

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perdagangan internasional adalah suatu sistem pertukaran barang atau jasa antarnegara yang dilakukan secara sukarela, dengan maksud mencapai saling keuntungan. Salah satu contoh praktik perdagangan internasional yang dilakukan oleh Indonesia adalah ekspor teh dari subsektor perkebunan. Teh merupakan komoditas yang berasal dari Tiongkok dan saat ini menduduki peringkat kedua dalam daftar minuman yang paling banyak dikonsumsi secara global, setelah konsumsi air yang mencapai tiga miliar cangkir per hari. (Nursodik et al., 2021).

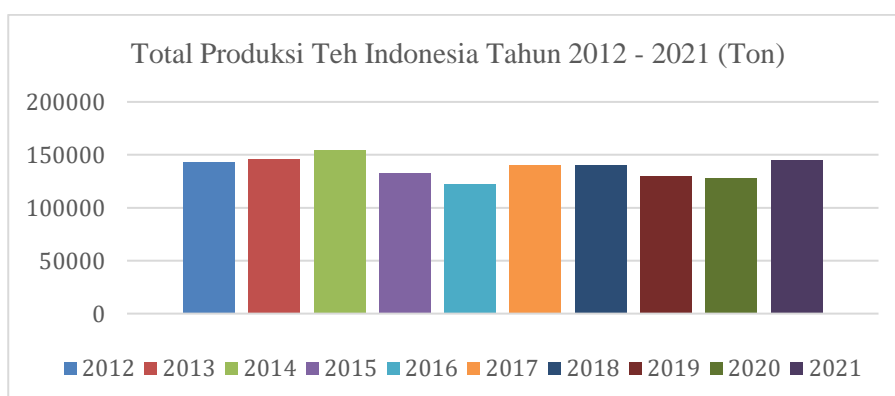
Seduhan teh merupakan minuman dengan tingkat konsumsi tertinggi di dunia setelah air (Cakra & Munandar, 2020). Permintaan teh yang terus meningkat secara global dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah peningkatan permintaan dari negara-negara berkembang (Nursodik et al., 2021). Di Indonesia, permintaan teh juga mengalami peningkatan, khususnya dari pasar domestik, terutama di sektor industri minuman, di mana minuman teh siap saji dalam kemasan telah menjadi populer di kalangan anak muda. Harga teh dunia cenderung naik setiap tahun dengan arah yang bervariasi, memberikan insentif untuk merangsang kembali industri teh nasional. Indonesia saat ini menyumbang sekitar 2% dari total produksi teh dunia. Oleh karena itu, kolaborasi dan sinergi di antara para pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk meningkatkan produksi dan daya saing teh Indonesia. Masa pandemi Covid-19 telah meningkatkan perhatian terhadap nilai pelanggan (*customer value*) dalam gaya hidup konsumen.

Diperkirakan bahwa permintaan pasar teh dunia akan terus meningkat hingga tahun 2027 (Nursodik et al., 2021).

Pada tahun 2021, nilai ekspor teh Indonesia mencapai US\$ 101 juta, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pengeksportir teh terbesar di dunia. Amerika Serikat menjadi salah satu negara importir terbesar, dengan nilai impor teh mencapai US\$ 7,29 juta (*The Observatory of Economic Complexity (OEC)*, 2022). Berdasarkan data dari (FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nation), 2021). Pakistan mencatatkan diri sebagai negara importir teh terbesar di dunia dengan jumlah impor sebesar 260,231.21 ton. Rusia menduduki posisi kedua dengan jumlah impor teh sebanyak 154,982.5 ton, sedangkan Amerika Serikat (USA) menempati peringkat ketiga dengan jumlah impor teh mencapai 116.230,8ton pada tahun 2021.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, volume produksi teh Indonesia mengalami fluktuasi seperti yang terdapat pada grafik di bawah ini:

**Grafik 1.1 Total Produksi Teh Indonesia Tahun 2012 - 2021**

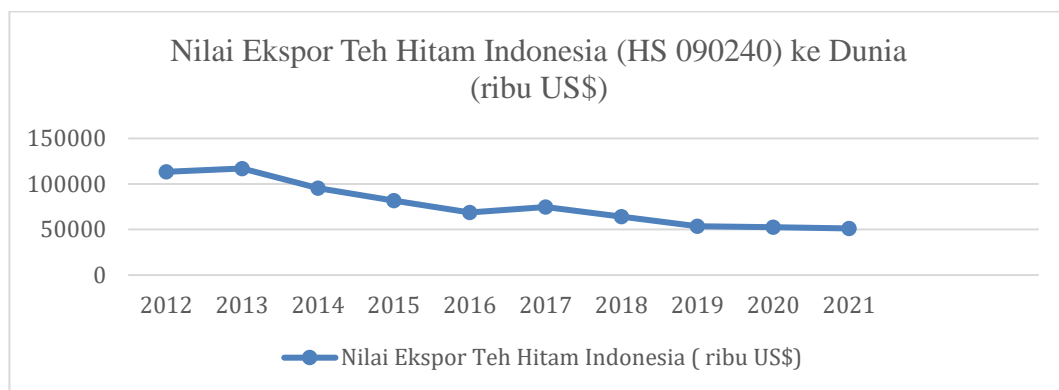


Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Komoditas teh dapat dibagi menjadi empat jenis, yakni teh hijau curah, teh hijau kemas, teh hitam curah, dan teh hitam kemas. Di antara jenis-jenis tersebut, teh hitam kemas menjadi unggulan bagi Indonesia. Produksi teh di Indonesia

didominasi oleh teh hitam, menyumbang sebanyak 84,95% dari total produksi teh di negara ini. Sebagian besar hasil produksi teh ini diekspor ke berbagai negara di seluruh dunia, sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor teh Indonesia mencakup lima benua, yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa. Pada tahun 2019, empat negara terbesar yang mengimpor teh dari Indonesia meliputi Malaysia, Rusia, Pakistan, dan Amerika Serikat (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan, 2022).

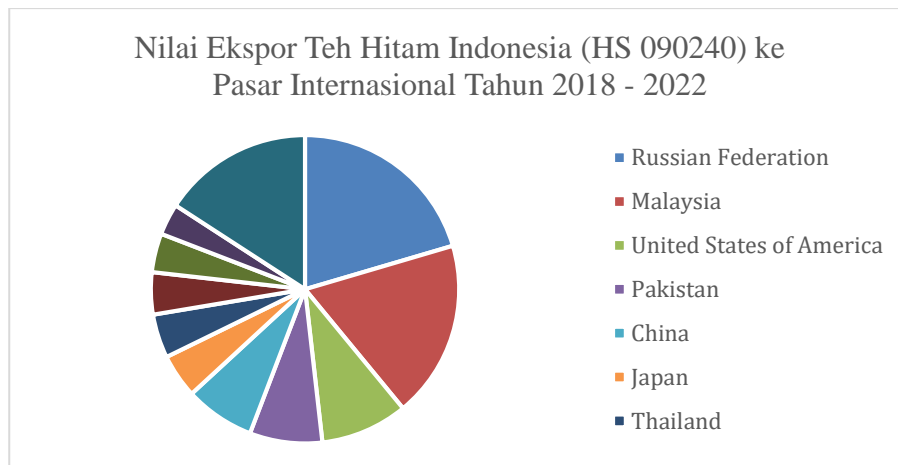
Grafik 1.2 Nilai Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Dunia



Sumber: *International Trade Center*, 2023

Ekspor teh hitam Indonesia (HS 090240) mengalami penurunan signifikan dalam nilai ekspor, mengalami penurunan sebesar -41,3% dari tahun 2013 hingga 2016, turun dari US\$ 117 juta menjadi US\$ 68,6 juta. Pada tahun 2017, terjadi peningkatan sebesar 8,7%, mencapai US\$ 74,5 juta. Sayangnya, tren positif tersebut tidak berlangsung lama, karena nilai ekspor teh hitam Indonesia kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 mencapai US\$ 64,2 juta dan terus menurun hingga mencapai US\$ 51,1 juta pada tahun 2021.

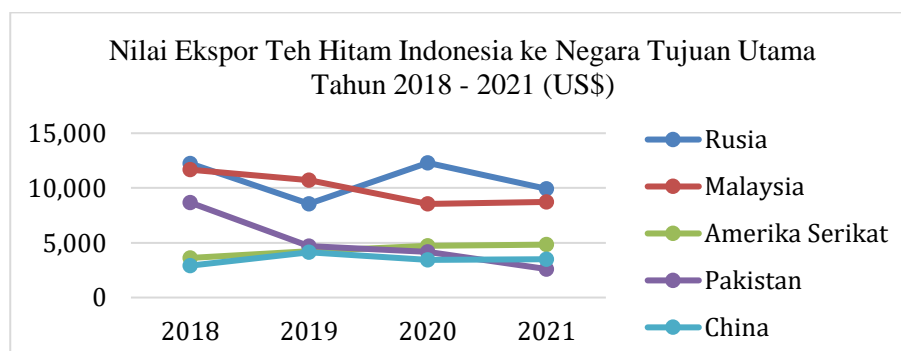
Grafik 1.3 Tujuan Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Pasar Internasional



Sumber: *International Trade Center, 2023*

Negara tujuan ekspor teh hitam Indonesia (HS 090240) mencakup wilayah yang luas di berbagai belahan dunia. Di Benua Eropa, Rusia menjadi negara utama yang mengimpor teh hitam Indonesia, diikuti oleh Malaysia dari Benua Asia, dan Amerika Serikat dari Benua Amerika. Selama periode tahun 2019 hingga 2021. Rusia, Malaysia, dan Amerika Serikat mempertahankan posisi sebagai tiga negara importir terbesar untuk teh hitam Indonesia (HS 090240) di tingkat global. Meskipun terdapat fluktuasi, negara tujuan ekspor teh hitam Indonesia (HS 090240) dapat digambarkan dalam grafik berikut:

Grafik 1.4 Nilai Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Negara Tujuan Utama



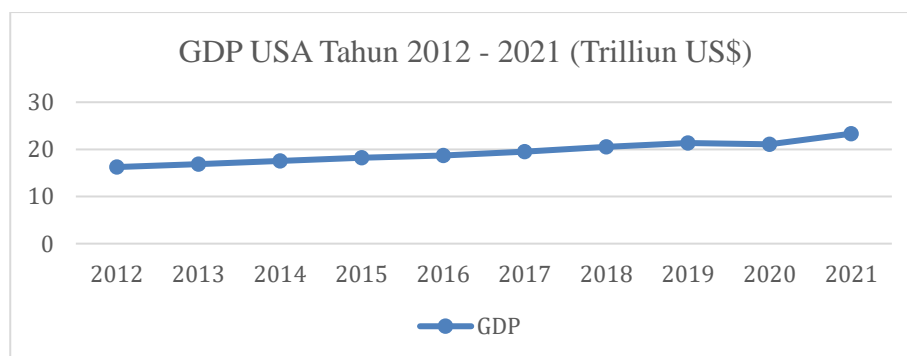
Sumber: *International Trade Center, 2023*

Sebagai salah satu pemain utama dalam perdagangan teh dunia, Indonesia terus menghadapi tantangan dan masalah dalam upayanya untuk mengekspor teh

ke negara-negara tujuan utama. Negara-negara tersebut meliputi Rusia, Malaysia, Amerika Serikat, Pakistan, dan China. Dalam menghadapi persaingan pasar teh yang semakin ketat di tingkat global, Indonesia dihadapkan pada tuntutan untuk terus berinovasi guna mempertahankan daya saingnya dan memperkuat pangsa pasar. Ketidakstabilan dalam ekspor teh Indonesia dapat diperkirakan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pertumbuhan ekonomi (GDP) negara tujuan, nilai tukar Rupiah terhadap Dolar AS, harga teh internasional, dan tingkat konsumsi teh per kapita di negara tujuan ekspor teh. Perubahan dalam faktor-faktor tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, terutama dalam hal pengaruh terhadap penerimaan devisa negara (Puspasari et al., 2017).

Amerika Serikat merupakan salah satu negara utama pengimpor teh hitam Indonesia (HS 090240). Amerika Serikat, sebagai negara Adidaya, terkenal dengan pertumbuhan ekonomi yang relatif cepat. Data yang dikumpulkan dari *World Bank* menunjukkan bahwa Produk Domestik Bruto (GDP) Amerika Serikat mengalami peningkatan signifikan sebesar 43,5% dari tahun 2012 hingga tahun 2021, naik dari US\$ 16,25 Triliun menjadi US\$ 23,32 Triliun.

Grafik 1.5 GDP Amerika Serikat Tahun 2012 - 2021



Sumber: *World Bank* (2023)

Dari grafik di atas, terlihat bahwa GDP Amerika Serikat mengalami pertumbuhan setiap tahun. Pada tahun 2013, tercatat peningkatan sebesar 3,6%,

dari US\$ 16,25 Triliun menjadi US\$ 16,84 Triliun. Pertumbuhan tersebut terus berlanjut hingga tahun 2019. namun pada tahun 2020 terjadi penurunan nilai GDP sebesar -1,4%, dari US\$ 21,38 Triliun menjadi US\$ 21,06 Triliun. Pada tahun berikutnya, Amerika Serikat berhasil mengalami peningkatan signifikan sebesar 10,7%, mencapai US\$ 23,32 Triliun.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat daya saing ekspor komoditas teh hitam Indonesia (HS 090240) di pasar Amerika Serikat selama periode tahun 2012 - 2021?
2. Bagaimana kinerja ekspor komoditas teh Indonesia (HS 090240) di pasar Amerika Serikat berdasarkan efek komposisi komoditas dan efek distribusi pasar dibandingkan dengan negara kompetitor?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah mengevaluasi daya saing dan kinerja ekspor teh di pasar internasional, sementara tujuan kegiatan ini adalah:

1. Menganalisis tingkat daya saing ekspor komoditas teh hitam Indonesia (HS 090240) di pasar Amerika Serikat selama rentang waktu 2012 hingga 2021.
2. Menganalisis kinerja ekspor komoditas teh hitam Indonesia (HS 090240) di pasar Amerika Serikat, dengan mempertimbangkan efek komposisi komoditas dan efek distribusi pasar, sekaligus membandingkannya dengan negara-negara pesaing.

#### **1.4. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada analisis daya saing ekspor komoditas teh hitam Indonesia dengan kode HS 090240 di pasar Amerika Serikat, serta kinerja ekspor komoditas tersebut selama periode tahun 2012 hingga 2021. Untuk mengevaluasi daya saing, penelitian ini menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang disempurnakan dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA). Sementara itu, untuk menganalisis kinerja ekspor, digunakan metode *Constant Market Share* (CMS). Fokus penelitian ini melibatkan komoditas teh berdasarkan kode HS 6 digit yang terdaftar di ITC dan UN Comtrade.

Batasan masalah penelitian ini mencakup penggunaan kode HS 090240 pada data UN Comtrade untuk menentukan komoditas teh yang menjadi fokus. Pemilihan kode HS tersebut didasarkan pada jenis dan ukuran teh yang merupakan ekspor utama dari Indonesia. Penelitian juga membatasi negara pembanding dalam analisis daya saing dan kinerja ekspor, dengan memilih sepuluh negara terbesar yang secara berurutan menjadi eksportir teh hitam HS 090240 ke Amerika Serikat selama 10 tahun menurut ITC. Negara-negara tersebut meliputi Argentina, India, China, Malawi, Jerman, Taipei, Vietnam, Kenya, dan Zimbabwe. Analisis dilakukan dalam rentang waktu tahun 2012 hingga 2021, sejalan dengan keterbatasan data dari negara-negara eksportir teh hitam di seluruh dunia dan kendala waktu penelitian.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penjelasan di atas maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, di antaranya:

1. Bagi peneliti, implementasi ilmu yang diperoleh selama kuliah bertujuan untuk meningkatkan kemampuan analisis terhadap suatu masalah dan memberikan pengalaman yang dapat menjadi tolak ukur dalam melakukan penelitian di masa mendatang.
2. Bagi pemerintah, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan terkait ekspor komoditas teh hitam Indonesia di pasar internasional.
3. Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan informasi yang berharga untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
4. Bagi eksportir komoditas teh, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan berharga. Selain itu, diharapkan dapat memberikan pertimbangan ke pada eksportir teh untuk memahami daya saing komoditas teh Indonesia dan menjadi acuan dalam upaya meningkatkan daya saing produk teh mereka.