

## KAJIAN DAYA SAING LADA HITAM INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

### *Study of the Competitiveness of Indonesian Black Pepper in the International Market*

Ernah<sup>1\*</sup>, Suci Yulianti<sup>1</sup>, Az Zahra Khoirurizqa Fadiya<sup>1</sup>, Lolo Nola  
Tumanggor<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran  
Jalan Ir. Soekarno KM. 21, Jatinangor – Sumedang 45363.

\*Email : [ernah@unpad.ac.id](mailto:ernah@unpad.ac.id)

Naskah diterima: 01/06/2024, direvisi : 19/11/2024 disetujui: 29/11/2024

#### ABSTRAK

Lada hitam Indonesia merupakan komoditas yang penting dalam sektor perkebunan, memberikan kontribusi besar terhadap devisa negara dan industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji daya saing lada hitam Indonesia di pasar internasional menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Data ekspor dari tahun 2012 hingga 2022 menunjukkan peningkatan volume ekspor lada hitam Indonesia, namun terdapat fluktuasi dalam daya saing di beberapa negara tujuan utama. Metode analisis RCA digunakan untuk mengevaluasi posisi daya saing Indonesia dibandingkan dengan negara lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor lada hitam ke negara tujuan utama seperti Vietnam, Amerika Serikat, India, Perancis, dan Tiongkok. Faktor-faktor seperti produksi lada, harga, dan kebijakan pemerintah memiliki dampak signifikan terhadap daya saing lada Indonesia. Untuk memperkuat keunggulan komparatif lada hitam Indonesia dapat dilakukan melalui strategi yang terarah dan dukungan kebijakan yang tepat, seperti peningkatan produksi, stabilitas harga domestik, dan kebijakan pemerintah yang mendukung petani.

Kata kunci: lada hitam, Indonesia, daya saing, ekspor, RCA

#### ABSTRACT

*Indonesian black pepper is an important commodity in the plantation sector, making a major contribution to the country's foreign exchange and industry. This research aims to examine the competitiveness of Indonesian black pepper in the international market using the Revealed Comparative Advantage (RCA) method. Export data from 2012 to 2022*

*shows an increase in the volume of Indonesian black pepper exports, but there are fluctuations in competitiveness in several main destination countries. The RCA analysis method is used to evaluate Indonesia's competitive position compared to other countries. The research results show that Indonesia has a comparative advantage in exporting black pepper to main destination countries such as Vietnam, the United States, India, France and China. Factors such as pepper production, prices, and government policies have a significant impact on the competitiveness of Indonesian pepper. Strengthening the comparative advantage of Indonesian black pepper can be done through targeted strategies and appropriate policy support, such as increasing production, domestic price stability, and government policies that support farmers.*

*Keywords: black pepper, Indonesian, competitiveness, export, RCA*

## PENDAHULUAN

Perdagangan internasional adalah hubungan perniagaan antara pelaku perdagangan dua negara yang berbeda yang kegiatannya dapat berupa ekspor maupun impor. Keuntungan dari perdagangan internasional diantaranya untuk mendapatkan barang atau komoditas yang tidak dapat di produksi oleh negara sendiri, untuk memperoleh keuntungan dari spesialisasi dan memperluas pasar untuk mendapatkan keuntungan (Rinaldy et al., 2018). Konsep daya saing dan keunggulan komparatif merupakan konsep daya saing dan keunggulan komparatif dalam praktik perdagangan internasional (Yulia & Chandriyanti, 2021).

Lada hitam (*Piper nigrum*) adalah salah satu rempah tertua yang telah dibudidayakan di dunia. Di Indonesia, lada hitam merupakan salah satu komoditas dari sektor perkebunan yang berpotensi memiliki sejarah panjang terutama di wilayah Sumatera dan Kalimantan dan memiliki kontribusi besar terhadap devisa negara, industri sebagai bahan baku, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan bagi para petani. Lada hitam pertama kali diperkenalkan ke Indonesia oleh para pedagang India dan menjadi salah satu barang dagangan utama yang diekspor ke Eropa pada abad ke-15 dan 16. Para pedagang Eropa, termasuk Portugis, Belanda, dan Inggris, tertarik ke Indonesia karena rempah-rempah, terutama lada hitam, yang saat itu bernilai sangat tinggi.

Indonesia menjadi salah satu negara yang memegang peranan penting sebagai eksportir ke pasar global, terutama dalam bidang ekspor lada hitam (Tabel 1). Selama periode 2012 hingga 2022, Indonesia telah secara konsisten mengirim lada hitam ke berbagai negara antara lain Vietnam, Amerika Serikat, India, Perancis dan Tiongkok. Pada lima negara tersebut, ekspor lada hitam mengalami fluktuasi selama 10 tahun terakhir dari periode 2012 hingga 2022. Fluktuasi dalam jumlah ekspor setiap tahunnya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perubahan permintaan pasar, fluktuasi harga komoditas, dan kondisi cuaca yang mempengaruhi produksi lada hitam (M.Rafli dkk, 2024). Dalam 10 tahun terakhir Indonesia telah mengekspor sebanyak 49.641 ton lada hitam ke lima negara tujuan ekspor tersebut. Pada tahun 2016 terjadi penurunan ekspor sebesar 47,2 % di

kelima negara tersebut dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 terjadi peningkatan ekspor lada hitam sebanyak 22.628,2 ton di lima negara tersebut dari tahun sebelumnya yang hanya mampu melakukan ekspor sebanyak 13.432,5 ton.

**Tabel 1. Volume Ekspor Lada Hitam di Indonesia (Ton)**

| Tahun        | Vietnam      | Amerika     | India        | Perancis    | Tiongkok    |
|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| 2012         | 14343        | 19038,1     | 4820         | 300         | 1405,1      |
| 2013         | 8869,7       | 11315,9     | 2288         | 503         | 650         |
| 2014         | 2290,1       | 4511        | 2750,3       | 325         | 947         |
| 2015         | 14355,9      | 8147,2      | 2913,5       | 475         | 2101        |
| 2016         | 8455,9       | 5986,1      | 5162,5       | 1526,7      | 1303        |
| 2017         | 3377         | 4497,1      | 2633,2       | 1078,1      | 350         |
| 2018         | 4258         | 2391,9      | 3117,6       | 412         | 830,1       |
| 2019         | 5600,9       | 2499        | 3196         | 387         | 1815,6      |
| 2020         | 12143,3      | 3636,7      | 2832,1       | 622         | 3394,1      |
| 2021         | 2524,9       | 2187,2      | 2156,4       | 724         | 2403,5      |
| 2022         | 2304,3       | 3368,2      | 1354,1       | 1250        | 2220,6      |
| <b>Total</b> | <b>21978</b> | <b>7010</b> | <b>10304</b> | <b>4998</b> | <b>5351</b> |

Sumber : Badan Pusat Statistik, (2022).

Penelitian tentang daya saing lada hitam belum banyak dilakukan, penelitian M.Rafli dkk (2024) dengan menggunakan rumus Ekspor Produk Dinamis (EPD) dan Porter's Diamond menunjukkan lada hitam Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dinegara tujuan ekspor yaitu Vietnam, China, Amerika Serikat, Perancis dan India, selain itu lada hitam Indonesia unggul dari sisi permintaan dan peran pemerintah dan lemah pada sumber daya manusianya. Sementara penelitian Dewanti (2022) menunjukkan volume ekspor dan harga internasional lada hitam Indonesia memiliki korelasi sedangkan nilai tukar dan inflasi tidak berkorelasi secara signifikan dengan daya saing lada hitam Indonesia di pasar global.

Dari uraian sebelumnya, maka penelitian ini penting dilakukan untuk melengkapi kajian tentang daya saing lada hitam di pasar internasional. Dengan menggunakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menghitung daya saing adalah *Revealed Comparative Advantage* untuk menghitung keunggulan komparatif suatu negara dalam ekspor lada hitam dibandingkan dengan negara lainnya. Untuk menghitung RCA ini, maka dibutuhkan data ekspor lada hitam dari berbagai negara produsen lada hitam serta harga dan permintaan global akan komoditas tersebut.

## METODOLOGI

Kajian daya saing perdagangan lada hitam Indonesia di pasar global dapat memberikan wawasan yang berharga tentang potensi pasar, tantangan

perdagangan, dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing lada hitam Indonesia di pasar internasional. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), dan *International Trade Center* (ITC) yang dapat diakses melalui internet. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan literatur seperti laporan penelitian dan jurnal sebagai sumber informasi tambahan (Riani, 2023).

Data yang digunakan mencakup periode 10 tahun dari 2012-2022 yang memungkinkan untuk menganalisis tren dan pola jangka panjang dalam perdagangan lada hitam. Metode yang digunakan untuk analisis ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode ini digunakan sebagai metode evaluasi posisi lada hitam Indonesia dalam daya saing pasar internasional dan untuk mengukur keunggulan komparatifnya dalam hal ekspor. Analisis ini menggunakan perbandingan terhadap beberapa negara seperti Vietnam, Amerika Serikat, India, Prancis, dan Tiongkok yang menjadi negara tujuan ekspor komoditas lada hitam dari Indonesia.

Daya saing merupakan kemampuan dari suatu komoditi untuk bersaing di pasar internasional dan mampu untuk bertahan di pasar tersebut (Kusnaedi dan Ernah (2024) ; Sari & Tety (2017)). Daya saing perdagangan adalah keunggulan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan suatu komoditas dengan lebih efisien daripada negara lain dimana keunggulan komparatif suatu negara dapat dilihat dari nilai ekspor negara tersebut. Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan rasio pangsa suatu komoditi pada suatu negara ke negara lain (Ningsih & Kurniawan, 2016). Secara matematis RCA dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$X_{ij}$  : Nilai ekspor komoditas lada hitam dari negara Indonesia ke negara tujuan

$X_{it}$  : Nilai ekspor total negara Indonesia dan negara Tujuan

$W_j$  : Nilai ekspor dunia komoditas lada hitam

$W_t$  : Nilai total ekspor dunia

Interpretasi nilai RCA yang dihasilkan dapat dilakukan dengan dua cara. Ketika RCA melebihi 1 ( $RCA > 1$ ) menandakan bahwa komoditas lada hitam memiliki daya saing yang kuat karena memiliki keunggulan yang signifikan. Semakin tinggi nilai RCA, semakin kuat daya saing produk yang dimiliki oleh negara tersebut. Sebaliknya, jika nilai RCA kurang dari 1 ( $RCA < 1$ ) menandakan bahwa komoditas lada hitam memiliki keunggulan komparatif di bawah rata-rata dunia atau bahkan memiliki daya saing yang lemah. Semakin rendah nilai RCA, semakin lemah daya saing produk yang dimiliki oleh negara tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya saing pada komoditas lada hitam Indonesia di beberapa negara tujuan melalui metode menunjukkan bahwa nilai RCA dari tahun 2012-2022 di kelima negara yaitu Vietnam, Amerika Serikat, India, Perancis dan Tiongkok memiliki daya saing yang kuat dengan rata-rata nilai RCA  $> 1$  (Tabel 2). RCA digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif suatu komoditi di suatu negara dengan komoditi yang sama yang berasal dari negara lain (Azzahra dan Irene, 2024). Pengembangan ekspor dapat digunakan sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan negara dan memperkuat ekonomi nasional. Maka dari itu, komoditas lada hitam Indonesia memiliki keunggulan komparatif dengan komoditas lada hitam di kelima negara tersebut dimana keunggulan komparatif tersebut dapat berupa kemampuan teknologi, keterampilan manajerial, penggunaan sumber daya alam, serta kemampuan mengelola aktivitas ekonomim (Suhardi & Afrizal, 2021)

**Tabel 2. Nilai RCA Lada Hitam Indonesia di Negara Tujuan Ekspor**

| Tahun     | Pasar Negara Tujuan Ekspor |                 |         |          |          |
|-----------|----------------------------|-----------------|---------|----------|----------|
|           | Vietnam                    | Amerika Serikat | India   | Perancis | Tiongkok |
| 2012      | 37,8696                    | 25,2060         | 10,5183 | 13,7677  | 16,1388  |
| 2013      | 30,5635                    | 14,0963         | 4,7491  | 22,7017  | 15,8862  |
| 2014      | 14,3206                    | 6,2016          | 4,3946  | 14,2886  | 20,2681  |
| 2015      | 36,0766                    | 10,4353         | 3,9146  | 20,9519  | 45,1741  |
| 2016      | 30,6489                    | 7,2334          | 7,3550  | 0,0611   | 23,6128  |
| 2017      | 13,0578                    | 4,8743          | 2,4370  | 44,4687  | 4,0364   |
| 2018      | 6,3714                     | 1,8467          | 2,4855  | 11,1980  | 1,5284   |
| 2019      | 6,8073                     | 1,6173          | 3,6015  | 10,4644  | 1,1118   |
| 2020      | 15,2717                    | 1,7542          | 2,8844  | 0,0114   | 1,3229   |
| 2021      | 4,3600                     | 0,9345          | 1,5849  | 13,9615  | 0,7777   |
| 2022      | 0,0022                     | 18,7724         | 0,0009  | 0,0315   | 0,0011   |
| Rata-Rata | 17,7591                    | 8,4520          | 3,9933  | 13,8097  | 11,8053  |

**Sumber: International Trade Centra dan BPS (2022), diolah.**

Negara Vietnam memiliki nilai RCA tertinggi dibandingkan kelima negara tersebut dengan nilai rata-rata 17,76 sedangkan negara India memiliki nilai RCA terendah dengan nilai rata-rata sebesar 3,99. Lada hitam sebagian besar diperdagangkan di Vietnam dan India, sedangkan lada putih sebagian besar diperdagangkan di Amerika Serikat (Azahari et al, 2021). Vietnam juga merupakan negara eksportir lada hitam yang bersaing di pasar dunia. Akan tetapi, terjadi penurunan volume ekspor lada di Vietnam dipengaruhi oleh meningkatnya konsumsi lada dalam negeri sehingga menurunkan nilai ekspor, yang menyebabkan Vietnam kehilangan peluang. (Gustrinazul et al, 2023). Selain itu, menurut penelitian Tarigan (2024), Vietnam memiliki tujuan impor berbeda yaitu untuk melakukan ekspor ulang lada hitam tersebut ke negara konsumen akhir serta termasuk eksportir terbesar di dunia. Vietnam mengimpor lada hitam

dari Indonesia untuk mencampur kedua jenis lada hitam yaitu lada Sarawak dan Lampung sehingga menghasilkan produk yang diminati oleh Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor lada hitam Negara Vietnam.

India dinilai sebagai negara pengonsumsi lada hitam tertinggi tertinggi di dunia. Meskipun permintaan lada hitam ada sepanjang tahun tahun, lonjakan terlihat selama musim dingin (Yogesh dan Mokhpathy, 2013). Menurut penelitian Ichdayati (2021), lada Indonesia di pasar India menunjukkan struktur pasar oligopoli dengan negara eksportir lainnya. Hal ini sama seperti di Vietnam yang menunjukkan bahwa di pasar India, negara-negara pengeksportir lada juga memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi satu sama lain apabila terjadi perubahan output dan harga yang dilakukan oleh salah satu negara pengeksportir. Permintaan yang tinggi akan lada hitam dan pasokan yang tidak menemui angka permintaan menyebabkan India harus mengimpor lada hitam sebagian besar dari Vietnam yang disalurkan melalui Sri Lanka. Hal tersebut dilakukan untuk mengambil keuntungan dari bea masuk yang lebih rendah berdasarkan Perjanjian Perdagangan Bebas Asia Selatan atau South Asian Free Trade Agreement (SAFTA), yang harganya lebih murah dibandingkan lada hitam dalam negeri (Sabu, 2022).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, Indonesia memegang peranan penting di pasar internasional dengan rata-rata RCA lebih dari 1 ( $RCA < 1$ ) yang berarti lada hitam Indonesia memiliki keunggulan dibandingkan dengan negara tujuan ekspor utamanya, seperti Vietnam, Amerika Serikat, India, Perancis, dan Tiongkok. Meskipun ada fluktuasi nilai RCA selama sepuluh tahun terakhir, gambaran ini mencerminkan dinamika dalam daya saing lada hitam Indonesia di pasar global. Untuk itu, dibutuhkan kebijakan yang mendukung petani lada hitam, seperti subsidi, pelatihan, dan akses pasar, untuk meningkatkan daya saing lada hitam Indonesia serta untuk memperkuat keunggulan komparatif lada hitam Indonesia dapat dilakukan melalui strategi yang terarah dan dukungan kebijakan yang tepat, seperti peningkatan produksi dan stabilitas harga domestik

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, Fahira Azalia dan Irene Kartika Eka Wijayanti (2024). Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (Cpo) Indonesia Di Pasar Amerika Serikat. *MAHATANI* Vol. 7, No 1, Juni 2024, 104-114.
- Azahari, D. H., Purba, H. J., Darwis, V., Dabukke, F. B. M., Hestina, J., & Yusuf, E. S. (2021). The competitiveness of Indonesia's pepper export and its challenges. *In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 892, No. 1, p. 012074). IOP Publishing.

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia: Ekspor Jilid 1*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/07/07/f6ea774181ca7b3fd0b1540e/statistik-perdagangan-luar-negeri-indonesia-ekspor-2022-jilid-i.html>
- Dewanti, Ayu Puspita. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing Lada Hitam Indonesia di Pasar Internasional. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/110673>. Diakses pada 26 Juli 2024.
- Hadi, S., Restuhadi, F., & Lukmanasari, P. (2023). Export Competitiveness Analysis of Pepper (*Piper Nigrum* L) Commodity in the International Market. *Jurnal Agrinika: Jurnal Agroteknologi dan Agribisnis*, 7(2), 134-143.
- Ichdayati, L. I., Wati, D. R., & Aulia, I. (2021). Analysis Of The Competitive Position Of Indonesian Pepper In The International Market. *Agribusiness Journal*, 15(2), 19-24.
- International Trade Centre. (2023a). *List of exporters for the selected product Product: 090411 Pepper of the genus Piper, neither crushed nor ground*.
- Kusnaedi, P. M., & Ernah. (2024). Analisis Daya Saing Komoditas Teh Hitam Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Januari, 2024, 10(1): 1580-1588.
- M. Rafli, Gustina Siregar, Khairunnisa Rangkuti, Muhammad Thamrin. Analisis Daya Saing Lada Hitam Indonesia Di Pasar Internasional. *Journal of Agribusiness Sciences*. April 2024 Volume 8 No 1, 106-116.
- Ningsih, E. A., & Kurniawan, W. (2016). Daya Saing Dinamis Produk Pertanian Indonesia di Asean. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 117-125.
- Riani, N. (2023). Daya Saing Komoditas Lada Di Indonesia Tahun 2018-2022. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 115-129.
- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2018). *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Sabu, S. S. (2022). Implications of trade agreements on India's trade in black pepper and its products (Doctoral dissertation, Department of Agricultural Economics, College of Agriculture, Vellanikkara).
- Sari, D. R., & Tety, E. (2017). Export Competitiveness Analysis Of Coffeeindonesiain The World Market. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 105-114.
- Tarigan, A. C. A., Suharno, S., & Harmini, H. (2024). Export Performance Of Indonesian Black Pepper In The United States Market. *Agrosocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(1), 216-230.
- Yulia, S., & Chandriyanti, I. (2021). Analisis Daya Saing Komparatif dan Kompetitif Ekspor Komoditas Batu Bara Tiga Negara Berkembang (Indonesia, Afrika Selatan dan Kolombia). *Ecoplan*, 4(2), 99-110.
- Yogesh, M. S. and Mokshapathy, S. (2013). Production and export performance of black pepper. *Int. J. Humanities Social Sci. Invention*. 2(4): 36-44.