

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

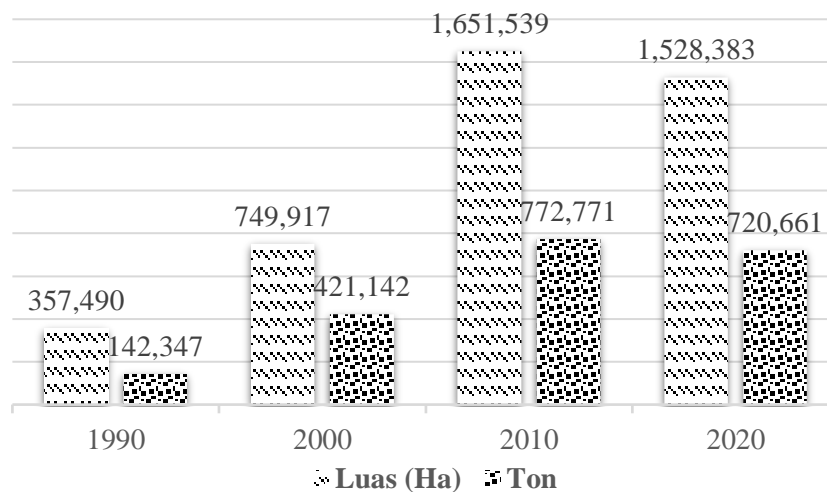
Perdagangan internasional merupakan kegiatan transaksi perdagangan, yang dilakukan oleh warga suatu negara dan warga negara asing berdasarkan kesepakatan bersama. Warga yang dimaksud dapat berupa individu, antara pemerintah suatu negara dengan individu, dan antara pemerintah satu negara dengan negara lain. Menurut Supardi (2021) perdagangan internasional mencakup kegiatan ekspor impor, dimana ekspor adalah kegiatan transaksi untuk penjualan barang/jasa di luar daerah pabean dan impor adalah sebaliknya. Daerah pabean adalah wilayah negara Republik Indonesia, meliputi wilayah darat, laut dan udara, serta beberapa lokasi di Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan landas kontinen yang diatur dalam undang-undang kepabeanan No.17 Tahun 2006.

Kegiatan ekspor biasanya dikerjakan ketika produksi yang dihasilkan suatu komoditi dalam negara memiliki volume yang tinggi dan telah memenuhi kebutuhan dalam negaranya. Negara yang memiliki kelebihan produksi tersebut dapat menjual pada negara yang tidak memiliki atau kekurangan komoditi tersebut dengan tujuan untuk mendapat keuntungan. David Ricardo menyatakan bahwa suatu negara akan mendapat keuntungan dari perdagangan internasional jika negara tersebut berspesialisasi dalam produksi untuk dapat menghasilkan produksi lebih efisien. Pada dasarnya tingkat daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) (Vanzza Aji et al., 2017).

Indonesia merupakan salah satu negara yang melakukan perdagangan internasional dan berspesialisasi dalam produk pertanian. Salah satu sub sektor yang ikut serta dalam pembangunan ekonomi nasional adalah sub sektor perkebunan. Sub sektor perkebunan juga mengandalkan beberapa komoditas unggulan yang dipasarkan dalam perdagangan internasional. Salah satu komoditas unggulan yang diperdagangkan internasional adalah kakao.

Kakao merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia. Kakao memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Sebagai salah satu ekspor utama, kakao menyumbang sebagian besar devisa negara. Kehadiran kakao juga mempengaruhi ketersediaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah di beberapa sentra produksi kakao seperti Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat, dan Sulawesi Tenggara.

Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2021), luas tanam dan produksi kakao Indonesia meningkat secara signifikan. Pada tahun 2000, terbukti bahwa luas tanam kakao naik sebesar 110% sedangkan produksinya naik 196% dari tahun 1990. Pada tahun 2010 luas tanam kakao kembali naik hingga 120% dan produksinya naik 83% dari tahun 2000, namun demikian tahun 2020 luas tanam dan produksi kakao mengalami penurunan 7% dari tahun 2010. Penurunan terjadi menurut Garniyati (2021), disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya serangan hama dan penyakit serta umur tanaman kakao yang sebagian sudah tua (di atas umur produktif tanaman kakao). Luas tanam dan produksi kakao meskipun terjadinya penurunan masih terbilang tinggi bila dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Grafik luas tanam dan produksi kakao dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Luas Tanam dan Produksi Kakao
Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2021

Tingginya produksi kakao menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen dan eksportir terbesar dunia, meskipun mayoritas ekspor kakao Indonesia masih dalam bentuk bahan mentah (biji kakao). Pada tahun 2011, Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia, setelah Pantai Gading dan Ghana. Indonesia menghasilkan sekitar 15% kakao dunia. Pantai Gading 34% memiliki pangsa produksi kakao terbesar, diikuti oleh Ghana sebesar 18% (Tresliyana et al., 2015; ICO, 2019).

Produktivitas kakao yang tinggi, membuat Indonesia berpotensi besar mengembangkan industri hilir pengolahan kakao. Pada tahun 2010, pemerintah memberlakukan bea keluar terhadap biji kakao hingga 15% melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 67/PMK.001/2010. Peraturan bertujuan agar bisa menumbuhkan industri pengolahan dalam negeri dan meningkatkan ekspor produk olahan kakao yang berdaya saing (Tresliyana et al., 2015). Biji kakao yang tidak terserap pasar global dengan demikian, dapat digunakan atau memasok industri pengolahan dalam negeri dan hasil pengolahannya dapat digunakan untuk kebutuhan dalam negeri dan maupun ekspor.

Adanya kebijakan bea keluar untuk biji kakao membawa dampak positif kepada pertumbuhan industri domestik dalam negeri. Pertumbuhan industri domestik dapat tercerminkan dari jenis produk olahan kakao yang paling banyak diekspor yaitu lemak kakao. Perbandingan volume ekspor produk olahan kakao Indonesia dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Volume Ekspor Produk Olahan Kakao Indonesia Tahun 2001 dan 2020 (Ton)

Tahun	Volume Ekspor (Ton)		Pertumbuhan (%)
	2001	2020	
Pasta Kakao	7.317	67.286	820
Bubuk Kakao	23.742	106.523	349
Lemak kakao	33.180	144.489	335
Biji kakao	302.670	28.678	-91

Sumber: Trade Map, 2023

Dilihat dari Tabel 1, menunjukkan bahwa pada tahun 2020, lemak kakao menempati urutan ketiga dengan persentase pertumbuhan naik sebesar 335% dari tahun 2001 serta mempunyai volume ekspor tertinggi sebesar 144.489 ribu ton. Volume ekspor lemak kakao yang tinggi ini menandakan bahwa telah terjadi perubahan komposisi serta menunjukkan pertumbuhan produk olahan kakao dalam negeri. Peningkatan nilai tambah biji kakao melalui proses pengolahan (lemak kakao) merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing dibandingkan hanya menjual *raw* material (biji kakao). Peningkatan daya saing produk olahan khususnya lemak kakao ini juga menjadi salah satu alasan diberlakukannya kebijakan bea keluar untuk biji kakao oleh pemerintah.

Lemak kakao memberikan kontribusi ekspor terbesar jika dibandingkan dengan ekspor produk olahan kakao Indonesia lainnya. Volume ekspor lemak kakao yang tinggi tidak menjamin daya saingnya lebih tinggi dibandingkan negara eksportir lainnya. Menurut Kusuma & Firdaus (2015), daya saing ekspor komoditas merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kemajuan ekonomi suatu negara. Potensi yang dimiliki Indonesia untuk menguasai pasar internasional pada lemak kakao masih terbuka lebar, selain karena produksi yang melimpah, luas tanam kakao relatif luas. Segala potensi yang dimiliki Indonesia, maka dari itu Indonesia harus memiliki keunggulan bersaing agar bisa tetap berkembang di pasar internasional.

Menurut Pakaya (2011), keunggulan bersaing adalah strategi bisnis yang digunakan untuk merebut peluang yang tidak dapat ditiru oleh pesaing untuk memaksimalkan keuntungan. Komoditi di suatu negara jika ingin mendapatkan keunggulan dalam persaingan internasional, maka harus memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif di dalamnya. Keunggulan komparatif merupakan suatu kemampuan dimana negara dapat memproduksi suatu produk dengan lebih efisien dan keunggulan kompetitif merupakan kemampuan yang diperoleh suatu negara untuk dapat mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai daya saing ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa perkembangan ekspor lemak kakao di pasar internasional dari sisi keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif dengan membandingkan dengan negara eksportir terbesar lainnya pada lemak kakao dengan menurut kode HS (*Harmonized System*) 1804. Penelitian ini penting dilakukan karena kecenderungan tingkat daya saing akan memberikan gambaran dari keberadaan ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional. Manfaat dilakukan penelitian tentang daya saing ini diharapkan dapat menjadi langkah untuk memperbaiki dan menentukan keputusan-keputusan penting terkait perdagangan lemak kakao Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana daya saing ekspor lemak kakao Indonesia berdasarkan keunggulan komparatif di pasar internasional?
- b. Bagaimana daya saing ekspor lemak kakao Indonesia berdasarkan keunggulan kompetitif di pasar internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dirumuskan, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa:

- a. Daya saing ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional berdasarkan keunggulan komparatif.
- b. Daya saing ekspor lemak kakao Indonesia di pasar internasional berdasarkan keunggulan kompetitif.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berharap dapat bermanfaat bagi diri peneliti, pembaca, dan pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penggunaannya, berikut kegunaannya:

- a. Bagi penulis, semoga memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman tentang daya saing ekspor lemak kakao Indonesia.
- b. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan yang lebih baik, khususnya untuk peningkatan industri kakao, khususnya lemak kakao.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini menjadi tambahan referensi dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai lemak kakao.