

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsepsi Lada

Lada merupakan tumbuhan yang berasal dari daerah tropis di bagian selatan India, terutama di wilayah Malabar. Penyebaran lada ke Indonesia dimulai ketika pedagang Arab dan India membawa tanaman ini ke Nusantara, dengan migrasi kaum Hindu dari India yang terjadi sejak sekitar 100 SM turut berkontribusi dalam proses ini (Kumparan.com, 2024). Lada mulai dibudidayakan di berbagai wilayah di Indonesia termasuk Banten dan Sumatera, yang kemudian menjadi pusat produksi utama lada hitam dan lada putih. Pada abad ke-16, kedatangan bangsa Eropa seperti Portugis dan Belanda semakin memperkuat posisi lada dalam perdagangan internasional (Kurniawan, M., dan Kurniawan, A. B, 2024).

Indonesia dikenal sebagai salah satu penghasil lada terbesar di dunia. Lampung, Bangka Belitung, dan Kalimantan merupakan wilayah utama produksi lada di Indonesia. Lada hitam dari Lampung sangat terkenal, sementara lada putih berkualitas tinggi berasal dari Bangka Belitung, yang dikenal dengan nama "*Muntok White Pepper*". Meskipun demikian, produksi lada di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga pasar dan dampak perubahan iklim (Direktorat Jendral Perkebunan, 2022).

Menurut Prasetya (2024), Lada (*Piper nigrum L.*) merupakan salah satu jenis tumbuhan rempah yang signifikan dan berasal dari kelompok *Piperaceae*. Lada sering disebut sebagai “rajanya rempah-rempah” karena manfaatnya yang sangat luas dalam dunia kuliner sebagai penyedap rasa dan dalam pengobatan tradisional.

Sebagai tanaman merambat, lada tumbuh memanjang dengan batang silindris. Akar tambahannya berfungsi untuk menopang tanaman agar dapat menjangkau cahaya matahari. Daunnya berbentuk oval, dan bunga-bunganya tumbuh berkelompok berbentuk bulir. Buah lada berbentuk bulat kecil dengan ukuran sekitar 4-6 mm dan mengandung biji tunggal. Warna buahnya bervariasi dari hijau, merah, hingga gelap kehitaman, tergantung pada tingkat kematangan serta metode pengolahannya (Sasikumar, 2005).

Berdasarkan metode pengolahannya, lada dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu lada hitam dan lada putih. Lada hitam berasal dari buah yang belum masak, yang dijemur hingga kulitnya berkerut dan menghitam. Proses pengeringan meningkatkan kadar minyak atsiri, yang memberikan aroma khas. Proses pengelolaan ini relatif lebih sederhana dibandingkan dengan lada putih (Prasetya, 2024).

Lada putih dihasilkan dari buah matang yang direndam dan dikupas untuk memisahkan bagian inti bijinya. Lada putih, yang diperoleh dari buah lada merah matang, memiliki rasa yang lebih lembut dibandingkan lada hitam. Hal ini disebabkan oleh proses pengolahan yang menghilangkan kulit luar buah, yang

mengandung sebagian besar minyak atsiri yang memberikan rasa pedas pada lada (Ravindran dan Divakaran, 2020).

Lada hitam maupun putih, adalah gudang nutrisi yang tak terduga. Kandungan piperin, minyak atsiri, dan berbagai vitamin serta mineral dalam lada memberikan kontribusi signifikan terhadap kesehatan tubuh. Dengan sifat anti inflamasi dan antioksidannya, lada dapat membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan menjaga kesehatan pencernaan (Kumar *et al.*, 2018).

2. Konsepsi Daya Saing Ekspor

Daya saing ekspor merupakan konsep yang penting dalam konteks perdagangan internasional, merujuk pada kemampuan suatu negara untuk bersaing dan mempertahankan pangsa pasar di pasar global. Dalam analisis daya saing ekspor, dua indikator utama yang sering digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Competitiveness Index* (ECI). RCA mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam mengekspor produk tertentu dibandingkan dengan negara lain, sedangkan ECI memberikan gambaran tentang daya saing keseluruhan produk ekspor di pasar internasional. Menurut Hidayati *et al.* (2024) menunjukkan bahwa komoditas perkebunan Indonesia, seperti kelapa sawit dan kopi, memiliki daya saing yang kuat di pasar global, meskipun beberapa komoditas seperti cengkeh dan lada mengalami penurunan daya saing.

Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor suatu negara meliputi kualitas produk, biaya produksi, serta dukungan infrastruktur dan kebijakan pemerintah. Kualitas produk yang menjadi sangat penting karena produk yang berkualitas tinggi cenderung lebih diminati di pasar internasional. Selain itu,

infrastruktur yang baik seperti pelabuhan dan transportasi juga berkontribusi pada efisiensi distribusi barang ke pasar global (Situngkir, 2022). Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan industri dan promosi ekspor juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing ekspor suatu negara. Ahmad *et al.* (2023) menekankan bahwa strategi inovasi dan diferensiasi produk dapat membuat negara-negara berkembang untuk meningkatkan posisi mereka di pasar Internasional.

Dalam rangka meningkatkan daya saing ekspor, penting bagi negara untuk melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor mereka. Dengan memahami dan menganalisis daya saing ekspor, negara dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam perdagangan internasional serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan posisi mereka di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dalam hal fluktuasi harga dan persaingan global, dengan pendekatan yang tepat, Indonesia dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan daya saing ekspornya di masa depan (Ramadhani *et al.*, 2021).

3. Konsepsi Perkembangan Ekspor

Perkembangan ekspor lada Indonesia, baik lada hitam maupun lada putih, menunjukkan tren yang dinamis dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai negara eksportir, Indonesia menempati peringkat kedua dunia dengan rata-rata nilai ekspor pada periode tahun 2004-2018 yaitu 232.266 US\$. Beberapa negara yang menjadi tujuan ekspor lada Indonesia adalah Vietnam, Amerika, Belgia, Italia, Belanda, Prancis dan Jerman (Nurhayati *et al.*, 2018).

Namun, ekspor lada Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama karena sebagian besar diekspor sebagai bahan baku mentah sehingga nilai tambahnya rendah. Hal ini membuat daya saing Indonesia kurang optimal dibandingkan Vietnam dan India yang sudah mengembangkan produk olahan lada (Balqish dan Yanuar, 2021). Standar mutu dan sertifikasi juga menjadi faktor penting dalam menentukan harga dan permintaan di pasar global, terutama di Eropa dan Amerika Serikat (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2022). Peningkatan kualitas, inovasi produk, dan pemasaran yang lebih agresif diperlukan untuk memperkuat posisi lada Indonesia di pasar dunia (Boga, 2025).

4. Konsepsi Keunggulan Komparatif dan Kompetitif

Keunggulan komparatif adalah konsep yang menjelaskan bagaimana suatu negara atau entitas dapat memperoleh manfaat dari spesialisasi dan perdagangan, dengan fokus pada kemampuan mereka untuk memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Dalam buku Prinsip-prinsip Ekonomi Politik dan Perpajakan, (1817), David Ricardo, memperkenalkan konsep keunggulan komparatif sebagai pengembangan dari teori Adam Smith. Ia berpendapat bahwa kemampuan suatu negara untuk menghasilkan suatu barang dengan biaya peluang yang lebih rendah, memungkinkan negara tersebut untuk terlibat dalam perdagangan internasional yang saling menguntungkan.

Di sisi lain, keunggulan kompetitif merujuk pada kemampuan suatu negara atau perusahaan untuk menawarkan produk atau layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, yang dapat dihasilkan melalui inovasi, kualitas, dan

efisiensi. Dalam konteks global, keunggulan komparatif menjadi semakin penting karena persaingan yang ketat di pasar internasional.

Kedua konsep ini saling melengkapi dalam konteks ekonomi global. Negara-negara yang mengembangkan keunggulan komparatif mereka melalui spesialisasi dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar Internasional. Hal ini juga menunjukkan bahwa investasi dalam pendidikan, inovasi dan infrastruktur sangat penting untuk memperkuat keunggulan kompetitif dan komparatif suatu negara (Doe and Smith, 2018). Dengan memahami dan menerapkan kedua konsep ini, negara dan perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

B. Penelitian Terdahulu

Ariesha, Yurike *et al.* (2019), melakukan penelitian tentang “Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Lada Indonesia terhadap Vietnam dan Malaysia di Pasar ASEAN”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Data penelitian adalah nilai ekspor total dan komoditas lada (HS 090411) dari dunia ke ASEAN, nilai ekspor dan impor komoditas lada Indonesia, Vietnam, dan Malaysia, dan nilai ekspor total Indonesia, Vietnam, dan Malaysia, dari tahun 2000-2015. Hasil dari komparasi daya saing ekspor lada Indonesia dan Vietnam menunjukkan bahwa hasil signifikan RCA (0,73), ECI (0,88), CMS Efek Komposisi Komoditas (0,62), CMS Efek Distribusi Pasar (0,55), dan CMS Efek Daya Saing (0,59) lebih besar dari nilai α (0,05). Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan daya saing komparatif, daya saing kompetitif, efek komposisi komoditas, efek distribusi pasar, dan efek daya saing

antara Indonesia dan Vietnam. Namun, hasil signifikan ISP (0,02) lebih kecil dari nilai α (0.05) yang mengartikan bahwa perbedaan pada posisi daya saing Indonesia lebih besar dari Vietnam. Hal serupa juga terjadi pada komparasi daya saing ekspor lada Indonesia dan Malaysia, namun nilai signifikannya berbeda dengan perbandingan Indonesia dan Vietnam.

Nuriman Ramadhani *et al.* (2020), menganalisis tentang “Analisis Daya Saing ekspor Lada Juga Pengaruhnya bagi Cadangan Devisa di 5 negara Pengekspor Utama Lada (Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Vietnam, Brazil dan India)”. Metode analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan metode *Panel Autoregressive Distributed Lag* (PARDL). Hasil analisis dalam penelitian ini menggunakan indeks RCA menunjukkan bahwa Vietnam merupakan eksportir lada terbesar dengan nilai indeks RCA sebesar 1,2631, diikuti oleh Brazil dengan nilai RCA sebesar 1,136. Sementara itu, Indonesia, Malaysia, dan India masih berada di bawah rata-rata daya saing dan perlu meningkatkan ekspor lada mereka. Selanjutnya, analisis menggunakan metode PARDL menunjukkan bahwa dalam jangka panjang, ekspor lada memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap cadangan devisa dengan probabilitas ($0,000 < 0,05$). Namun, dalam jangka pendek, ekspor lada tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap cadangan devisa dengan probabilitas sebesar $0,3577 > 0,05$.

Balqis dan Yanuar (2021), melakukan penelitian tentang “Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Amerika dan Eropa”, selama periode 2004-2018. Penelitian ini menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA),

Export Product Dynamics (EPD), dan *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa luas lahan dan produksi lada Indonesia mengalami tren penurunan, sementara ekspornya bersifat fluktuatif. Berdasarkan RCA, lada Indonesia memiliki daya saing di Jerman, Belanda, Prancis, Italia, dan Belgia. Namun, analisis EPD menunjukkan bahwa daya saing lada Indonesia berada dalam kategori *Retreat* di Belanda, Jerman, dan Belgia, *Rising Star* di Italia, *Falling Star* di Prancis, serta *Lost Opportunity* di Amerika. Selain itu, nilai ISP mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki daya saing kuat sebagai eksportir lada utuh.

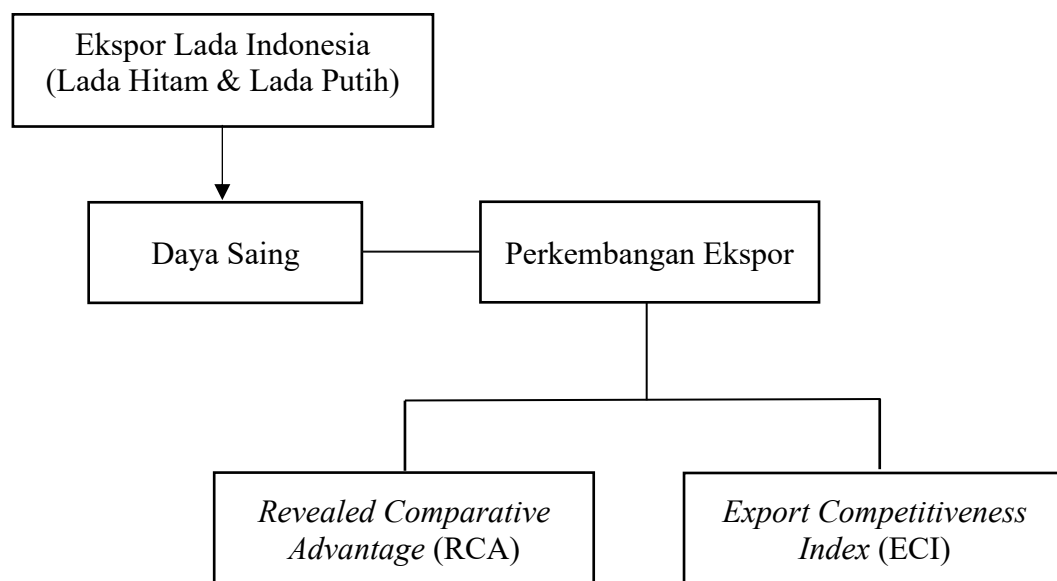
Riwaldi *et al.* (2023), menganalisis tentang “Analisis Daya Saing Ekspor CPO Indonesia di Pasar Internasional”. Metode analisis yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantages* (RCA), *Export Competitiveness Index* (ECI), dan analisis trend. Hasil rerata RCA menunjukkan nilai >1 , dan dapat diartikan bahwa ekspor CPO Indonesia mempunyai daya saing komparatif yang baik. Hasil analisis trend menunjukkan volume ekspor CPO Indonesia pada rentang tahun 2012-2021 memiliki trend yang cenderung naik walaupun berfluktuatif, namun diproyeksikan akan menurun untuk 3 tahun mendatang (2022-2024).

Sitepu *et al.* (2024), meneliti tentang “Daya Saing Ekspor Lada Indonesia ke Vietnam, Amerika Serikat dan India”. Rentang tahun yang digunakan mulai dari 2017-2022. Hasil menunjukkan ekspor lada Indonesia ke negara tujuan seperti Vietnam, USA, dan India memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif di negara tujuan karena nilai RCA lebih dari 1. Daya saing ekspor lada Indonesia ke negara tujuan bervariasi, nilai ECI rata-rata menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang baik dalam ekspor lada ke India, tetapi

cenderung lebih lemah dari pada Vietnam dan Amerika Serikat. Nilai $ECI > 1$ menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar ekspor lada ke India, sedangkan nilai $ECI < 1$ untuk Vietnam dan USA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lebih rendah di pasar ekspor tersebut.

C. Model Pendekatan

Adapun model pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan suatu penelitian yang merupakan pokok masalah secara diagramatis dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Model Diagramatis Pendekatan Penelitian.

Keterangan :

—————> : Mempengaruhi

————— : Dipengaruhi

D. Batasan Operasional

1. Ekspor lada adalah proses pengiriman lada hitam dan lada putih dari Indonesia ke pasar ASEAN, dengan fokus pada volume dan nilai ekspor dari tahun 2014 hingga 2023 (Kg/US\$).
2. Daya saing ekspor lada Indonesia diukur menggunakan metode RCA dan metode ECI. Dimana mencakup dua jenis utama, yaitu lada hitam (*piper nigrum*) yang dikenal dengan rasa pedas yang lebih kuat dan sering digunakan dalam masakan, sedangkan lada putih (*piper nigrum var. album*) yang memiliki rasa yang lebih ringan dibanding lada hitam.
3. Perkembangan ekspor lada Indonesia mengenai pertumbuhan volume ekspor (Kg) dan nilai ekspor lada hitam dan lada putih (US\$) ke negara tujuan ekspor dan dilakukan berdasarkan data dari tahun 2014-2023, yang diperoleh dari sumber resmi seperti Trademap dan UN Comtrade.
4. *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah metode kuantitatif yang digunakan untuk menilai keunggulan komparatif negara Indonesia dalam mengekspor produk lada dibandingkan dengan negara lain. Perhitungan RCA didasarkan pada perbandingan antara pangsa ekspor lada dalam total ekspor nasional dengan pangsa ekspor lada yang sama di tingkat global. Jika nilai RCA lebih dari satu (>1), berarti negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas tersebut.
5. *Export Competitiveness Index* (ECI) adalah indeks yang menilai daya saing ekspor lada Indonesia dengan membandingkan pangsa pasar global suatu negara pada satu periode dengan periode sebelumnya. Indeks ini

mengindikasikan kemampuan suatu negara dalam mempertahankan atau meningkatkan posisinya dalam perdagangan internasional dibandingkan dengan negara eksportir lain di ASEAN.