

**ANALISIS PERBANDINGAN DAYA SAING EKSPOR
LADA INDONESIA TERHADAP MALAYSIA
INTERNASIONAL**

THESIS



HAKKUL BAHIZ MAHDANI

NPM : 16240004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

**ANALISIS PERBANDINGAN DAYA SAING
EKSPOR LADA INDONESIA TERHADAP
MALAYSIA INTERNASIONAL**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Magister Agribisnis
Program Studi Manajemen Agribisnis Program Pascasarjana
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**

Oleh :

HAKKUL BAHIZ MAHDANI

NIM : 16240004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2018**

**ANALISIS PERBANDINGAN DAYA SAING EKSPOR
LADA INDONESIA TERHADAP MALAYSIA
INTERNASIONAL**

THESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister Agribisnis
Pada Program Studi Magister Manajemen Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Diajukan Oleh :
Hakkul Bahiz Mahdani

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Kedua



Prof. Dr. Ir. Hj. Sri Arijanti Prakoeswa, MM



Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, MS

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis



Ir. Jajuk Herawati, M.Kes



Dr. Ir. Sri Rahayu MJH, MM

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PERBANDINGAN DAYA SAING EKSPOR LADA INDONESIA TERHADAP MALAYSIA INTERNASIONAL

Disusun Oleh :
Hakkul Bahiz Mahdani
16240004

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 22 Juli 2018
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Ketua

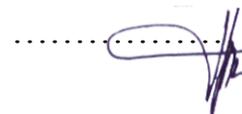
Tanda Tangan

Dr. Ir. Sri Rahayu MJH, MS



Anggota

1. Prof.Dr.Ir.Hj. Sri Arijanti Prakoeswa, MM
2. Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, MS
3. Dr. Ir. Markus Patiung, MP



Mengetahui
Ketua Program Studi
S2 Agribisnis



(Dr. Ir. Sri Rahayu MJH, MS)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hakkul Bahiz Mahdani

NPM : 16240004

Alamat : Kebraon Indah Permai Blok B No 51

No. Telp/HP : 089633333385

Judul Tesis : Analisis Perbandingan Daya Saing Ekspor Lada Indonesia Terhadap Malaysia Internasional

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tesis ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun analisa data yang tercantum sebagai bagian dari tesis ini. Jika karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 30 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



Hakkul Bahiz Mahdani

NPM : 16240004

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini. Sesuai dengan judulnya, penelitian tesis ini menjelaskan tentang “Analisis Perbandingan Daya Saing Ekspor Lada Indonesia Terhadap Malaysia Internasional”. Penelitian tesis ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai Gelar Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pada Kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua, dan saudara-saudara saya yang selalu mendukung, memberi perhatian, kasih sayang, dorongan semangat dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis.
2. Prof.Dr.Ir.Sri Arijanti Prakoeswa, MM. selaku pembimbing tesis atas segala bimbingan dan motivasi dari beliau hingga terwujudnya tesis ini.
3. Dr.Ir. Hary Sastrya Wanto, MS. Pembimbing tesis atas segala bimbingan dan yang selalu sabar menemani diskusi atas permasalahan yang dihadapi oleh penulis.
4. Teman-teman S2 Manajemen Agribisnis yang telah mendukung dalam menyelesaikan Tesis Ini.
5. Semua Pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Surabaya, 10 Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Lada merupakan tanaman rempah-rempah yang termasuk jenis tanaman perkebunan. Lada sudah terkenal di seluruh dunia sejak zaman dahulu kala dengan pangsa pasar ekspor lada yang sangat luas diseluruh dunia. Lada dikenal juga sebagai *king of spices*. Negara penghasil lada di pasar internasional didominasi oleh negara-negara Asia. Salah satunya Indonesia dan Malaysia.

Pada penelitian ini mengembangkan hasil-hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini bertujuan: 1). Untuk mengetahui perkembangan ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional tahun 2007-2017. 2). Menganalisis daya saing ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional pada tahun 2007-2017. Data yang digunakan diperoleh dari website resmi *Food and Agriculture Organization, United Nation Commodity Trade*, badan pusat statistik. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan analisis daya saing RCA, ICE, dan ISP. Data lada yang digunakan yaitu lada standar internasional dengan kode HS 090411.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan ekspor lada Indonesia di pasar internasional lebih baik dari Malaysia. Dengan selisih mencapai 40 %. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa daya saing lada Indonesia lebih besar dari pada Malaysia di pasar Internasional.

Kata kunci : Lada, Daya saing, *Competitive advantage*, Pasar Internasional

ABSTRACT

Pepper is a spice plant which is a type of plantation planter. Pepper has been famous throughout the world since time immemorial with a vast export market share of pepper throughout the world. Pepper is also known as king of spices. Pepper producing countries in the international market are dominated by Asian countries. One of them is Indonesia and Malaysia.

In this study develop the results of previous studies. This study aims: 1). To find out the development of Indonesian and Malaysian pepper exports on the international market in 2007-2017. 2). Analyzing the competitiveness of Indonesian and Malaysian pepper exports in the international market in 2007-2017. The data used was obtained from the official website of the Food and Agriculture Organization, United Nation Commodity Trade, the central statistical body. The type of research used is quantitative descriptive. Using the RCA, ICE, and ISP competitiveness analysis approach. Pepper data used is an international standard pepper with HS code 090411.

The results of this study indicate that the development of Indonesian pepper exports in the international market is better than Malaysia. With a difference of 40%. The results can be seen that the competitiveness of Indonesian pepper is greater than Malaysia in the international market.

Keywords: Pepper, Competitiveness, Competitive advantage, International Market

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN UJIAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Lada	6
2.2 Perdagangan Internasional	7
2.3 Konsep Daya Saing	9
2.4 Model Perhitungan Daya Saing	10
2.4.1 Teori Keunggulan Komperatif	11
2.4.2 Keunggulan Komperatif	15
2.4.3 Posisi Daya Saing	16
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
2.7 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	25
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data.....	26
3.2.3 Metode Analisi Data	26
3.3 Konespsi Pengukuran	30
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Perkembangan Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia.....	32
4.2. Daya Saing Ekspor Lada.....	34
4.3. Daya Saing Kompetitif	37
4.4. Posisi Daya Saing	40
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran	44
 DAFTAR PUSTAKA	 46
 LAMPIRAN.....	 48

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Luas Lahan dan Produksi Lada Indonesia tahun 2013-2017	2
2.	Peringkat Negara Eksportir Lada terbesar Dunia Tahun 2017	3
3.	Nilai Ekspor Produk Lada Indonesia dan Malaysia	33
4.	Nilai RCA Lada Indonesia dan Malaysia	35
5.	Nilai ECI Lada Indonesia dan Malaysia	38
6.	Nilai ISP Lada Indonesia dan Malaysia	41

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Nilai Ekspor Produk Lada Indonesia dan Malaysia	33
2.	Nilai RCA Lada Indonesia dan Malaysia	35
3.	Nilai ECI Lada Indonesia dan Malaysia	38
4.	Nilai ISP Lada Indonesia dan Malaysia	41

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang agraris yang memiliki kekayaan alam yang begitu melimpah. Berbagai macam tanaman dapat tumbuh subur di Indonesia, baik itu tanaman pangan, perkebunan, termasuk rempah-rempah. Produksi rempah-rempah Indonesia sudah diakui dan terkenal sampai ke mancanegara. Salah satu produk rempah unggulan Indonesia adalah lada. Lada telah menjadi rempah yang dikenal di seluruh dunia, lada disebut juga king of spices (raja dari rempah-rempah). Karena lada memiliki ciri rasa yang khas dan tidak dapat digantikan dengan bahan rempah yang lain. Sejak zaman dahulu kala Indonesia dikenal sebagai produsen lada di dunia, terdapat dua jenis lada yang paling dikenal di Indonesia, yaitu lada hitam yang dihasilkan daerah Lampung dan lada putih yang dihasilkan daerah Bangka Belitung. Dua jenis lada ini merupakan standar perdagangan lada dunia (Departemen Pertanian, 2009).

Produk unggulan ekspor di Indonesia salah satunya lada menempati posisi penting bersama dengan kelapa sawit, kakao, kopi, karet dan kelapa. Merupakan produk ekspor yang mendominasi. Selama periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, produksi lada Indonesia mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1: Luas Lahan dan Produksi Lada di Indonesia Tahun 2013–2017

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (ton)
2013	171.900	91.000
2014	162.700	87.400
2015	175.716	94.932
2016	168.080	82.167
2017	167.626	82.964

Sumber: BPPS (data di olah). 2018

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil produksi lada tidak stabil. Pencapaian produksi terbesar terjadi pada tahun 2015 mencapai 94.932 ton. Luas lahan lada juga mengalami kecenderungan menurun. Pada tahun 2010 luas lahan sebesar 171.900 ha, menurun menjadi 167.626 ha pada tahun 2017. Penurunan produksi merupakan salah satu factor yang perlu di perhatikan, karena dapat memengaruhi daya saing lada Indonesia (Permatasari, 2015).

Perkebunan lada di Indonesia di bagi menjadi dua jenis, yaitu perkebunan rakyat (PR) dan perkebunan besar swasta.

Globalisasi perdagangan menuntut Indonesia mampu meningkatkan kompetensi produk lada agar dapat bersaing di dunia. Daya saing memegang peranan kunci menggusur negara yang lemah dan menguntungkan negara yang kuat. Untuk meningkatkan daya saing wajib diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing itu sendiri.

Tabel 2: Peringkat Negara Eksportir Lada Terbesar Dunia Tahun 2017

No	Negara	Volume Ekspor (kg)
1	Brazil	59.244.996
2	Indonesia	35.743.874
3	Sri Lanka	12.445.525
4	Malaysia	10.484.341
5	Germany	8.749.056

Sumber: UNCOMTRADE (data di olah). 2018

Dari uraian di atas, ekspor lada Indonesia dan Malaysia merupakan yang terbesar dalam peringkat 5 dunia. Dari Negara yang ada di kawasan ASEAN, Malaysia merupakan eksportir lada yang menjadi pesaing berat Indonesia. Masing- masing negara memiliki daya saing secara komparatif dan kompetitif. Malaysia termasuk dalam 5 besar negeara eksportir lada di pasar internasional yang patut di pertimbangkan sebagai competitor dari wilayah ASEAN. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan yang nyata pada perkembangan ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional tahun 2007-2017?
2. Bagaimana daya saing ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional tahun 2007-2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan ekspor lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional tahun 2007-2017.
2. Untuk menganalisis daya saing ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional tahun 2007-2017.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti, melatih dan meningkatkan kemampuan menganalisis permasalahan secara ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Manfaat bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi informasi dan bahan pustaka untuk menambah wawasan serta sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai lada.
3. Manfaat bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran atau bahan pertimbangan dalam pengambil keputusan dalam menentukan kebijakan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Lada

Lada merupakan termasuk dalam keluarga *Piperaciae*. Di Indonesia dikenal 40 jenis lada. Lada salah satu jenis rempah memiliki peran penting dalam dunia perdagangan. Bahkan Pada zaman dahulu harga jual dari lada bisa sama dengan emas.

Lada termasuk dalam jenis tanaman perkebunan yang merupakan tanaman tropis. Tanaman lada dapat tumbuh dengan baik di daerah dengan temperatur 28,1°C- 32,3°C dan curah hujan sebesar 2000mm pertahun (Rismunandar, 1989). Jenis lada yang paling dikenal yaitu lada putih dan hitam. Lada putih dan lada hitam berasal dari buah lada yang sama. Yang membedakan hanya dari pengolahannya. Lada putih berasal dari lada yang matang di pohon di ambil kemudian melalui proses dikeringkan. Sedangkan lada hitam dari buah lada belum matang dan berwarna hijau langsung dikeringkan.

Pusat produksi lada yang terkenal di Indonesia untuk lada hitam terdapat di daerah Lampung dikenal dengan *Lampung Black Pepper*. Lada dari Lampung dapat di menghasilkan mulai dari usia tanaman 3 tahun dan jangka waktu dapat produksi sampai 20 tahun. Untuk lada muntok mulai menghasilkan pada umur 4 tahun dan dapat produksi sampai 30 tahun (Rismunandar, 1989).

Lada putih Muntok terkenal karena mempunyai bau dan aroma yang khas yang berbeda dengan lada putih dari negara lain. Hal tersebut didasari oleh faktor geografis yang dimiliki oleh Indonesia. Oleh karena itu, lada putih muntok sangat disukai oleh para negara importir. Negara importir utama lada putih dunia adalah Amerika, Eropa Jepang dan Singapura.

Indonesia adalah pengekspor lada tertinggi di dunia. Sekitar 80 persen lada putih di dunia berasal dari Indonesia (departemen pertanian, 2011). Sejarah mencatatkan kalau lada dibawa oleh Marcopolo dalam ekspedisinya melalui Indonesia. Dalam masa penjajahan, banyak perkebunan penghasil lada diubah menjadi lahan penghasil pangan. Setelah perang berakhir, dilakukan rehabilitasi kebun lada, hasilnya tidak dapat secepat yang diharapkan. Mulai tahun 1970-an, produksi lada Indonesia sudah mulai menunjukkan peningkatan normal (Rismunandar, 1989).

2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh setiap Negara (Salvatore (1997)). Tidak ada satupun negara dapat berada dalam kondisi tanpa adanya hubungan perdagangan ekonomi dengan negara lain. Hal ini terjadi oleh karena setiap Negara tidak bisa memenuhi semua kebutuhannya secara mandiri. Perdagangan internasional dapat terjadi jika adanya perbedaan sumber dan daya yang dimiliki oleh tiap Negara, juga kemampuan suatu negara untuk memproduksi suatu barang maupun jasa.

Perdagangan antara dua negara lebih dapat terjadi karena adanya perbedaan dalam segi permintaan dan penawaran. Perbedaan permintaan

dapat disebabkan oleh perbedaan pendapatan dan selera, adapun perbedaan penawaran lebih disebabkan oleh perbedaan jumlah dan kualitas dari faktor produksi, kemajuan teknologi yang di miliki, dan faktor eksternal lain (Nopirin, 2014).

Menurut David Ricardo, perdagangan antar negara dapat terjadi apabila negara tersebut mempunyai biaya relatif yang paling terkecil (atau produktivitas TK relatif yang terbesar) untuk suatu barang yang berbeda. Jadi, di dalam teori Ricardo, penilaian untuk keunggulan suatu negara atas negara lain dalam memproduksi suatu jenis barang didasarkan pada tingkat efisiensi dalam penggunaan TK (jumlah TK per satu unit *output*) atau tingkat produktivitas TK (jumlah *output* per satu orang TK) (Tambunan, 2014). Ketika suatu negara ingin memproduksi suatu barang tetapi biaya produksi barang tersebut lebih mahal jika dibandingkan dengan membeli barang tersebut dari negara lain. Maka, negara akan lebih memilih untuk membelinya dari negara lain. karena lebih efisien dan menguntungkan.

2.3 Konsep Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan suatu komoditi untuk bersaing di pasar luar negeri atau kemampuan untuk dapat bertahan dalam pasar dalam negeri dan bersaing dengan komoditas dari luar negeri. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk lebih diminati oleh banyak konsumen. daya saing adalah kemampuan produsen untuk memproduksi suatu

komoditi dengan biaya yang cukup rendah sehingga pada harga – harga yang terjadi di pasar internasional kegiatan produksi tersebut menguntungkan. Pada perekonomian terbuka, daya saing suatu komoditas diartikan sebagai kemampuan usaha komoditas dengan maksud untuk tetap layak secara finansial pada kondisi harga *input* maupun *output tradable* sesuai dengan harga impornya (Hanani, 2012).

Daya saing suatu komoditi dapat diukur melalui dua pendekatan yaitu tingkat keuntungan yang dihasilkan dan efisiensi usahatani. Tingkat keuntungan yang dihasilkan dapat dilihat dari dua sisi yaitu keuntungan privat dan keuntungan sosial. Sedangkan daya saing dapat dilihat dari dua indikator yaitu keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif (Aisyah,2015)

2.4 Model Perhitungan Daya Saing

Daya saing dapat diukur dengan dua cara, yaitu dengan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Teori keunggulan komparatif dikembangkan oleh David Ricardo, sedangkan teori keunggulan kompetitif dikembangkan oleh M. Porter melalui teori *competitive advantage of nation*.

2.4.1 Teori Keunggulan Komparatif

Menurut DR. Boediono (1997 : 57) Suatu negara hanya akan mengeksport barang yang mempunyai keunggulan komparatif tinggi, dan

mengimpor barang yang mempunyai komperatif yang rendah. Adanya keunggulan komperatif bisa menimbulkan manfaat perdagangan (gains from trade) kepada kedua belah pihak dan selanjutnya akan mendorong timbulnya perdagangan antar negara. Tingkat daya saing komoditas ekspor suatu negara dapat dianalisis dengan berbagai macam metode yang terdiri dari *Revealed Comparative Advantage (RCA)*, *Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA)*,

a. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Metode Revealed Comparative Advantage (RCA) pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965. Bela Balassa mengajukan postulasi tentang perdagangan internasional yang didasarkan kepada rasio ekspor relatif. Alasan menggunakan pangsa ekspor relatif adalah data impor suatu Negara lebih bias karena pemerintah sering menerapkan peraturan untuk menekan impor. sehingga data ekspor lebih bersih dari berbagai distorsi maka keunggulan komparatif suatu komoditas dapat terlihat dengan jelas (Naully, 2015).

RCA merupakan indeks yang menjelaskan perbandingan antara pangsa pasar suatu produk dalam ekspor total suatu negara dengan pasar ekspor produk yang sama dalam total ekspor total dunia. Indeks RCA yang memiliki nilai sama atau lebih dari satu (1) mempunyai arti bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk di atas rata-rata dunia dan apabila indeks RCA tersebut menunjukkan nilai kurang dari satu (1) maka daya saing suatu produk dari negara tersebut di bawah rata-rata dunia.

(Yosep,2009) Secara matematis,metode RCA dapat digambarkan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Keterangan:

X_{ij} : nilai ekspor komoditas i dari negara j

X_{it} : total nilai ekspor dari negara j

X_{iw} : nilai ekspor dunia komoditas i

X_{w_i} : total nilai ekspor dunia

Perbandingan antara nilai RCA tahun sekarang dengan nilai RCA tahun sebelumnya disebut dengan indeks RCA. Indeks RCA dapat dirumuskan sebagai

berikut:

$$RCA = \frac{RCA_j}{RCA_{j-1}}$$

Keterangan:

RCA_j = nilai RCA tahun (j)

RCA_{j-1} = nilai RCA tahun ke ($j-1$)

b. *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA)

Metode lainnya yang dapat digunakan adalah *Revealed Comparative Trade Advantage* (RCTA). Perbedaan yang mendasar antara RCA dan RCTA adalah bahwa RCA hanya melihat pada kinerja ekspor dari suatu negara dibandingkan negara lain atau dunia, sedangkan RCTA juga melihat pada perkembangan impor untuk produk yang sama. Nilai RCTA dapat lebih kecil atau lebih besar dari nol.

Jika positif, artinya negara bersangkutan memiliki daya saing yang tinggi (*advantage*), sebaliknya tidak ada daya saing (*disadvantage*) jika nilainya negatif. Secara matematis, metode RCTA dapat digambarkan sebagai berikut:

$$RCTA = RXA_{ia} - RMP_{ia}$$

$$\begin{aligned} RXA_{ia} &= (X_{ia} / X_{i(w-a)}) / \\ &[X_{(k-i)a} / X_{(k-i)(w-a)}] \\ RMP_{ia} &= (M_{ia} / M_{i(w-a)}) / [M_{(k-i)a} / M_{(k-i)(w-a)}] \end{aligned}$$

Di mana: RXA = *Revealed Export Competitiveness*

a = negara a

w = dunia

$X_{i(w-a)}$ (atau $M_{i(w-a)}$) = ekspor (impor) total dari barang i dari negara-negara lain (bukan a) di dunia lain bukan i dari negara a

$X(k-i)(w-a)$ (atau $X(k-i)(w-a)$)= ekspor (impor) total dari barang-barang lain bukan dari negara-negara lain.

Jika nilainya mendekati atau lebih besar dari 1, artinya negara tersebut dapat merebut pasar; lebih kecil dari 1 atau mendekati 0 berarti posisi dari negara tersebut lemah; dan lebih kecil dari 0 atau mendekati -1 berarti ada negara lain yang merebut pangsa pasarnya.

c. *Constant Market Share (CMS)*

Metode ini digunakan untuk mengukur daya saing ekspor komoditas negara relatif terhadap negara pesaingnya. Asumsi dasar yang digunakan dalam CMS adalah bahwa pangsa pasar suatu negara pengekspor di pasar dunia atau di suatu negara pada suatu periode waktu adalah konstan. Jika terdapat perbedaan pertumbuhan ekspor yang dinyatakan oleh perbedaan antara pangsa pasar ekspor konstan dan pangsa pasar ekspor aktual, maka hal ini dikarenakan oleh efek komposisi komoditas, efek distribusi pasar, dan efek daya saing komoditas. Walaupun perubahan pangsa ekspor tidak seluruhnya ditentukan oleh perubahan daya saing, perubahan pangsa ekspor merupakan salah satu indikator daya saing ekspor suatu negara di pasar dunia atau di negara tertentu (Hadi, 2004). Terdapat empat parameter yang digunakan dalam CMS ini, yaitu:

1. *Pertumbuhan Ekspor Standar*

Parameter pertumbuhan ekspor standar ini mengindikasikan standar umum pertumbuhan ekspor produk negara-negara dunia ke suatu

kawasan tertentu. Hal ini mencerminkan kinerja ekspor dari negara atau negara pesaing. Jika parameter pertumbuhan ekspor suatu komoditas di suatu negara lebih tinggi dari pertumbuhan ekspor suatu komoditas standar (dunia), berarti kinerja ekspor negara tersebut lebih baik dari negara lain, dan sebaliknya.

2. Efek Komposisi Komoditas

Efek komposisi komoditas merupakan parameter yang menjelaskan tingkat kesesuaian komoditas suatu negara di pasar tujuan (Paskah, 2009). Efek komposisi komoditas dapat bernilai negatif atau positif. Nilai yang positif pada nilai perhitungan CMS menunjukkan komposisi komoditas tersebut telah cukup memenuhi permintaan pasar (*market demands*) dan persyaratan pasar (*market requirements*) di pasar tujuan sehingga produk diminati pasar.

3. Efek Distribusi Pasar

Nilai ini mengindikasikan apakah negara-negara tujuan merupakan pasar potensial bagi negara pengekspor atau bukan. Nilai positif menunjukkan bahwa negara yang menjadi subyek penelitian mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan permintaan (*demand*).

2.4.2. Keunggulan Kompetitif

Menurut Tan (2014), keunggulan kompetitif adalah keunggulan suatu negara dalam memproduksi dan menjual produk dalam pasar internasional yang bukan hanya dipengaruhi kelimpahan faktor produksi yang menjadi

dasar keunggulan tapi juga dipengaruhi oleh infrastruktur, kelembagaan, transportasi, sumber daya manusia, dukungan politik, sumber daya alam, dan lain-lain. Metode perhitungan yang digunakan untuk menghitung keunggulan kompetitif adalah *Export Competitiveness Index* (ECI). Metode ini menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa pasar internasional untuk komoditas tersebut pada periode sebelumnya (t-1). ECI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ECI = \frac{(X_{ij}/X_{jD})_t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_{t-1}}$$

Di mana:

X_{ij} = Nilai ekspor suatu komoditas negara i pada tahun j

X_{jD} = Nilai ekspor suatu komoditas dunia pada tahun j

t = periode berjalan

$t-1$ = periode sebelumnya

Jika ECI suatu komoditas > 1 , berarti komoditas tersebut menghadapi tren daya saing yang meningkat. Sebaliknya, apabila nilai ECI < 1 , maka komoditas tersebut mengalami penurunan daya saing.

2.4.3. Posisi Daya Saing

Untuk melihat kecenderungan suatu negara menjadi negara pengekspor atau pengimpor serta dapat mengetahui posisi daya saing suatu negara terhadap komoditas tertentu sesuai dengan siklus hidup produk dapat diketahui dengan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Metode ini merupakan metode umum yang digunakan sebagai alat ukur tingkat daya saing. Secara matematis, ISP dapat

digambarkan sebagai berikut:

$$ISP_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Di mana: ISP_{ij} = Indeks Spesialisasi Perdagangan atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j)

X_{ij} = Nilai ekspor atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j) M_{ij} = Nilai impor atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j)

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Tambunan, 2004):

- a. Jika ISP antara bernilai positif (di atas 0 sampai dengan 1), maka komoditas suatu negara mempunyai daya saing yang kuat dan cenderung sebagai pengekspor dari suatu komoditas.

- b. Jika ISP antara bernilai negatif (di bawah 0 sampai dengan -1), maka komoditas suatu negara mempunyai daya saing yang lemah atau cenderung sebagai pengimpor dari komoditas.

Dari nilai ISP yang telah diketahui, maka dapat diketahui posisi daya saing suatu komoditas dari suatu negara. Posisi daya saing dibagi dalam lima tahap, sesuai dengan teori siklus produk, yakni sebagai berikut (Hiratsuka, 2003):

1. Tahap pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) di suatu negara (A) mengekspor produk- produk baru dan industri pendatang belakangan (*latecomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks ISP dari industri *latercomer* ini adalah -1,00.

2. Tahap substitusi impor

Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing yang sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditas tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor dari pada mengekspor. Nilai indeks ISP naik antara -1,00 sampai 0,00.

3. Tahap ekspor

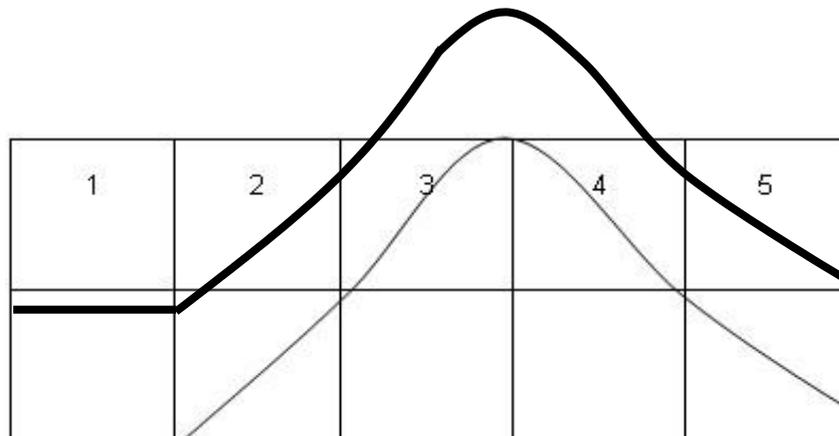
Pada tahap ini industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditas tersebut lebih besar daripada permintaan. Nilai indeks ISP naik antara 0,00 sampai 1,00.

4. Tahap kedewasaan

Pada tahap ini produk sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*. Nilai indeks berada pada kisaran 1,00 sampai 0,00.

5. Tahap kembali mengimpor

Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri. Nilai indeks ISP



kembali menurun antara 0,00 sampai -1,00.

Gambar 1. Kurva ISP sesuai Teori Siklus Produk

Keterangan:

1. Tahap Pengenalan
2. Tahap Substitusi Impor
3. Tahap Pertumbuhan
4. Tahap Kedewasaan
5. Tahap kembali mengimpor

2.5 Penelitian Terdahulu

1. Mochamad Yuzi Zakariyah. Analisis Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Internasional. Universitas Brawijaya. Jurusan sosial ekonomi Pertanian. Penelitian ini membahas tentang daya saing teh Indonesia terhadap teh dunia dengan menganalisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah RCA untuk mengetahui tingkat daya saing kakao Indonesia, ISP untuk mengetahui negara Indonesia termasuk kategori eksportir atau importir dan indeks Herfindal dan Concentration Rasio untuk menganalisis struktur pasar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai RCA komoditas teh > 1 , teh Indonesia cenderung sebagai eksportir dan Struktur pasar teh internasional memiliki konsentrasi sedang dan memiliki jenis pasar oligopoli.
2. Barirah Marlinda (2008) melakukan penelitian dengan judul Analisis Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Internasional. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, bertujuan untuk menganalisis struktur pasar yang terbentuk dengan menggunakan alat analisis *Herfindahl Index* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR), kemudian menganalisis daya saing

dengan menggunakan analisis *Revealed Comparative advantage* (RCA) untuk melihat status keunggulan komparatif dan Teori Berlian Porter untuk melihat status keunggulan kompetitif negara eksportir lada. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian Barirah Marlinda yaitu struktur pasar yang terbentuk pada perdagangan lada internasional adalah bentuk pasar dengan tingkat konsentrasi pasar sedang. Keunggulan komparatif negara Indonesia memiliki keunggulan yang ditunjukkan dengan nilai RCA lebih besar dari 1. Keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada faktor sumberdaya alam.

3. Eka Ratnawati (2011) , penelitian dengan judul Analisis Daya Saing Ekspor Karet Alam Indonesia di Pasar Internasional. bertujuan untuk menganalisis struktur pasar yang terbentuk dengan menggunakan alat analisis *Herfindahl Index* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR), kemudian menganalisis daya saing dengan menggunakan analisis *Revealed Comparative advantage* (RCA) untuk melihat status keunggulan komparatif dan *Export Competitiveness* (ECI) untuk melihat status keunggulan kompetitif negara eksportir karet alam.

Hasil yang ditunjukkan pada penelitian Ratnawati yaitu struktur pasar yang terbentuk pada perdagangan karet internasional adalah bentuk pasar oligopoli yang dikuasai oleh tiga negara eksportir, yaitu Thailand, Indonesia, dan Malaysia. Negara eskportir utama memiliki keunggulan karena nilai RCA lebih besar dari 1. Keunggulan kompetitif menunjukkan hanya Indonesia yang mampu bersaing karena nilai ECI lebih besar dari 1.

2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

Indonesia merupakan negara agraris yang diberi berkah kekayaan alam yang melimpah. Berbagai hasil alam tumbuh dengan subur di Indonesia, termasuk tanaman lada.

Tercatat pada data FAO (2017), luas lahan Indonesia tiga kali lebih besar dibandingkan luas lahan Vietnam dan tiga belas kali lebih besar dibandingkan luas lahan Malaysia. Namun, dalam lingkup Negara ASEAN pada tahun 2008-2015 Vietnam menempati peringkat pertama produksi lada dengan rata-rata sebesar 134.585 ton per tahun. Indonesia menempati peringkat kedua dengan rata-rata produksi pada periode tersebut sebesar 89.547 dan Malaysia diperingkat ketiga dengan rata-rata produksi sebesar 27.060 ton per tahun (UN COMTRADE, 2017). Globalisasi perdagangan menuntut Indonesia mampu meningkatkan kompetensi produk jagung agar dapat bersaing dengan negara dunia. Daya saing memegang peranan kunci.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui perkembangan ekspor lada di Indonesia dan negara pesaingnya dan menganalisis daya saing komparatif, kompetitif, posisi daya saing, serta dinamika daya saing ekspor lada Indonesia terhadap negara pesaingnya, maka penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif.

Untuk menganalisis daya saing komparatif, maka alat yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Untuk menganalisis daya saing kompetitif komoditas lada, alat yang digunakan

adalah *Export Competitiveness Index* (ECI). Setelah itu, untuk menganalisis posisi daya saing komoditas lada Indonesia, Vietnam, dan Malaysia, maka alat yang digunakan adalah Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Sehingga dari metode-metode yang digunakan dapat menjelaskan perbedaan dari daya saing ekspor lada Indonesia dan negara pesaingnya. Gambaran lengkap mengenai pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini :



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dibahas sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat perbedaan yang nyata dalam perkembangan ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional.
2. Diduga daya saing ekspor lada Indonesia lebih besar dari Malaysia di pasar Internasional berdasarkan RCA, ECI, ISP.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dan batasan dalam penelitian ini, yaitu hanya dilakukan terhadap negara Indonesia dan Malaysia dalam ekspor lada. Aspek yang menjadi batasan penelitian adalah nilai impor lada Indonesia dan nilai impor lada Malaysia. Data tahunan yang digunakan untuk penelitian ini berada dalam kurun waktu 11 tahun dari tahun 2007 sampai tahun 2017.

3.2. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data di peroleh dari *library research* dimana data yang diperoleh dalam bentuk data runtut waktu dalam periode 11 tahun, yaitu mulai tahun 2007 sampai tahun 2017. Data berasal dari publikasi resensi, *Food and Agriculture Organization (FAO)*, Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, Dinas Pertanian dan berbagai sumber yang lainnya.

3.2.2 Sumber data

Sumber data di dapat dari *study literature* dan metode dokumentasi. *Study literature* yang dilakukan adalah dengan membaca berbagai laporan dari instansi yang terkait, baik dari pemerintah maupun perguruan tinggi, sedangkan dokumentasi adalah dengan mengambil data berupa tabel, grafik, dan gambar dari *Food and Agriculture Organization (FAO)*, *United Nation Commodity Trade (UN Comtrade)*, Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjenbun), dan instansi lainnya. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* Microsoft Excel 2016 dan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

3.2.3 Metode Analisis data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran mengenai perkembangan ekspor lada Indonesia dan negara pesaingnya, yaitu Malaysia sedangkan metode kuantitatif dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan metode statistika dan ekonometrik, digunakan untuk menganalisis daya saing keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, posisi daya saing, dan dinamika daya saing ekspor lada Indonesia dan Malaysia di pasar dunia. Metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing komparatif komoditas lada dalam penelitian ini yaitu:

a. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Metode RCA merupakan salah satu metode pengukuran yang berbentuk dinamis. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Basri dan Munandar (2010) yang menyatakan bahwa RCA merupakan salah satu metode yang dinamis dan mampu digunakan untuk melakukan analisis daya saing. Metode ini dapat mengukur kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara dengan menghitung nilai ekspor terhadap nilai ekspor total dan dibandingkan dengan nilai ekspor terhadap nilai ekspor total dunia. Variabel yang diukur adalah rasio nilai ekspor lada negara i ke negara kawasan ASEAN terhadap nilai ekspor total negara i yang kemudian dibandingkan dengan nilai ekspor lada dari dunia ke ASEAN terhadap nilai ekspor

total dari dunia ke ASEAN. RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Keterangan:

X_{ij} : nilai ekspor komoditas i dari negara j

X_{it} : total nilai ekspor dari negara j

X_{iw} : nilai ekspor dunia komoditas i

X_{wt} : total nilai ekspor dunia

Perbandingan antara nilai RCA tahun sekarang dengan nilai RCA tahun sebelumnya disebut dengan indeks RCA. Indeks RCA dapat dirumuskan sebagai

berikut:

$$RCA = \frac{RCA_j}{RCA_{j-1}}$$

Keterangan:

RCA_j = nilai RCA tahun (*j*)

RCA_{j-1} = nilai RCA tahun ke (*j-1*)

Apabila nilai indeks RCA suatu negara untuk suatu komoditas lebih dari satu menunjukkan bahwa daya saing komoditas dari negara tersebut berdaya saing kuat dan mengalami peningkatan dibanding dengan tahun sebelumnya. Sebaliknya, apabila nilai Indeks RCA suatu negara untuk suatu komoditas kurang dari satu menunjukkan bahwa daya saing komoditas dari negara tersebut berdaya saing lemah dan mengalami penurunan dibanding dengan tahun sebelumnya. Semakin besar nilai indeksnya, semakin tinggi pula tingkat keunggulan komparatifnya.

Sementara itu, untuk mengukur keunggulan kompetitif komoditas lada di pasar Internasional digunakan dengan metode *Export*

Competitiveness Index (ECI) karena dengan metode ini akan dapat menjawab hal-hal yang memengaruhi daya saing komoditas lada yang tidak dapat diperoleh dengan metode yang dilakukan berdasarkan analisis kualitatif. Alat ini menunjukkan perbandingan rasio ekspor suatu negara untuk komoditas tertentu pada periode tertentu (t) dengan rasio ekspor suatu negara untuk komoditas tertentu pada periode sebelumnya ($t-1$). ECI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ECI = \frac{(X_{ij}/X_{jD})_t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_{t-1}}$$

Di mana:

X_{ij} = Nilai ekspor suatu komoditas negara i pada tahun j

X_{jD} = Nilai ekspor suatu komoditas dunia pada tahun j

t = periode berjalan

$t-1$ = periode sebelumnya

Jika ECI suatu komoditas > 1 , berarti komoditas tersebut menghadapi tren daya saing yang meningkat. Sebaliknya, apabila nilai ECI < 1 , maka komoditas tersebut mengalami penurunan daya saing. Dapat disimpulkan bahwa untuk dapat bersaing dan bertahan di pasaran pasar

internasional, maka suatu komoditas hendaknya memiliki indeks komparatif dan kompetitif yang lebih besar dari satu.

Untuk menganalisis posisi daya saing ekspor lada antara Indonesia dan Malaysia, maka digunakan alat analisis berupa Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). ISP dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ISP_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Di mana: ISP_{ij} = Indeks Spesialisasi Perdagangan atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j)

X_{ij} = Nilai ekspor atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j)

M_{ij} = Nilai impor atas komoditas lada (i) dari negara produsen (j)

3.4. Konsepsi Pengukuran

1. Ekspor komoditas lada adalah volume dan nilai ekspor yang dihasilkan dan dihitung yang dinyatakan dalam ton per tahun (ton/ tahun) dan dolar Amerika Serikat per tahun (US\$/ tahun).

2. Nilai total ekspor merupakan jumlah atau kualitas keseluruhan dari semua komoditas ekspor yang dinyatakan dalam dolar Amerika Serikat per tahun (US\$/ tahun).

3. Nilai impor adalah nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan bea masuk yang dinyatakan dalam dolar Amerika Serikat per tahun (US\$/ tahun).

4. *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah indeks untuk mengukur tingkat daya saing dari keunggulan komparatif. Jika $RCA > 1$ maka komoditas tersebut memiliki daya saing secara komparatif, begitu pula sebaliknya.

5. *Export Competitiveness Index* (ECI) indeks untuk mengukur tingkat daya saing dari keunggulan kompetitif. Jika $ECI > 1$ maka komoditas tersebut memiliki daya saing secara kompetitif, begitu pula sebaliknya.

6. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan metode yang digunakan untuk melihat posisi daya saing komoditas suatu negara dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: 1). Tahap pengenalan, nilai indeks ISP adalah -1,00 sampai -0,50; 2). Tahap substitusi impor, nilai indeks ISP naik antara -0,51 sampai 0,00; 3). Tahap ekspor, nilai indeks ISP naik antara 0,01 sampai 0,80; 4). Tahap kedewasaan, nilai indeks berada pada kisaran 0,81 sampai 1,00; 5). Tahap kembali mengimpor, nilai indeks ISP kembali menurun antara 1,00 sampai 0,00.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional Tahun 2007-2017

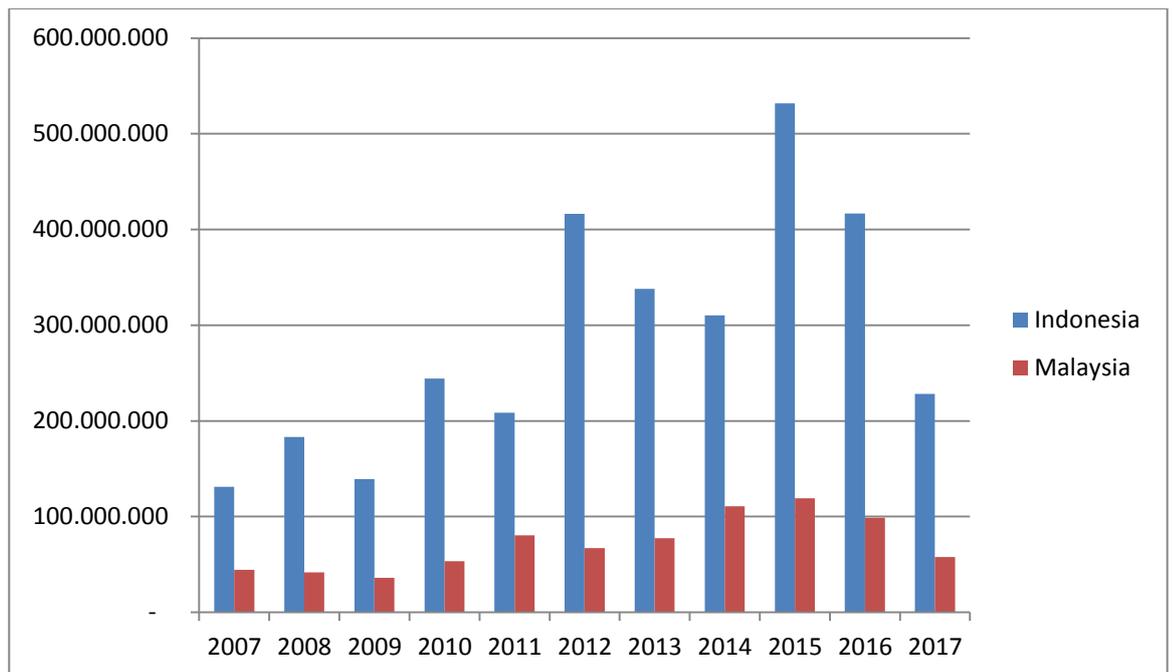
Lada termasuk salah satu komoditas pertanian yang banyak diperdagangkan dunia dan sangat diperlukan di negara-negara pengimpor. Sebanyak 80 persen permintaan impor lada langsung dipergunakan untuk kebutuhan industri terutama untuk industri pengolahan makanan dan farmasi (Soebtrianasari, 2008). Indonesia yang merupakan salah satu dari negara produsen dan eksportir lada terbesar. Produksi lada di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup stabil, hal ini didasari oleh peningkatan luas lahan yang relatif luas terjadi di Indonesia selama 10 tahun terakhir. Namun, Indonesia memiliki kompetitor utama dalam aspek produksi maupun ekspor komoditas lada pada saat ini yang merupakan satu wilayah ASEAN yaitu Malaysia. Produksi lada Malaysia mengalami peningkatan yang mempengaruhi jumlah ekspor lada Malaysia.

Nilai ekspor produk lada Indonesia dan Malaysia dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Nilai Ekspor produk Lada Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia	Malaysia
2007	131,257,020	44,577,523
2008	183,364,870	41,811,163
2009	139,078,898	36,136,019
2010	244,372,855	53,425,002
2011	208,587,342	80,605,764
2012	416,319,366	67,155,023
2013	337,840,587	77,422,617
2014	310,136,046	110,728,958
2015	531,642,109	119,058,032
2016	416,580,705	98,771,718
2017	228.357.082	57.951.338

Sumber: UN COMTRADE (data diolah), 2018



Tabel 3. Nilai Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional Tahun 2007-2017 (dalam US dollar)

Dari gambar dapat di lihat terdapat perbedaan yang signifikan antara ekspor lada Indonesia dan Malaysia, selama periode tahun 2007

sampai tahun 2017. Nilai ekspor lada Indonesia menunjukkan fluktuatif, namun secara keseluruhan menunjukkan trend kenaikan. begitu pula dengan Malaysia, mengalami kenaikan nilai ekspor namun tidak begitu signifikan. Di bandingkan dengan nilai ekspor lada Indonesia, maka nilai ekspor lada Malaysia sangat jauh di bawah Indonesia.

Dari gambar dapat di lihat, ekspor lada sejak tahun 2007-2017 mengalami kecenderungan menurun. Baik itu Indonesia, maupun Malaysia. Kedua Negara mengalami penurunan nilai ekspor lada ke pasar Internasional. Namun demikian nilai ekspor Indonesia masih mengungguli ekspor lada Malaysia. Ini menandakan bahwa Indonesia masih dapat lebih unggul, namun juga dapat menjadi ancaman jika Malaysia meningkatkan nilai ekspor dalam jumlah yang besar, karena akan mempengaruhi harga ekspor lada di pasar internasional. Begitu juga hal tersebut akan mempengaruhi ekspor lada Indonesia.

4.2. Daya Saing Ekspor Lada

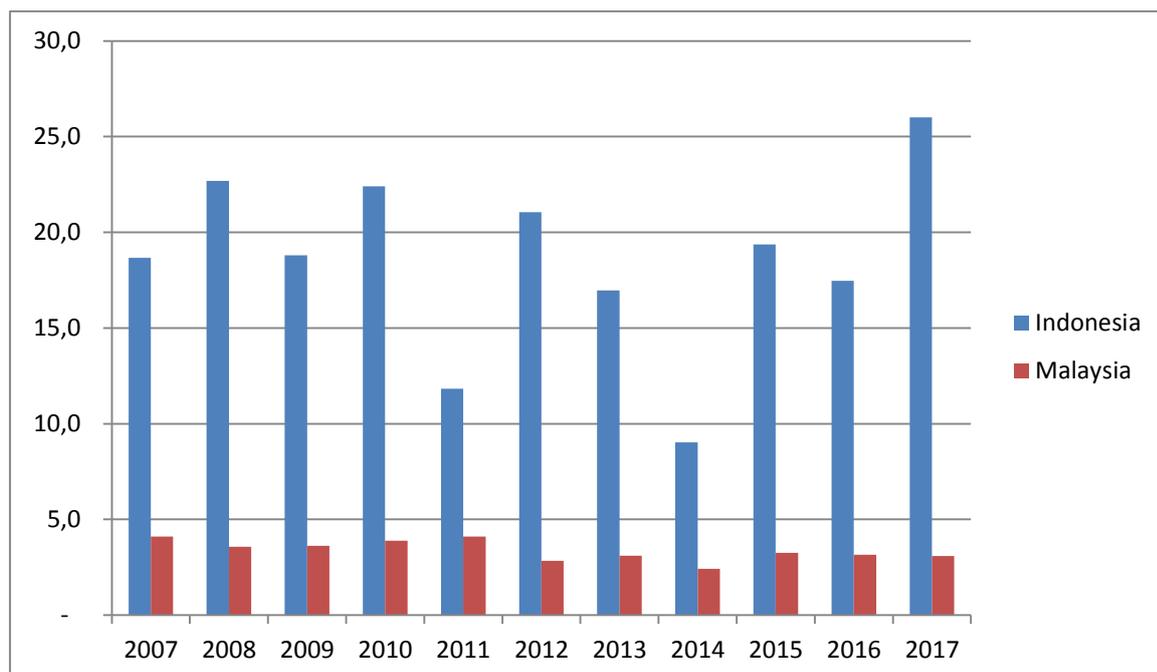
Daya saing lada Indonesia dan Malaysia dapat diukur dari keunggulan komparatifnya. Keunggulan komparatif komoditas lada dari negara ini dapat dianalisis menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang bertujuan untuk membandingkan posisi daya saing Indonesia dan Malaysia pada komoditas lada. Jika $RCA > 1$ (lebih dari satu), menunjukkan pangsa komoditas lada dalam total ekspor suatu

negara lebih besar dari pangsa komoditas yang bersangkutan di dalam ekspor. Semakin besar nilai RCA menunjukkan semakin kuat keunggulan komparatif yang dimiliki. Untuk lebih jelas hasil analisis RCA lada Indonesia dan Malaysia dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Nilai RCA produk Lada Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia	Malaysia
2007	18.7	4.1
2008	22.7	3.6
2009	18.8	3.6
2010	22.4	3.9
2011	11.8	4.1
2012	21.1	2.8
2013	17.0	3.1
2014	9.0	2.4
2015	19.4	3.3
2016	17.5	3.2
2017	26.01	3.57
Rata2	18.57	3.57

Sumber: UN COMTRADE (data diolah), 2018



Tabel 4. Hasil Analisis RCA Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional Tahun 2007-2017

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan indeks RCA, selama periode 2007 sampai 2017 lada Indonesia dan Malaysia sama-sama memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing di pasar internasional.

Indonesia memiliki posisi terunggul dalam keunggulan komparatif dibandingkan dengan Malaysia. Nilai RCA lada Indonesia bahkan selalu di atas 7. Sedangkan RCA Malaysia jauh di bawah Indonesia. Meskipun rata-rata RCA Malaysia di atas 1, namun masih di bawah 5. Jika di bandingkan dengan Indonesia maka Indonesia jelas berdaya saing lebih unggul dari pada Malaysia, Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang cukup kuat di pasar Internasional untuk pasar lada. Dengan keunggulan

komparatif seperti ini menunjukkan rentang yang cukup jauh antara Indonesia dan Malaysia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Aprilia, *et al.* (2015) Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan lada yang dibuktikan dengan nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) Indonesia pada tahun 2013 sebesar 17,26 diatas Brazil (7,70), India (3,60), Malaysia (3,13) tetapi masih dibawah Vietnam (44,77). Indonesia memiliki keunggulan komparatif namun daya saing Indonesia masih di bawah negara Vietnam yang menjadi negara produsen lada terbesar di dunia.

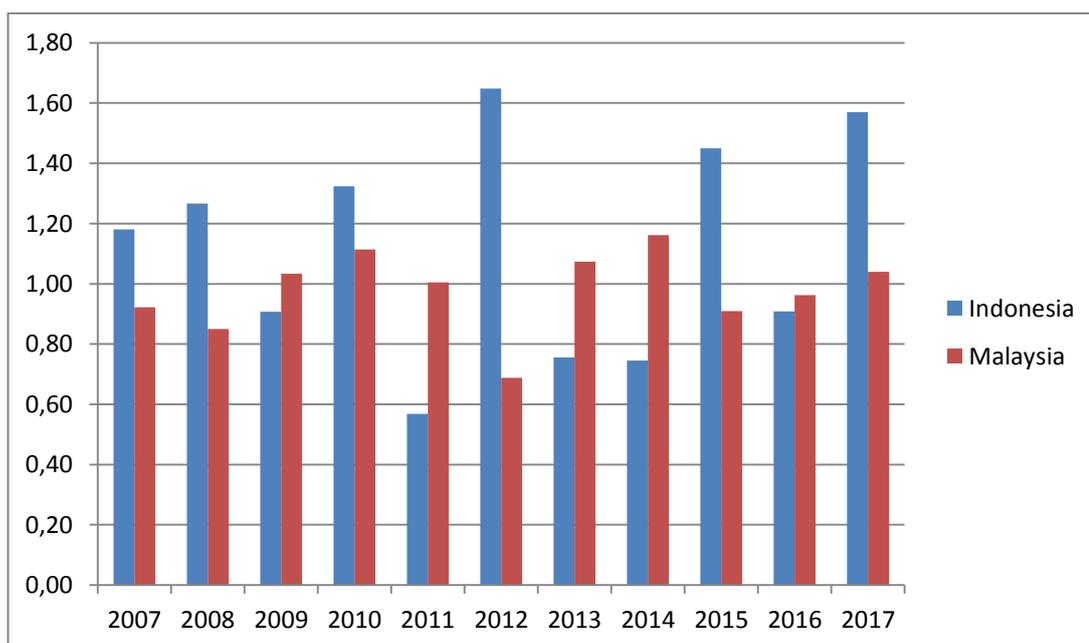
4.2.2. Daya Saing Kompetitif

Analisis *Export Competitiveness Index* (ECI) di penelitian ini digunakan untuk melihat apakah negara-negara eksportir lada di pasar Internasional, khususnya Indonesia dan Malaysia memiliki keunggulan kompetitif dan daya saing yang cukup kuat terhadap komoditas lada di pasar Internasional. Adapun ketentuan ECI, yaitu jika $ECI > 1$, maka negara tersebut memiliki daya saing kompetitif dan sebaliknya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Nilai ECI produk Lada Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia	Malaysia
2007	1.18	0.92
2008	1.27	0.85
2009	0.91	1.03
2010	1.32	1.11
2011	0.57	1.00
2012	1.65	0.69
2013	0.76	1.07
2014	0.75	1.16
2015	1.45	0.91
2016	0.91	0.96
2017	1.57	1.04
Rata2	1.12	1.04

Sumber: UN COMTRADE (data diolah), 2018



Tabel 5. Hasil Analisis ECI Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional Tahun 2007-2017

Hasil analisis ECI yang dapat dilihat pada Gambar 9 menunjukkan bahwa Indonesia dan Malaysia dapat berdaya saing secara kompetitif, karena sama-sama bernilai positif. Nilai ECI kedua Negara hamper dapat

di katakan seimbang selama 10 tahun terakhir. Dimana Indonesia lebih unggul di tahun 2007,2008,2010,2012, dan 2015. Sedangkan Malaysia dapat mengungguli di 4 tahun yaitu tahun 2009,2011,2013,2014, dan 2016.

Secara rata-rata ECI Indonesia lebih mengungguli ECI Malaysia selama masa penelitian. Namun nilai ECI Indonesia masih terbilang rendah. Rendahnya nilai ECI Indonesia disebabkan akibat masih kurangnya peran dari industri terkait maupun pendukung. Komoditas lada Indonesia sebagian besar berasal dari petani rakyat hanya sebagian kecil dari swasta pada perusahaan besar, sedangkan ekspor di Negara lain telah banyak diusahakan oleh perusahaan- perusahaan besar milik swasta dan negara dan sektor lada sangat berorientasi ekspor, di mana ekspor mencakup 95 persen produksi. Selain itu, penggunaan teknologi dalam produksi lada yang dapat menghasilkan produksi yang lebih besar walaupun luas lahannya lebih kecil dari Indonesia. Sementara itu di Malaysia sendiri lada ditanam di daerah terpencil, yaitu di Sarawak dan kebanyakan ditanam oleh rakyat/ petani kecil. Rendahnya produksi maupun ekspor lada di Malaysia diakibatkan gangguan hama dan penyakit pada budidaya lada dan kurangnya akses pasar terhadap hasil produksinya (Kium, 2014).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kania (2012), yang di mana perkembangan dalam keunggulan kompetitif lada Indonesia dalam

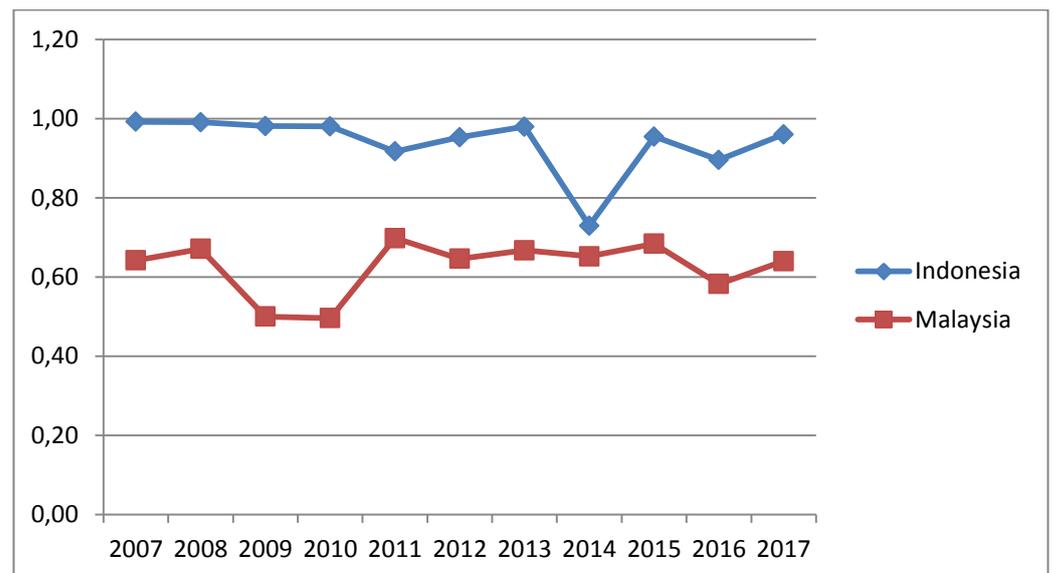
kurun waktu 2001-2010 mengalami pertumbuhan yang berfluktuatif. Pada tahun 2004, nilai ECI Indonesia bernilai 0,562 berada di bawah negara-negara eksportir lainnya, yang berarti lada Indonesia mengalami penurunan daya saing. Penurunan ini diperkirakan berkaitan erat dengan turunnya luas areal dan produktivitas tanaman yang disebabkan oleh berbagai faktor, terutama gangguan OPT dan fluktuasi harga lada (Agus Wahyudi, *et al.*, 2009). Namun, pada tahun 2010 tren daya saing Indonesia meningkat sampai 1,978 melebihi keempat negara eksportir lada lainnya. Peningkatan tersebut seiring dengan upaya pemerintah Indonesia dalam hal perbaikan kinerja ekspor lada di pasar Internasional dengan pengadaan rehabilitasi pada tanaman yang rusak (Direktorat Jendral Perkebunan, 2012).

4.2.3. Posisi Daya Saing

Untuk melihat posisi suatu daya saing lada Indonesia dan Malaysia di pasar Internasional dapat dilihat dengan analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Nilai ISP produk Lada Indonesia dan Malaysia

Tahun	Indonesia	Malaysia
2007	0.99	0.64
2008	0.99	0.67
2009	0.98	0.50
2010	0.98	0.50
2011	0.92	0.70
2012	0.95	0.65
2013	0.98	0.67
2014	0.73	0.65
2015	0.95	0.68
2016	0.90	0.58
2017	0.96	0.64
Rata2	0.94	0.63



Tabel 6. Hasil Analisis ISP Ekspor Lada Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional Tahun 2007-2017

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa selama kurun waktu penelitian (2007-2017). Nilai rata-rata ISP Indonesia mencapai 0,94 per tahun, nilai ini lebih besar dibandingkan dengan Malaysia yang nilai ISP

ladanya 0,62 per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa komoditas lada Indonesia mempunyai daya saing yang kuat dan Indonesia cenderung sebagai negara pengeksportir dari komoditas lada (suplai domestik lada lebih besar daripada permintaan domestik lada). Begitu pula dengan Malaysia yang nilai rata-rata ISP lada berkisar antara 0 sampai 1 dan bernilai positif, menandakan bahwa negara tersebut juga mempunyai daya saing yang kuat dan cenderung sebagai pengeksportir komoditas lada.

Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP yang lebih tinggi dan dinyatakan sebagai eksportir lada. Malaysia masih kalah dalam spesialis perdagangan lada dengan Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Aprilia, *et al.* (2015) bahwa nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Indonesia menjadi negara pengeksportir lada berdasarkan perhitungan ISP tahun 2013 dengan nilai ISP Indonesia sebesar 0,98. Hal ini menunjukkan bahwa komoditas lada Indonesia berada dalam tahap pematangan dalam perdagangan dunia atau memiliki daya saing yang sangat kuat. Nilai ISP Indonesia tahun 2013 di atas Vietnam (0,73), Malaysia (0,67), dan India (0,15) namun di bawah Brazil (0,99). Dapat disimpulkan bahwa Indonesia mampu bersaing dengan negara lain dalam menghadapi perdagangan global.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian ini, didapatkan kesimpulan terhadap permasalahan dan tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Perkembangan Ekspor lada Indonesia lebih baik di bandingkan Malaysia, di lihat dari segi nilai ekspor lada ke pasar Internasional. Selama masa penelitian tampak Indonesia menunjukkan tren ekspor lada meningkat yang cukup signifikan.

a. Rata-rata perkembangan ekspor lada Indonesia meningkat sebesar 19,25 persen.

b. Rata-rata perkembangan ekspor lada Malaysia meningkat sebesar 6,75 persen.

Artinya, terdapat perbedaan yang nyata dalam perkembangan ekspor produk lada di pasar internasional antara Indonesia dan Malaysia dalam periode tahun 2007-2017

2. Dalam membandingkan daya saing Indonesia dan Malaysia di gunakan indikator RCA, ECI, dan ISP di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

a. Pada indikator RCA, negara Indonesia dan Malaysia sama-sama memiliki nilai positif. Nilai RCA Indonesia di angka 17.83 dan RCA malaysia 3.41.

hal ini menunjukkan bahwa kedua negara memiliki daya saing. Namun Indonesia masih jauh mengungguli Malaysia.

b. Pada indikator ICE, negara Indonesia dan Malaysia sama-sama memiliki nilai positif. Nilai ICE Indonesia di angka 1.08 dan ICE Malaysia 0.97. Dari segi nilai ICE, Indonesia masih lebih unggul dari Malaysia, namun dengan selisih jarak yang tidak terlalu jauh.

c. Pada indikator ISP, negara Indonesia dan Malaysia sama-sama memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dan Malaysia cenderung sebagai negara pengekspor untuk komoditas lada di pasar internasional. Namun Indonesia masih lebih Unggul dari Malaysia.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil analisis daya saing ekspor lada Indonesia terhadap Malaysia, yaitu:

1. Untuk meningkatkan daya saing lada Indonesia, perlu dilakukan peningkatan kualitas produk lada. Serta menjual ekspor lada tidak hanya dalam bentuk lada murni, namun lada dalam bentuk olahan yang dapat memberikan nilai tambah pada harga jual lada itu sendiri. Sehingga nilai ekonomi dari ekspor lada tidak hanya menang dalam kuantitas ekspor karena harga yang murah, namun juga menang dalam harga jual sehingga memberikan nilai tambahan ekonomi yang tinggi.

2. Bagi penyuluh, perlu adanya memberikan pelatihan dan bimbingan kepada petani dan industri pengolahan lada, untuk meningkatkan pengetahuan berkaitan dengan proses pengolahan lada itu sendiri.
3. Untuk penelitian selanjutnya , perlu dilakukan penelitian menggunakan metode perhitungan daya saing yang lain dan membandingkan dengan negara pengekspor lada lainnya seperti brazil, Vietnam dan sebagainya.
4. Untuk pemerintah, perlu memberikan dukungan baik sarana maupun prasarana yang dapat membantu mengembangkan industry lada di Indonesia. Seperti bibit unggul, metode penanaman efektif, serta teknologi pengolahan lada yang lebih modern. Sehingga dapat meningkatkan kualitas lada Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Food and Agriculture Organization. 2018. Production and Trade. Faostat.org. Diunduh dari <http://www.fao.org>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2018.
- H Rahmat Rukmana, Usaha Lada Perdu, Yogyakarta:Penerbit Kanisius ,2001
- Rismunandar ,Lada, Budidaya, dan Pemasaran, ,Jakarta Penebar Swadaya,1992
- Ratna. 2012. Analisis Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Internasional. Jurnal. Fakultas Pertanian. Universitas Siliwangi. Tasikmalaya
- Hiratsuka, dan Daisuke 2003. Competitiveness Of ASEAN, China, and Japan. Dalam Tambunan, Tulus. 2004. Globalisasi dan Perdagangan Internasional. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Hidayat, Anwar. 2014. Penjelasan Uji Mann Whitney U Test. Bondowoso. Diunduh dari <https://www.statistikian.com/2014/04/mann-whitney-u-test.html>. Diakses pada tanggal 23 Mei 2018
- Ginting, Kristiawan Hadinata. 2014. Analisis Posisi Lada Putih Indonesia di Pasar Lada Putih Dunia. Tesis. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Ginting, Kristiawan Hadinata. 2014. Analisis Posisi Lada Putih Indonesia di Pasar Lada Putih Dunia. Tesis. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Departemen Pertanian. 2009. Pedoman Teknis Pengembangan Lada Organik. Direktorat Jenderal Perkebunan Departemen Pertanian. Jakarta
- Ginting, Kristiawan Hadinata. 2014. Analisis Posisi Lada Putih Indonesia di Pasar Lada Putih Dunia. Tesis. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Marlinda, Barirah. 2008. Analisis Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2015. Outlook Lada. Sekretariat Jenderal-Kementerian Pertanian. Jakarta
- Salvatore, Dominick. 2014. Ekonomi Internasional. Salemba Empat. Jakarta

- Triana, Faridah. 2000. Dampak Perubahan Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Penawaran dan Permintaan Lada Putih di Pasar Domestik dan Dunia. Tesis. Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Nainggolan, Nurul Maysinta. 2016. Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Jambi. Jambi