al. (2024) Indonesia dengan perannya sebagai salah satu produsen garmen di dunia juga dinilai memiliki pangsa pasar domestik untuk industri garmennya. Industri garmen Indonesia juga termasuk ke dalam industri penyokong untuk industri

manufaktur di Indonesia dan juga menjadi salah satu industri yang mampu berperan dalam penyerapan tenaga kerja.

Tercatat dalam data dari ITC (2023) bahwa Vietnam dan Indonesia termasuk jajaran negara dengan peran sebagai eksportir yang memiliki nilai ekspor terbesar industri garmen di dunia (HS 62 Pakaian dan Aksesoris Pakaian, bukan rajutan atau rajut). Nilai ekspor Vietnam dan Indonesia untuk HS Code 62 (Pakaian dan Aksesoris Pakaian, bukan rajutan atau rajut) dapat dilihat pada **Grafik 1.3** di bawah ini.



Sumber: Trade Map (HS Code)

Grafik di atas merupakan data yang menunjukkan bahwa Indonesia yang berperan sebagai eksportir menduduki peringkat kedua untuk ekspor garmen HS 62 dari negara ASEAN. Kemudian, negara kompetitor Indonesia untuk komoditas garmen adalah Vietnam yang mana negara ini menduduki peringkat pertama untuk ekspor garmen HS 62 dari negara ASEAN.

Melihat pada **Grafik 1.3** di atas, nilai ekspor garmen Vietnam terlihat lebih besar bila dibandingkan dengan Indonesia. Perbedaan nilainya sendiri terlihat sangat besar selisihnya meskipun nilai ekspor Indonesia mengalami peningkatan. Kondisi tingginya selisih nilai ekspor menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk daya saing ekspor Indonesia di industri garmen dengan negara pesaingnya di pangsa pasar yang sama.

Kemudian, Korea Selatan memiliki peran sebagai pasar internasional target ekspor garmen bagi Indonesia dan Vietnam. Korea Selatan termasuk 10 (sepuluh) besar jajaran negara dengan nilai impor garmen terbesar Kode HS 62 di dunia. Di bawah ini terlampir tabel terkait 10 negara pengimpor garmen HS 62 dengan nilai impor terbesar di dunia.

Tabel 1.2
Sepuluh Negara Pengimpor Garmen HS 62 Terbesar di Dunia

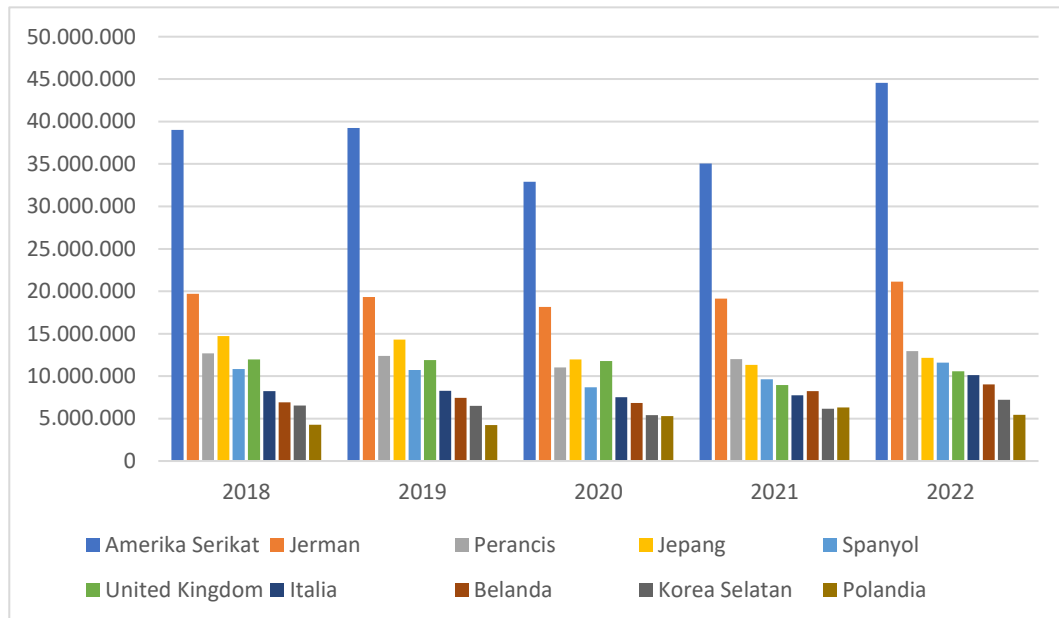
Negara Importir	2018	2019	2020	2021	2022
Amerika Serikat	39.014.939	39.22.194	32.911.543	35.037.691	44.567.971
Jerman	19.690.767	19.316.522	18.156.843	19.122.658	21.145.015
Perancis	12.683.699	12.376.212	11.027.206	11.989.899	12.955.887
Jepang	14.708.493	14.301.882	11.964.712	11.316.919	12.146.026
Spanyol	10.842.760	10.732.860	8.673.908	9.617.685	11.574.478
United Kingdom	11.959.083	11.887.651	11.777.995	8.955.593	10.585.280
Italia	8.242.167	8.265.314	7.504.374	7.734.167	10.106.667
Belanda	6.899.016	7.458.826	6.847.798	8.247.511	9.018.317
Korea Selatan	6.540.249	6.489.731	5.387.534	6.151.644	7.203.142
Polandia	4.255.836	4.234.356	5.310.861	6.328.615	5.434.159

Sumber: Trade Map (HS Code 62)

Korea Selatan menempati urutan ke-9 untuk peringkat dunia sebagai negara importir garmen HS 62. Lalu, apabila ditelisik lebih lanjut Korea Selatan

menempati urutan ke-2 sebagai negara importir terbanyak untuk peringkat negara di Asia.

Grafik 1.4
Sepuluh Negara Pengimpor Garmen HS 62 Terbesar di Dunia



Sumber: Trade Map (HS Code)

Perlu menjadi perhatian ketika kondisi dari bebasnya perdagangan yang ada menjadi sebuah tantangan karena tentunya adanya pengetatan persaingan produk, salah satunya pada industri TPT Indonesia. Daya saing menjadi poin penting karena menjadi aspek yang perlu diperhatikan dari adanya persaingan produk dengan pasar yang sama. Meningkatkan daya saing menjadi peran bagi negara agar mampu memberi keuntungan bagi negara (Purna Yudha & Elma Rasita Malau, 2022). Namun, meskipun nilai ekspor Indonesia di industri TPT menunjukkan *trend* kenaikan per tahunnya, dalam daya saing perdagangan internasional tentunya ada banyak faktor yang membuat daya saing negara lain lebih kuat yang kemudian membuat posisi daya saing Indonesia lemah. Faktor penyebab daya saing negara lain lebih kuat dapat dilihat dari produktivitas tenaga kerja, kemampuan tenaga

kerja, biaya tenaga kerja, dan infrastruktur penunjang (Knack, 2017). Selain itu, dalam penelitian (Kamal & Yesmin, 2022) daya saing industri garmen secara global menjadi perhatian penting dalam bisnis internasional karena perubahan industri dari pakaian jadi menuai kekhawatiran bagi negara yang memproduksi industri manufaktur garmen akibat dari ketatnya persaingan. Kondisi ini menggambarkan posisi daya saing industri garmen Indonesia tidak selalu kuat dan dapat menjadi ancaman bagi Indonesia untuk mengekspor garmen bahkan dalam mempertahankan keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitifnya. Menurut Ragimun (dalam Pratiwi, 2020) dijabarkan bahwasanya terdapat beberapa masalah yang menjadi faktor penghambat dari daya saing TPT di Indonesia, antara lain teknologi yang masih rendah, bahan baku yang masih bergantung, industri pendukung tergolong minim, sumber daya manusia atau tenaga kerja yang masih rendah, terbatasnya modal kerja, pasokan dari listrik untuk industri, agresif serta dinamisnya produk TPT, kinerja ekspor yang lemah, permasalahan transportasi, hingga permasalahan akan pajak. Selain itu, 80% perkiraan umur mesin-mesin untuk industri TPT telah mencapai usia lebih dari 20 tahun (Kementerian Perindustrian dalam Pratiwi, 2020). Setelah melihat kondisi demikian, membuat industri TPT Indonesia TPT kian boros, tidak ramah untuk lingkungan, serta efektivitas pengiriman dalam pemenuhan kebutuhan ekspor sangat sulit Rosalina (dalam Pratiwi, 2020). Sehingga mempengaruhi untuk industri garmen yang diekspor oleh Indonesia ke pasar global.

Melihat posisi daya saing ekspor garmen Indonesia diperlukan analisis terkait dengan keunggulan komparatif serta kompetitif bagi komoditas garmen Indonesia untuk melihat posisi spesialisasi produk dari komoditas garmen dan posisi daya

sainnya yang memperlihatkan posisi daya saing Indonesia di sisi yang kuat ataukah di sisi daya saing yang lemah akibat dari ketatnya persaingan industri garmen. Menurut (Sang, V. M. & Xe dalam Quyen, 2023) definisi keunggulan komparatif dikenal sebagai keunggulan yang memuat unsur produk dominan dalam suatu negara dengan memberikan fokus produksi untuk pasar internasional. Adanya daya saing sendiri kemudian tidak dapat dilepaskan dari keberadaan konsep keunggulan komparatif itu sendiri karena keduanya sangat berhubungan erat dan termasuk dalam elemen kegiatan perdagangan internasional (Yulia & Chandriyanti, 2021). Selain melihat keunggulan komparatif, prinsip daya saing juga perlu melihat keunggulan kompetitifnya dimana keunggulan ini melihat pengaruh daya saing dari sisi teknologi produksi serta sistem pemasarannya, juga melihat faktor tenaga kerja, modal, serta lahan Rouf et al. (dalam Suhardi & Afrizal, 2021)

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disusun di atas maka judul penelitian yang diambil ialah “**Analisis Daya Saing Ekspor Garmen Indonesia ke Pasar Korea Selatan**”. Menggunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan Analisis AR (*Acceleration Ratio*) sebagai analisis kondisi keunggulan komparatif garmen Indonesia. ISP (Indek Spesialisasi Perdagangan) dan EPD (*Export Product Dynamic*) sebagai metode perhitungan untuk analisis keunggulan kompetitif dari garmen Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Didasari oleh latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka pokok perumusan suatu permasalahan dalam penelitian dapat disusun sebagai berikut :

1. Apakah Indonesia memiliki daya saing ekspor garmen HS 62 di pasar Korea Selatan?

2. Apakah Vietnam sebagai negara kompetitor Indonesia memiliki daya saing ekspor garmen HS 62 di pasar Korea Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Didasari oleh latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dalam penelitian dapat disusun sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi daya saing ekspor garmen HS 62 Indonesia di pasar Korea Selatan.
2. Mengetahui daya saing ekspor garmen HS 62 Vietnam sebagai kompetitor Indonesia di pasar Korea Selatan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup untuk penelitian yang dilakukan ialah mengukur daya saing ekspor garmen Indonesia di pasar Korea Selatan. Dimana Korea Selatan merupakan pasar ekspor produk garmen dengan urutan ke-4 Indonesia dan pasar ekspor produk garmen urutan ke-3 Vietnam. Penelitian ini menggunakan alat analisis untuk keunggulan komparatif yakni *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Acceleration Ratio* (AR). Analisis keunggulan kompetitif yakni Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan analisis *Export Product Dynamic* (EPD) yang menggunakan data komoditas garmen dengan *HS Code: 62* (Pakaian dan Aksesoris Pakaian, bukan rajutan atau rajut) yang terdiri dari nilai ekspor garmen Indonesia, Vietnam, dan dunia ke Korea Selatan, data nilai ekspor keseluruhan komoditas Indonesia, Vietnam, dan dunia ke Korea Selatan, data ekspor garmen Indonesia dan Vietnam, data impor garmen Indonesia dan Vietnam, kemudian data impor industri garmen oleh Korea Selatan. Penelitian ini memiliki Batasan penelitian akan komoditas yang

digunakan, yakni garmen atau pakaian jadi sebagai produk tekstil dari industri TPT dengan kode yang adalah HS 62.

1.5. Manfaat Penelitian

Penyusunan penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat penelitian bagi akademisi merupakan sebagai bahan studi untuk ditelaah lebih lanjut mengenai daya saing produk garmen Indonesia.
2. Manfaat penelitian bagi dunia pendidikan dapat menjadi referensi terkait kondisi daya saing ekspor garmen Indonesia.
3. Manfaat penelitian untuk pemangku kebijakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan agar garmen Indonesia mampu bersaing dengan negara pesaing lainnya pada industri yang sama.