I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada masa sekarang ini kondisi pasar internasional telah memasuki pada era globalisasi yang pada akhirnya meningkatkan tingkat persaingan pada perdagangan internasional. Pada perdagangan internasional ini menuntut semua negara produsen agar meningkatkan jumlah nilai ekspor dan volume ekspor produknya, termasuk Indonesia agar dapat bersaing secara kuat dipasar perdagangan Internasional.

Perdagangan internasional juga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup pada masyarakat dan pada era globalisasi saat ini sangat mustahil untuk menghentikan produk luar masuk ke Indonesia, oleh sebab itu maka cara mengatasi nya yaitu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan strategi daya saing di pasar internasional agar tidak tersingkirkan pada persaingan global. Adapun tuntutan pada era globalisasi adalah mengendurkan bea masuk (tarif dan kuota) mengurangi penggunaan subsidi dan memangkas regulasi ekspor impor serta melakukan privatisasi perusahaan milik negara.

Menurut Latruffe (dalam David, 2013) daya saing adalah kemampuan suatu negara untuk menawarkan produk dan layanan yang memenuhi standar kualitas, harga pasar dan nilai baik dalam negeri maupun luar negeri serta mendapatkan keuntungan yang memadai sebagai pengganti sumber daya yang digunakan dalam proses produksi mereka. Peningkatan daya saing yang terjadi pada suatu komoditas akan menimbulkan keuntungan komparatif terbesar dalam memproduksi komoditas ini dan pendapatan akan meningkat seiring berjalannya waktu (Sabaruddin, 2014). Daya saing dapat dianalisis menggunakan 2 pendekatan yaitu RCA (*Revealed Comparative Advantage*) menggambarkan keunggulan suatu negara terhadap komoditasnya yang menyatakan suatu negara sebagai eksportir atau importir dan CMSA (*Constant Market Share Analysis*) mengukur dinamika tingkat daya

saing ekspor yang menunjukkan efek dari pertumbuhan ekspor yaitu efek komposisi komoditas, distribusi pasar dan daya saing sehingga dapat mengetahui pangsa pasar suatu negara (Rifai dan Tarumun, 2005).

Daya saing bisa dibilang cara suatu negara menawarkan produknya dan layanan yang memenuhi standar dan kualitas harga pada pasar dan nilai baik pada dalam negeri maupun di luar negeri sehingga mendapatkan keuntungan yang memadai sehingga dapat mengganti biaya sumber daya yang digunakan dalam proses produksinya. Peningkatan daya saing pada suatu komoditas akan bisa mendapatkan keuntungan komparatif yang besar sehingga pendapatan suatu negara akan meningkat seiring berjalannya waktu. Negara yang mampu meningkatkan daya saingnya maka akan mampu memperluas pasar pada perdagangan internasional, akan tetapi sebaliknya juka suatu negara tidak mampu meningkatkan kinerja daya saingnya maka akan terdesak oleh negara-negara lainnya maka secara tidak langsung negara tersebut akan tertinggal dan tersingkir pada persaingan perdagangan Internasional.

Pada komoditi teh Indonesia merupakan salah satu andalan pemerintah karena komoditi teh mampu memberikan kontribusi ekspor yang lebih besar daripada komoditi pertanian lainnya dan bisa di bilang pada sekarang ini Indonesia merupakan eksportir terbesar ketujuh dunia pada komoditi teh. Indonesia juga memiliki sumber daya lahan yang cocok untuk pertumbuhan teh dan juga memiliki potensi besar untuk melakukan perluasan lahan agar dapat menghasilkan jumlah teh yang besar, selain itu lahan yang cocok juga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas teh di Indonesia.

Tabel I.1 Negara Pengekspor Teh Terbesar di Dunia Tahun 2016 (Ton)

NO	Negara	Jumlah
1	China, mainland	328.699
2	Kenya	293.231
3	Sri Lanka	286.760
4	India	230.456
5	Argentina	78.177
6	Vietnam	73.571
7	Indonesia	51.317
8	Malawi	40.915
9	United Arab Emirates	31.878
10	United Republic of Tanzania	26.308
11	Germany	25.697
12	Poland	19.687
13	United Kingdom	18.706
14	United States of America	17.718
15	Netherlands	17.465
16	Rwanda	16.224
17	Russian Federation	14.767
18	Belgium	14.381
19	Zimbabwe	11.083
20	Turkey	6.117

Sumber **:** *Food and Agriculture Organization (FAO)*

Indonesia sebagai negara anggota ASEAN akan ikut dalam perdagangan bebas AFTA yang memiliki target waktu tahun 2010 bagi negara maju dan tahun 2020 bagi negara berkembang. AFTA merupakan kawasan perdagangan bebas yang dibentuk dalam rangka meningktakan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia serta menciptakan pasar

regional bagi penduduknya (www.kemendag.com, 2002). Sehingga dengan adanya perdagangan bebas inimaka hambatan seperti tarif dan non tarif dalam perdagangan internasional akan dihapuskan antar anggota ASEAN.

Penghapusan tarif dan non tarif dalam perdagangan bebas antar anggota ASEAN ini menuntut setiap negara anggota ASEAN untuk lebih meningkatkan daya saing komoditas unggulan mereka agar dapat bertahan didalam persaingan perdagangan bebas ini. Menurut Hadi dan Mardianto (2004), persaingan antar sesama negara ASEAN dapat dimenangkan oleh setiap negara yang memiliki tiga faktor penting, yaitu komposisi komoditi, distribusi pasar dan daya saing. Indonesia harus mampu memilih komposisi komoditi yang diekspor lebih tepat, mampu memilih negara tujuan ekspor yang pertumbuhan impornya tinggi dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dari negara lain, sehingga Indonesia mampu bertahan dalam persaingan perdagangan bebas ASEAN (Permatasari, 2015).

Tabel I.2. Ekspor Teh Indonesia pada Negara Tujuan ASEAN pada Tahun 2014-2017 (Thousand US$)

Negara Tujuan	2014	2015	2016	2017	2018
Malaysia	18599.8	15309.6	14859.3	14735.6	15647.9
Singapore	3929.1	3302.1	4050.3	5265.3	4905.0
Thailand	1799.8	3113.5	2186.1	2283.7	2615.9
Vietnam	2440.7	2774.2	3242.0	3238.6	4610.9

Sumber : *UNCOMTRADE (data diolah),2019*

Dari table diatas dapat dikatakan bahwa total ekspor teh Indonesia ke Negara tujuan di ASEAN masih mengalami ketidakstabilan, dari tahun ke tahun volume ekspor teh Indonesia ke Malaysia selalu mengalami penurunan, berbeda dengan Negara Thailand yang selalu mengalami peningkatan ekspor teh Indonesia setiap tahunnya. Pada tahun 2014-2016 total volume ekspor teh Indonesia terhadap Negara Singapura dan Thailand mengalami kenaikan dan penurunan. Untuk Indonesia harus terus

memperbaiki kualitas teh Indonesia agar permintaan ekspor teh mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Dari setiap nagara tujuan ekspor teh Indonesia memiliki permintaan masing-masing sesuai dengan kebutuhan negara tersebut dan pada setiap negara akan memiliki standar kualitas mutu teh agar dapat diterima di negara tujuan, supaya dapat memenuhi kualitas mutu tersebut dapat dilihat dari harga teh Indonesia yang harganya masih rendah daripada negara lainnya. Sehingga Indonesia harus memperbaiki kualitas teh Indonesia dan dari segi harga harus siap bersaing di pasar internasional.

B. RUMUSAN MASALAH

Perdagangan pada ASEAN semakin terbuka dengan adanya perjanjian perdagangan bebas yang melibatkan seluruh negara-negara yang bergabung di ASEAN dan secara tidak langsung juga berdampak pada perdagangan berbagai komoditas pertanian termasuk teh. Keterlibatan suatu negara dalam perjanjian perdagangan bebas dapat mempermudah akses pasar antar negara-negara yang terlibat. Kemudahan tersebut dapat menjadi peluang dan tantangan bagi negara yang melakukan kesepakatan perdagangan internasional. Salah satu hal yang penting untuk menjadi perhatian pada negara yang mengikuti perjanjian adalah suatu negara harus mengetahui seberapa potensi negara tersebut untuk dapat melakukan perjanjian.

Potensi negara tersebut dapat dilihat dengan seberapa tingkat daya saing yang dimiliki negara tersebut. Daya saing akan kuat jika negara tersebut memiliki suatu keunggulan dan mengetahui bagaimana potensi ekspor negara tersebut. Jika suatu negara tidak memiliki suatu keunggulan dan tidak mengetahui potensinya maka jika salah dalam mengambil kebijakan, aturan ataupun negara mitra untuk melakukan perjanjian, akan menjadi tantangan bagi negara, karena dapat mempengaruhi perekonomian negara tersebut seperti kontinuitas, kualitas dan kuantitas produk ekspor.

Pada ASEAN, ekspor teh Indonesia memang dilakukan oleh seluruh negara anggota, tetapi hanya 4 negara yang secara konsisten melakukan ekspor teh Indonesia yakni Malaysia, Singapura, Thailand dan Vietnam. Kuantitas dan nilai ekspor teh Indonesia juga mengalami fluktuasi yang cenderung menurun, yang disebabkan salah satunya ialah karena penurunan kualitas teh Indonesia., untuk lebih lanjut dapat dilakukan dengan rincian sebagai berikut :

1. Bagaimana posisi daya saing ekspor teh Indonesia pada negara ASEAN (Malaysia, Singapura, Thailand dan Vietnam) ditinjau dari tingkat daya saing ekspor teh ?
2. Bagaimana pertumbuhan pangsa pasar ekspor teh Indonesia ke pasar ASEAN ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor the Indonesia ke pasar ASEAN. Adapun secara khusus, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis kekuatan daya saing ekspor teh Indonesia ke Negara ASEAN Periode 2014-2018
2. Menganalisis pangsa pasar serta kestabilan daya saing ekspor teh Indonesia di Negara ASEAN periode 2014-2018

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi penulis, penelitian ini digunakan sebagai pemenuhan syarat untuk mendapatkan predikat Sarjana Pertanian (S.P.) di Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper.
2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi mengenai perdagangan internasional teh di ASEAN serta dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perencanaan dalam meningkatkan daya saing eskpor teh.