

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai perdagangan antar atau lintas negara, yang mencakup ekspor dan impor. Perdagangan internasional dibagi menjadi dua kategori, yakni perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa. Perdagangan jasa, antara lain, terdiri dari biaya transportasi, perjalanan (travel), asuransi, pembayaran bunga, dan remittance seperti gaji tenaga kerja Indonesia (TKI) di luar negeri dan pemakaian jasa konsultan asing di Indonesia serta fee atau royalty teknologi (lisensi) (Tulus Tambunan 2000:1). Adam Smith mengemukakan tentang kemungkinan diperolehnya keuntungan dari perdagangan internasional, yaitu berupa kenaikan produksi dan konsumsi barang dan jasa. Menurut Smith, dengan adanya perdagangan luar negeri suatu Negara dapat menaikkan produksi barang yang tidak dapat dijual didalam negeri, tetapi masih laku di luar negeri, sehingga akan terjadi ekspor impor antar suatu Negara dan terjadilah perluasan pasar (Safitri. 2013).

Jepang merupakan pasar potensial bagi produk ekspor Indonesia karena Jepang merupakan pasar dominan di dunia yang banyak menanamkan investasinya. Sedangkan Indonesia merupakan Negara yang kaya akan rempah-rempah. Perekonomian Indonesia juga memiliki pengaruh di dunia sama halnya dengan perekonomian Amerika, Cina dan Jepang apabila dilihat dari sudut pandang pasar. Terbukti Indonesia juga dijadikan salah satu pasar untuk pemasaran produk-produk yang diproduksi dari Jepang dan Negara lainnya.

Hubungan kerjasama di bidang ekonomi dan perdagangan antara Jepang dan Indonesia telah terjalin lebih dari setengah abad. Selama itu pula, Jepang telah turut berperan dalam mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Peran Jepang dalam perekonomian Indonesia dapat ditinjau dari tiga aspek, yaitu meliputi sektor perdagangan, investasi, dan kerjasama ekonomi. Di bidang perdagangan internasional (ekspor-impor), Jepang merupakan mitra dagang terbesar Indonesia.

Di bidang ekonomi, keduanya juga memiliki hubungan yang sangat erat. Jepang merupakan mitra dagang utama Indonesia yang berada di urutan pertama sebagai negara tujuan ekspor dan sebagai sumber impor dengan total nilai perdagangan sampai dengan bulan Desember 2007 sebesar US\$30 milyar meningkat dibandingkan periode yang sama tahun 2006 senilai US\$ 27 milyar. Pada periode 2007, Indonesia mendapatkan surplus US\$17 milyar. Sementara itu untuk tahun 2008 periode Januari-September, nilai perdagangan Indonesia-Jepang senilai US\$ 32,8 milyar, dengan ekspor Indonesia senilai US\$ 21,8 milyar, impor Indonesia senilai US\$ 11 milyar dan Indonesia mendapatkan surplus sebesar US\$ 10,87 milyar. Produk-produk ekspor Indonesia antara lain: minyak dan gas bumi serta produk non-migas seperti kayu lapis, mesin-mesin listrik, nikel, hasil perikanan, karet alam, kertas dan produk kertas, tekstil dan produk tekstil, furniture, kopi, coklat, lada, teh dan lainnya. Sedangkan produk impor utama dari Jepang ke Indonesia di antaranya adalah barang modal yang berkaitan dengan kegiatan investasi dan kebutuhan industri dalam negeri seperti mesin-mesin, perlengkapan elektronik, suku cadang kendaraan, besi baja, plastik, bahan kimia, dan produk metal (Rani, 2015).

Dalam perdagangan internasional, Jepang merupakan Negara mitra dagang terbesar dalam hal ekspor-impor Indonesia. Pada tahun 2009 hingga 2012, ekspor Indonesia memiliki tren yang meningkat, yaitu sebesar 9,53%, sementara impor Indonesia dari Jepang juga mengalami peningkatan tren yang lebih tinggi yakni sebesar 17,8%. Neraca perdagangan Indonesia-Jepang juga terus mengalami surplus meskipun menurun ditahun 2012 akibat peningkatan impor lebih besar dari peningkatan ekspor. (Lihat Tabel 1)

Table 1 : Neraca Perdagangan Indonesia-Jepang (2009-2012)

Description	2009	2010	2011	2012	Trend % (2009-2012)
<i>Total trade</i>	28,4	42,7	53,2	52,9	12,66
<i>Export</i>	18,5	25,8	33,7	30,1	9,53
<i>Import</i>	9,8	17	19,4	22,8	17,81
<i>Balance of trade</i>	8,7	8,8	14,3	7,3	-3,97

Dalam Miliar Dolar AS

Sumber: BPS (2015)

Komoditas yang diperdagangkan antara kedua Negara juga beragam, sesuai dengan keunggulan komparatif dan daya saing kedua Negara. Jepang mengimpor komoditas seperti minyak bumi, gas alam cair, batubara, hasil tambang udang, pulp, rempah-rempah, tekstil dan produk tekstil, mesin, perlengkapan listrik, dan lain-lain. Sedangkan, Indonesia sendiri mengimpor mesin-mesin dan suku cadang (*spare parts*), produk plastic dan kimia, baja, perlengkapan listrik, suku cadang elektronik, mesin alat transportasi, dan suku cadang mobil.

Di sisi investasi, peran Jepang dalam perekonomian Indonesia tidak kalah penting. Walaupun sempat mengalami penurunan kuantitas investasi saat terjadinya krisis ekonomi yang melanda Asia di tahun 1997, Jepang masih menjadi salah satu Negara terpenting di antara Negara-negara lain yang melakukan investasi di Indonesia. Kemitraan ekonomi Indonesia Jepang dalam rangka *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)* dimulai pada tanggal 20 Agustus 2007 dengan ditandatanganinya perjanjian tersebut oleh presiden Susilo Bambang Yudhyono dan Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe. Perjanjian IJEPA merupakan perjanjian bilateral yang pertama bagi Indonesia dan menempatkan Indonesia sejajar dengan Negara pesaing di pasar Jepang, terutama yang sudah memiliki perjanjian EPA dengan Jepang. (Ditjen Kemendagri 2014, hlm. 4)

Berikut ini adalah tabel perdagangan utama komoditas Indonesia ke Jepang dilihat dari data produk yang di impor dari Jepang ke Indonesia periode 2009-

2012. Di mana, dalam tersebut menunjukkan 25 produk teratas dari 97 semua produk perdagangan bilateral secara umum yang diekspor dari Indonesia ke Jepang pada tahun 2009 hingga 2012. Dilihat dari data di bawah ini rempah-rempah (*spices*) berada diposisi 22 dari 25 produk ekspor utama Indonesia ke Jepang. (Lihat Tabel I.2)

Table 2 : Perdagangan Bilateral Indonesia-Jepang (2009-2012)

Product code	Product label	Indonesia's exports to Japan			
		Value in 2009	Value in 2010	Value in 2011	Value in 2012
TOTAL	All products	18574730	25781814	33714696	30135107
'27	Mineral fuels, oils, distillation products, etc	8788994	12087310	19145925	16510657
'85	Electrical, electronic equipment	912247	1233340	1223474	1336582
'75	Nickel and articles thereof	581342	1430850	1213784	987241
'44	Wood and articles of wood, wood charcoal	572234	735314	994581	939530
'40	Rubber and articles thereof	727384	1232636	2078758	1512353
'71	Pearls, precious stones, metals, coins, etc	23679	18131	17917	607434
'84	Machinery, nuclear reactors, boilers, etc	567840	588064	750986	798541
'03	Fish, crustaceans, molluscs, aquatic invertebrates	518874	570568	657534	677124
'87	Vehicles other than railway, tramway	266316	383102	451950	522513
'39	Plastics and articles thereof	332092	394733	465437	441700
'26	Ores, slag and ash	2152519	2984240	1195241	1069257
'48	Paper and paperboard, articles of pulp, paper and board	402841	447163	573816	622733
'62	Articles of apparel, accessories, not knit or crochet	100928	111347	187842	238566
'61	Articles of apparel, accessories, knit or crochet	39793	52037	135077	223870
'94	Furniture, lighting, signs, prefabricated buildings	222828	243601	268480	296773
'64	Footwear, gaiters and the like, parts thereof	73770	99940	143349	176394
'29	Organic chemicals	113407	147176	200846	243165
'55	Manmade staple fibres	129286	169622	245133	212896
'73	Articles of iron or steel	151097	206897	210497	231839
'52	Cotton	70005	115980	185508	140877
'16	Meat, fish and seafood food preparations	83920	97219	129333	147674
'09	Coffee, tea, mate and spices	112757	137686	202950	173503

'76	Aluminium and articles thereof	251978	337016	342315	312966
'15	Animal,vegetable fats and oils, cleavage products, etc	26074	35155	47718	54601
'92	Musical instruments, parts and accessories	102310	94298	114750	112162

Dalam Ribuan Dolar AS

Sumber : Kalkulasi *International Trade Center* (ITC)

Berdasarkan pada Statistik UN COMTRADE

Umumnya, masyarakat Jepang banyak menggunakan rempah-rempah (HS.090..) dikarenakan rempah-rempah dianggap bermanfaat selain untuk menambah cita rasa makanan juga untuk melancarkan pencernaan. Sehingga hal inilah yang menyebabkan Jepang mengimpor rempah-rempah dalam jumlah cukup signifikan. Bentuk rempah-rempah yang biasa digunakan rumah tangga di Jepang adalah dalam bentuk bubuk (*powder*) dan pasta yang dikemas dalam *tube* dan dalam kemasan lainnya.

Rempah-rempah yang paling banyak digunakan masyarakat Jepang yaitu rempah-rempah olahan, lada hitam, lada putih, cabe bubuk, dan bumbu kari. Sedangkan rempah-rempah lainnya yang juga biasa diimpor adalah kapulaga (*cardamom*), kayu manis (*cinnamon*), cengkeh (*cloves*), ketumbar (*coriander*), pala (*nutmeg*), kunyit (*turmeric*) dan biji vanilla. Produksi dari rempah-rempah yang dapat diimpor dikategorikan ke dalam dua kategori yaitu produk yang sudah diolah (*processed*) dan semi olahan (*semi-processed*). Produk yang sudah diolah (*final*) adalah produk yang sudah dimasukkan ke dalam kemasan dan siap untuk dipasarkan sedangkan pada produk semi olahan, rempah-rempah mentah (belum diolah) yang dicampur dengan rempah-rempah lainnya untuk diolah kembali oleh industri makanan. Informasi dari *The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries* (MAFF) permintaan akan rempah-rempah semi olahan peningkatannya dapat dikatakan cukup signifikan.

Table 3 : Potensi Ekspor Produk Rempah-Rempah (*Spices*) Indonesia ke Jepang (2012)

Hs code 09: Rempah-rempah (<i>spices</i>)	Impor Jepang dari Indonesia	Ekspor Indonesia ke Dunia	Impor Jepang dari Dunia	Potensi Perdagangan Indonesia
Lada (0904)	30,62	435,26	5,37	49,59
Vanila (0904)	0	24,77	157	135,83
Kayu Manis (0904)	0,02	4,51	5,72	3,98
Cengkeh (0904)	0,2	22,11	105,21	4,51
Pala (0904)	16,86	5,7	3,78	5,25

Dalam Juta Dolar AS

Sumber: Kementerian Perdagangan (2015)

Tabel 3 memperlihatkan potensi ekspor Indonesia untuk komoditi rempah-rempah pada tahun 2012. Dengan kapasitas ekspor komoditi rempah-rempah Indonesia ke dunia sebesar 671,99 juta dolar AS dan nilai impor Jepang dari dunia sebesar 172,15 juta dolar AS, maka terlihat bahwa Indonesia masih memiliki potensi sebesar 124,45 juta dolarAS untuk mengekspor komoditi rempah-rempah (*spices*) ke Jepang pada tahun 2012. Secara umum dapat disimpulkan bahwa potensi Indonesia untuk mereguk pasar yang lebih besar dalam komoditi rempah-rempah di Jepang masih sangat terbuka. (Gotanda, Shinagawa-ku 2014, hlm. 14)

Lada (*Piper nigrum*) merupakan salah satu komoditas sub-sektor perkebunan yang telah memberikan kontribusi nyata sebagai sumber devisa, penyedia lapangan kerja, dan sumber pendapatan petani. Indonesia merupakan produsen dan eksportir utama lada di dunia. Luas areal perkebunan lada pada tahun 2009 mencapai 191,54 ribu hektar yang tersebar di 29 provinsi dengan produksi 84,51 ribu ton. Sekitar 52 persen areal perkebunan terdapat di provinsi Lampung dan Bangka-Belitung. Selain pada provinsi Lampung dan Bangka Belitung, sentra penghasil lada lainnya adalah Sulawesi Selatan, Kalimantan Barat, Sumatera Selatan, Bengkulu, dan beberapa daerah lainnya di Pulau Jawa. Produksi lada putih Indonesia mencapai sekitar 80 persen pasokan dunia

sedangkan untuk lada hitam produksi Indonesia mencapai 15 persen produksi dunia. Sebagian besar perkebunan lada tersebut merupakan perkebunan rakyat yang melibatkan sekitar 339 ribu Kepala Keluarga (KK) atau sekitar 1,69 juta jiwa keluarga petani (Ditjen Perkebunan, 2010).

Selain itu, Indonesia juga termasuk ke dalam lima besar negara produsen lada di dunia khususnya lada hitam dan lada putih. Pada tahun 2011 Indonesia berada di peringkat keempat dalam hal produksi lada dunia. Kedudukan lada sebagai komoditi ekspor hasil perkebunan cukup penting, yaitu nomor enam setelah karet, kelapa sawit, kakao, kopi dan kelapa. Lada juga dikenal dengan nama *King of Spices* (Raja Rempah) untuk golongan komoditas rempah-rempah. Kontribusi lada Indonesia di pasar dunia pada 2010 adalah sebesar 17 persen dari produksi lada dunia dan merupakan produsen lada terbesar kedua di dunia setelah Vietnam (Ditjen Perkebunan, 2011).

Berdasarkan peran dan potensi ekonomi komoditas lada di atas, dapat dikatakan bahwa lada merupakan salah satu komoditas unggulan dan mempunyai potensi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini antara lain juga didasari oleh besarnya potensi dan peluang ke depan yang dimiliki Indonesia dalam perdagangan lada di pasar internasional, diantaranya Indonesia sudah lama dikenal sebagai produsen utama lada dunia terutama lada hitam (*Lampung Black Pepper*) yang dihasilkan di Provinsi Lampung dan lada putih (*Muntok White Pepper*) yang berasal dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Prospek komoditas lada Indonesia juga dapat dilihat dari potensi pasar internasional yang cukup besar, yaitu dengan semakin berkembangnya industri makanan yang menggunakan bumbu dari lada dan industri kesehatan yang menggunakan lada sebagai obat serta meningkatnya budaya makanan sea food di masyarakat dalam menggunakan lada sebagai penyedap makanan. Terutama Jepang yang mempunyai keaneka ragaman makanan yang biasa mengonsumsi makanan sea food (Arifin Efendi 2014, hlm. 342). Berikut adalah tabel ekspor lada HS 0904 jepang dari dunia periode 2009-2012 :

Table 4. Ekspor Negara Produsen Lada (HS 0904) ke Jepang (2009-2012)

Peringkat	Importir	2009	2010	2011	2012	Pangsa (%) 2012
	Dunia	87,38	98,78	129,27	135,83	100
1	Cina	32,17	37,52	45,61	42,59	34,1
2	Malaysia	26,55	29,65	36,24	37,76	25,2
3	Indonesia	10,5	13,77	24,07	30,62	22,2
4	India	2,17	3,55	5,6	6,91	4,9
5	Spanyol	3,78	3,83	4,39	3,52	2,9

Dalam Dolar AS

Sumber: *International Trade Centre (ITC) (2015)*

Jepang merupakan negara pengimpor komoditi lada dari berbagai negara di dunia. Sebagaimana terlihat pada Tabel 1.4 di atas, lima negara utama pengekspor komoditi Lada (HS0904 *Pepper and Capsicum*) adalah China (34,1 persen), Malaysia (25,2 persen), Indonesia (22,2 persen), India (4,9 persen), dan Spanyol (2,9 persen). Total impor Jepang tahun 2012 untuk komoditi lada (HS 0904) adalah sebesar 137,6 juta dolar AS, atau meningkat 1,3 persen dibanding tahun sebelumnya. Selain itu, Jepang mengimpor rempah-rempah dari beberapa negara, yang terbanyak dari China sedangkan Indonesia berada pada urutan ketiga setelah Malaysia. Jenis komoditi rempah-rempah yang mempunyai nilai dan volume terbesar adalah lada dan cabe bubuk. Impor dari Indonesia yang paling banyak adalah lada, pala dan kunyit. (Pudjiatmoko, 2008)

Jepang merupakan salah satu negara pengimpor Lada terbesar. Peraturan dan prosedur impor rempah-rempah untuk lada mengacu pada *Plant Protection Act* (PPA). Dalam hal ini, rempah-rempah khususnya lada yang tidak melalui proses *packaging* atau dalam keadaan segar (*fresh*) harus melalui prosedur karantina yaitu pemeriksaan kadar kontaminasi dari hama atau tumbuhan yang dilarang dalam *Plant Protection Act*. Prosedur karantina dilakukan di bandara dan pelabuhan. Rempah-rempah yang segar di dalam *package* tidak akan diperiksa berdasarkan PPA. Namun berdasarkan *Food Sanitation Inspection*, tanah tidak diizinkan melekat pada komoditi yang diimpor. (Market Brief 2012)

Walaupun sebagai negara pengimpor komoditas rempah-rempah terbesar di dunia, Jepang menetapkan peraturan yang ketat di dalam peraturan impor rempah-rempah Jepang. Tetapi ternyata aturan ini tidak menghambat Indonesia sehingga Indonesia bisa meningkatkan nilai ekspor rempah-rempah tersebut dari tahun 2009 hingga 2012. Berbeda dengan Negara lain yang sedikit terhambat dengan peraturan impor tersebut yakni China, diketahui menurun nilai ekspor nya di tahun 2011 dari 45,61 juta dolar AS turun menjadi 42,59 juta dolar AS di tahun 2012.

Alasan penulis mengambil tema penelitian ini adalah bahwa penulis melihat komoditas lada Indonesia yang sejak zaman kolonial dahulu telah merajai perdagangan rempah-rempah dunia, ternyata hingga kini masih menjadi salah satu komoditas rempah-rempah utama di dunia dan Indonesia juga masih menjadi salah satu negara eksportir terbesar di dunia. Berangkat dari hal tersebut, ditemukan data terkait ekspor lada (HS 0904) Indonesia ke Jepang yang mengalami peningkatan pada tahun 2009-2012. Sehingga dalam hal ini penulis ingin melihat seberapa jauh upaya yang dilakukan Indonesia dalam rangka meningkatkan ekspor lada (HS 0904) ke Jepang, mengingat daya saing dari negara produsen lada yang lainnya juga semakin ketat.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, menarik bagi penulis untuk mengangkat pertanyaan: **“Bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada ke Jepang periode 2009-2012?”**

I.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tujuan yang ingin penulis capai yaitu:

- a. Untuk menganalisa nilai ekspor lada Indonesia ke Jepang periode 2009-2012.
- b. Untuk menganalisa upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada ke Jepang periode 2009-2012.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun tulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua elemen dan orang-orang yang memiliki kepentingan ataupun yang berminat pada permasalahan yang ditulis oleh penulis sehingga tulisan ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi. Secara khususnya tulisan ini diharapkan dapat memberikan beberapa bermanfaat, diantaranya:

- a. Memberikan pemahaman lebih mendalam bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada (HS 0904) ke Jepang periode 2009-2012.
- b. Memberikan pengetahuan dan data yang lebih jelas di dalam Program Studi Ilmu Hubungan Internasional terkait dengan ekspor lada Indonesia ke Jepang dari tahun 2009 hingga tahun 2012,
- c. Menganalisa bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada ke Jepang selama tahun 2009 hingga tahun 2012.

I.5 Tinjauan Pustaka

Untuk menjawab rumusan permasalahan, penelitian ini perlu melakukan tinjauan terhadap karya akademis yang memiliki kemiripan dan atau berhubungan dengan penelitian ini.

“Market Brief 2012 HS 0904 Lada ITPC Osaka”

Buku ini merupakan kajian yang memberikan informasi untuk bahan skripsi mengenai kondisi dan potensi produk pasar di Jepang. Jepang merupakan negara mitra dagang yang strategis bagi Indonesia karena Jepang menduduki peringkat pertama sebagai tujuan ekspor non-migas Indonesia dan urutan kedua sebagai negara asal impor non-migas setelah China. Selain itu, Jepang juga merupakan partner pertama Indonesia dalam perjanjian perdagangan bebas secara bilateral. Pada tahun 2011 Indonesia merupakan negara asal impor di peringkat ke-7 dan negara tujuan ekspor di peringkat ke-12 bagi Jepang. Jepang merupakan negara pengimpor Lada. Dan dalam buku ini juga memberikan kontribusi tentang peraturan kebijakan impor lada (HS 0904) di Jepang.

Peaturan kebijakan impor tersebut diantaranya yakni pertama, *Plant Protection Act (PPA)* rempah-rempah (*spices*) yang tidak melalui proses

packaging atau dalam keadaan segar harus melalui prosedur karantina yaitu pemeriksaan kadar kontaminasi dari hama atau tumbuhan yang dilarang dalam *Plant Protection Act*. Prosedur karantina dilakukan di bandara dan pelabuhan. Rempah-rempah yang segar namun didalam *package* tidak akan diperiksa berdasarkan PPA namun berdasarkan *Food Sanitation Inspection*. Tanah tidak diizinkan melekat pada komoditi yang diimpor.

Yang kedua, *Food Sanitation Act*. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Tenaga Kerja dan Kesejahteraan Jepang No. 18370 mengenai "*Standards an Criteria for Food and Additives*" di bawah *Food Sanitation Act*, diatur mengenai batas standar residu pestisida yang terdapat pada rempah-rempah. Apabila produk/komoditi yang diimpor melebihi ambang batas yang ditentukan, maka produk/komoditi tersebut tidak diizinkan beredar di pasar Jepang dan akan diberikan arahan selanjutnya. Dan yang ketiga yakni *Customs Act*. Berdasarkan peraturan ini, apabila muatan dalam *cargo* impor tidak sesuai dengan labelnya maka *cargo* tersebut tidak diperkenankan masuk wilayah Jepang.

Selain pada peraturan kebijakan impor, terdapat juga peraturan penjualan produk. Di mana diantaranya yang pertama yakni *Food Sanitation Act*. Penjualan produk yang mengandung zat berbahaya atau beracun atau tidak bersih dilarang. Rempah-rempah yang dijual dalam kemasan wajib mematuhi aturan *labeling* dalam *Food Sanitation Act*. Selanjutnya yang kedua adalah *Act on Specified Commercial Transactions*. Peraturan ini dimaksudkan agar 'transaksi jenis tertentu' dijalankan dengan adil dan benar untuk melindungi hak konsumen. Transaksi tertentu tersebut meliputi *door-to-door sales*, *mail order sales*, *telemarketing sales*, *chain sales (multilevel marketing)*, *specific continuous service 19 Provision transactions*, serta transaksi yang menawarkan kesempatan bisnis. Dan yang terakhir yakni *Act on the Promotion of Sorted Garbage Collection and Recycling of Containers and Packaging*. Setiap produk yang dikemas, wadah yang digunakan harus dapat didaur ulang, namun peraturan ini tidak berlaku pada perusahaan skala kecil.

Berbeda dengan permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini, dalam buku ini lebih ditekankan hanya pada peraturan dan kebijakan terkait

ekspor lada Indonesia baik ke kawasan maupun global pada tahun 2007-2011, sementara fokus penulis terletak pada upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada ke Jepang tahun 2009-2012. **“Dukungan Teknologi dan Kelembagaan Untuk Memperkuat Daya Saing Komoditas Lada”** oleh **A. Arivin Rivaie dan Effendi Pasandaran (2014)**. Buku yang kedua ini, Arivin dan Effendi membahas secara detail tentang produksi lada di Indonesia. Indonesia sudah lama dikenal sebagai produsen utama lada dunia terutama lada hitam (*Lampung Black Pepper*) yang dihasilkan di Provinsi Lampung dan lada putih (*Muntok White Pepper*) yang berasal dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Lada merupakan salah satu komoditas unggulan dan mempunyai potensi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia merupakan negara terbesar kedua produsen lada setelah Vietnam.

Prospek pasar lada begitu besar dalam memenuhi permintaan pasar dunia, terutama lada hitam. Lada merupakan salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian disamping komoditas perkebunan lainnya, baik sebagai sumber devisa maupun sumber data pencaharian petani. Prospek pasar domestik lada cukup besar dan permintaan lada oleh negara-negara konsumen juga semakin meningkat. Oleh karenanya, untuk dapat meningkatkan peran lada dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka diperlukan langkah-langkah pengembangan dan peningkatan daya saing lada Indonesia di pasar dunia. Dalam rangka peningkatan daya saing tersebut, mutlak dibutuhkan dukungan inovasi teknologi dan kelembagaan yang memadai, sehingga usaha tani lada Indonesia dapat memiliki produktivitas tinggi, yang diiringi dengan langkah efisiensi biaya produksi dan pemasaran, peningkatan mutu dan konsistensi standar mutu. Berbagai teknologi budidaya lada dan pasca panen dan pengolahan hasil sudah tersedia, tetapi dalam rangka peningkatan daya saing lada Indonesia di pasar Internasional, masih dibutuhkan dukungan beberapa inovasi teknologi dan kelembagaan yang lebih efektif dan efisien. Diperlukan pula kajian daerah pengembangan lada menurut *Agro Ecological Zone* (AEZ) dalam rangka efisiensi biaya produksi. Kendala produksi akibat penyakit kuning di Kepulauan Bangka Belitung dan penyakit busuk pangkal batang (BPB) di Lampung perlu diatasi dengan tersedianya inovasi teknologi pengendalian

penyakit dan tersedianya varietas baru yang lebih Memperkuat Daya Saing Produksi Pertanian toleran terhadap penyakit kuning dan BPB. Khusus untuk Provinsi Babel, diperlukan kajian takaran dosis kapur untuk reklamasi kemasaman tanah dan kesesuaian jenis-jenis tiang panjat hidup di daerah tersebut. Ketersediaan varietas lada hibrida yang berproduktivitas tinggi juga menjadi sangat penting dalam rangka meningkatkan daya saing usaha tani lada di Indonesia.

Kajian-kajian tentang varietas lada yang toleran atau adaptif terhadap dampak perubahan iklim, baik kekeringan ataupun kelembaban yang tinggi perlu pula mulai dilakukan. Sejalan dengan Misi dalam Strategi Induk Pembangunan Pertanian di Indonesia pada Tahun 2013-2045, perlu pula dikaji berbagai aspek teknis dan sosial-ekonomi tentang model pertanian bioindustri lada dan ternak terpadu sebagai upaya optimalisasi pemanfaatan sumber daya lokal yang berwawasan lingkungan.

Untuk mendukung upaya peningkatan produktivitas dengan inovasi teknologi budidaya, berbagai kebijakan perlu diambil. Penggunaan bibit lada bermutu dan bersertifikat perlu didukung oleh kebijakan pemerintah melalui pembangunan system industri penangkar/pembibitan lada di daerah sentra produksi dan wilayah pengembangan baru. Kebijakan pemerintah juga perlu diambil berkaitan dengan wilayah pengembangan lada yang berdasarkan pewilayahan komoditas (AEZ). Dengan demikian sangat prospektif dikembangkan. Untuk mendukung diversifikasi produk lada, diperlukan kebijakan pemerintah yang kondusif untuk mendorong tumbuhnya agroindustri diversifikasi produk lada, mulai dari program pendampingan teknologi, pemberian bunga rendah untuk modal investasi, kemudahan investasi bagi dunia usaha yang mengembangkan diversifikasi produk lada, keringanan pajak ekspor dan fasilitasi promosi bagi pelaku usahanya. Mengingat petani lada sebagian besar adalah petani miskin, maka perlu diambil kebijakan di bidang permodalan berupa penyediaan sistem kredit lunak dengan syarat yang mudah dan berjangka panjang.

Dalam buku yang kedua ini, memberikan kontribusi mengenai penjelasan mengenai potensi komoditas lada di Indonesia serta peranannya pada pasar global. Perbedaan dari buku ini dengan dengan penelitian yang akan penulis angkat

adalah penulis fokus perdagangan komoditas lada Indonesia ke Jepang dan tidak meluas ruang lingkupnya pada global.

Selanjutnya adalah jurnal **“Dampak Perdagangan Internasional Indonesia Terhadap Kesejahteraan Masyarakat : Aplikasi Structural Path Analysis”** oleh **Sulton Sjahril Sabaruddin**. Diplomasi ekonomi kini menjadi salah satu prioritas dalam politik luar negeri Indonesia terutama sejak pemerintahan terakhir (era Presiden Joko Widodo). Presiden Indonesia menyampaikan bahwa seluruh duta besar RI harus berperan sebagai salesman, dengan porsi 90 persen aspek ekonomi dan hanya 10 persen untuk aspek politik (Susilo, 2014). Jokowi menginginkan akses pasar-pasar luar negeri diperluas sehingga dapat mendorong volume ekspor Indonesia. Diharapkan dengan berkembangnya ekspor Indonesia, maka pada akhirnya dapat membantu mendorong perekonomian dalam negeri termasuk mensejahterakan seluruh masyarakat Indonesia. Diplomasi ekonomi untuk mencapai kesejahteraan ekonomi menjadi bagian yang semakin penting dalam politik luar negeri di berbagai negara, dan salah satu bagian dari diplomasi ekonomi ini adalah diplomasi perdagangan. Perdagangan luar negeri merupakan salah satu variabel penting pertumbuhan ekonomi di suatu perekonomian; tidak mengherankan bahwa seluruh negara berupaya keras untuk mendorong kerjasama perdagangan dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Mudahnya tujuan tersebut dapat dicapai dengan mendorong ekspor dalam negeri dan mengurangi volume impor sebagaimana dipahami oleh para ekonom beraliran merkantilis. Salah satu indikator pertumbuhan ekonomi adalah dengan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB merupakan indikator kesejahteraan perekonomian di suatu negara dan dapat menjadi rujukan untuk mengukur kesejahteraan masyarakat yang diukur dengan tingkat pendapatan (income). Maka semakin meningkat ekspor suatu negara, pendapatan masyarakat akan meningkat pula. Namun demikian, di era perekonomian terbuka saat ini maka pada saat bersamaan pula arus impor juga akan meningkat yang dimana dalam pengukuran pertumbuhan ekonomi, meningkatnya nilai impor akan berdampak terhadap penurunan PDB. Maka dari itu, liberalisasi perdagangan suatu negara di satu sisi akan mendorong peningkatan nilai perdagangan, namun disisi lain akan

mempengaruhi neraca perdagangannya. Dalam artikel ini membantu penulis dalam menganalisa strategi yang dilakukan Indonesia dalam perdagangan Internasional dengan melabarkan pasar Indonesia seperti ekspor lada ke Jepang.

I.6 Kerangka Pemikiran

I.6.1 Kerjasama Internasional

Kerjasama internasional adalah bentuk hubungan yang dilakukan oleh suatu Negara dengan Negara lain yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan rakyat dan untuk kepentingan Negara-negara di dunia (Ikbar. 2014). Kerjasama internasional tidak dapat dihindari oleh negara atau aktor-aktor internasional lainnya. Keharusan tersebut diakibatkan adanya saling ketergantungan diantara aktor-aktor internasional dan kehidupan manusia yang semakin kompleks, ditambah lagi dengan tidak meratanya sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan oleh para aktor internasional. Kerjasama internasional yang meliputi kerjasama di bidang politik, social, ekonomi, pertahanan, keamanan bahkan kebudayaan yang berpedoman pada politik luar negeri masing-masing. Berdasarkan jumlah Negara yang mengikuti kerjasama, dapat dibedakan menjadi 3 macam bentuk kerjasama yaitu, kerjasama bilateral, kerjasama multilateral dan kerjasama regional.

Kerjasama bilateral adalah kerjasama yang dilakukan antara dua Negara. Kerjasama ini biasanya dalam bentuk hubungan diplomatic, perdagangan, pendidikan dan kebudayaan. Kerjasama Indonesia dan Jepang dalam ekspor impor lada menjadi salah satu bentuk kerjasama bilateral. Kebutuhan akan lada Indonesia memaksa Jepang untuk mengimpor lada Indonesia untuk memenuhi produksi dan konsumsi komoditas lada di Jepang.

Dengan teori kerjasama internasional, penulis dapat menganalisis hubungan kerjasama antara Indonesia dengan Jepang dalam komoditas lada. hubungan kerjasama Indonesia dengan Jepang dalam komoditas lada dari tahun 2009 hingga tahun 2012 mengalami peningkatan terutama dalam ekspor produksi lada Indonesia ke Jepang. dengan teori kerjasama bilateral dapat membantu menjelaskan perkembangan hubungan kerjasama Indonesia dengan Jepang dalam komoditas lada dari tahun 2009 hingga tahun 2012 sesuai dengan judul yang penulis ajukan.

1.6.2 Keunggulan Komparatif

Konsep keunggulan komparatif Ricardo dibangun dengan sejumlah asumsi, yaitu dua Negara masing-masing memproduksi dua jenis komoditi dengan hanya satu factor produksi, tenaga kerja. Kedua komoditi bersifat identic (homogen) baik antar industry maupun antar Negara. Komoditi tersebut juga dipindahkan antar Negara dengan biaya transportasi nol. Tenaga kerja merupakan factor produksi yang bersifat homogeny dalam suatu Negara, namun bersifat heterogen (tidak identic) antar Negara. Pasar barang dan pasar tenaga kerja di kedua Negara diasumsikan dalam kondisi persaingan sempurna. Perusahaan-perusahaan di kedua Negara diasumsikan dalam kondisi persaingan sempurna. Perusahaan-perusahaan di kedua Negara diasumsikan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, sementara tujuan konsumen (tenaga kerja) adalah memaksimalkan kepuasan (Arifin. 2007).

Keunggulan komparatif disebabkan oleh adanya perbedaan dalam kepemilikan atas faktor-faktor produksi seperti: sumber daya alam, modal, tenaga kerja dan kemampuan dalam penguasaan teknologi. Melalui spesialisasi sesuai dengan keunggulan komparatifnya, maka jumlah produksi yang dihasilkan bisa jauh lebih besar dengan biaya yang lebih murah dan pada akhirnya bisa mencapai skala ekonomi yang diharapkan. Pemikiran ini kemudian berkembang bahwa akan lebih menguntungkan jika arus perdagangan antara negara dibebaskan, tidak terhambat oleh kebijakan atau peraturan negara baik berupa proteksi, tariff maupun non-tariff. Berdasarkan pemikiran ini, dirumuskan aturan perdagangan multilateral yang kemudian menjadi satu produk hukum internasional. Namun demikian negara-negara tersebut akan terikat dengan kepentingan nasionalnya yang menurut Morgenthau merujuk pada hal-hal yang dianggap penting bagi suatu negara, sehingga merujuk pada sasaran-sasaran politik, ekonomi, atau social yang ingin dicapai suatu negara. Sehingga negara perlu memberikan prioritasnya yang diformulasikan dalam sasaran dan indikator bagi tercapainya kepentingan tersebut.

Untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya suatu negara harus memanfaatkan keunggulan komparatif guna meraih peluang dan mengurangi atau meniadakan kendala yang timbul sebagai konsekuensi logisnya. Keunggulan komparatif yang

harus dimiliki suatu negara untuk dapat memenangkan dan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional antara lain : 1. Jumlah tenaga kerja yang relatif banyak. 2. Sumber daya alam yang melimpah. 3. Sumber modal yang besar. 4. Kemampuan dan penguasaan ilmu pengetahuan teknologi yang tinggi 5. Letak geografis yang cukup strategis. 6. Potensi pasar domestic/ dalam negeri yang cukup besar. 7. Jumlah pengusaha kecil, menengah dan koperasi yang besar. 8. Sektor agribisnis yang mengandalkan lahan produktif yang luas (Badia. 2012).

Teori keunggulan komparatif digunakan penulis untuk membahas kerjasama antara Indonesia dengan perusahaan-perusahaan Jepang dalam komoditas lada. dimana ada pertukaran keunggulan antara kualitas lada Indonesia dengan teknologi pengolahan lada yang menjadi keunggulan bagi perusahaan-perusahaan Jepang. kerjasama yang dilakukan Indonesia dengan perusahaan-perusahaan Jepang dalam pengembangan komoditas lada menjadi kerjasama yang saling menguntungkan bagi kedua pihak. Indonesia yang memperluas pasar komoditas lada ke Jepang dan Jepang yang dapat memenuhi pasokan lada untuk konsumsi.

I.6.3 Konsep (HS 0904) Lada

Definisi HS 0904 dalam buku tarif Indonesia adalah “Lada dari genus piper; kering atau dihancurkan atau buah yang digiling dari genus capsicum atau dari genus pimenta”. Lada Tanaman lada (*Piper nigrum L*) berasal dari daerah barat Ghat, India lalu menyebar ke berbagai negara di Asia termasuk Indonesia. Lada merupakan tanaman yang tumbuh merambat pada sebuah tajar yang mati atau hidup. Tanaman ini sangat baik ditanam didaerah beriklim tropis dengan lahan yang agak miring, subur, dan gembur serta mendapat sinar matahari yang cukup. Lada merupakan salah satu dari bahan rempah-rempah yang memiliki harga sangat tinggi. Nilai tinggi inilah menyebabkan bangsa Portugis pada tahun 1482 datang ke Asia dan mulai menguasai perdagangan rempah di India (Widyastuti, 2005). Penyebaran lada di Indonesia pertama kali dilakukan oleh para koloni Hindu yang sedang melakukan perjalanan dalam misi penyebaran agamanya. Sebelum perang dunia kedua Indonesia merupakan negara produsen utama di dunia dengan produksi sekitar 69 persen produksi lada dunia, disusul India dan Malaysia. Namun banyak kebun lada rusak dan terlantar atau diganti

untuk penanaman bahan makanan selama perang dan selama pendudukan Jepang. Kemerosotan produksi lada Indonesia telah mendorong negara-negara lain untuk meningkatkan produksi ladanya untuk memenuhi kebutuhan pasaran dunia seperti India, Malaysia, Srilanka dan Brazil berhasil memperbesar produksi dan eksportnya (Siswoputranto, 1976).

Rismunandar (1990) mengatakan bahwa perkembangan lada sejak awal abad 19 hingga lahirnya Orde Baru di Indonesia mengalami pasang surut, sebagai akibat dari gejolak perang maupun harga lada di dunia. Sejak tahun 1929 produksi lada berpusat di Lampung dan Bangka dengan eksportnya dalam tahun 1931 sebanyak 25,000 ton dan 27,000 ton untuk tahun 1937 dan bahwa harga lada yang tinggi terjadi dalam periode 1925-1930 sehingga pada tahun tersebut merupakan pendorong utama bagi perluasan lada di kedua daerah tersebut. Selain yang dihasilkan di daerah Lampung dan Bangka, sebagian produksi lada di Indonesia diperoleh dari daerah-daerah Sumatera Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, Aceh, Sumatera Barat dan Jawa Barat yang umumnya merupakan usaha petani rakyat, kecuali kebun-kebun yang terdapat di daerah Bangka. Tanaman ini merupakan salah satu komoditas perdagangan dunia dan lebih dari 80 persen lada Indonesia diekspor keluar negeri. Selain itu lada mempunyai julukan *The King of Spices*. Indonesia merupakan eksportir lada peringkat ke-3 di Jepang pada tahun 2011 dengan nilai ekspor 24,07 juta dolar AS dan pangsa pasar 18,62 persen di Jepang. (Market Brief. 2012).

I.7 Alur Pemikiran



Gambar 1 : Alur Pemikiran

I.8 Metode Penelitian

I.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Menurut para ahli, setidaknya terdapat lima tahapan sebagai patokan dalam penelitian kualitatif, yaitu sebagai berikut:

a. Mengangkat permasalahan.

Permasalahan yang biasanya diangkat dalam penelitian ini adalah bersifat unik, khas, memiliki daya tarik tertentu, spesifik, dan terkadang sangat bersifat individual (karena beberapa penelitian kualitatif yang dilaksanakan memang hukan untuk kepentingan generalisasi).

b. Memunculkan pertanyaan penelitian.

merupakan ciri khas dari penelitian kualitatif. Adalah sebagai spirit yang fungsinya sama penting seperti hipotesis dalam penelitian kuantitatif.

c. Mengumpulkan data yang relevan.

Data dalam penelitian kualitatif pada umumnya berupa kumpulan kata, kalimat, pernyataan, atau uraian yang mendalam.

d. Melakukan analisis data

Analisis data merupakan langkah berikutnya setelah data relevan diperoleh.

e. Menjawab pertanyaan penelitian

Tahap ini adalah tahapan terakhir dalam penelitian kualitatif. Dalam menjawab pertanyaan, peneliti dapat menggunakan gaya menulis yang lebih bebas, seperti narasi. Sehingga dalam menjawab pertanyaan penelitian dapat lebih menarik untuk dibaca.

I.8.1 Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer diperoleh dengan menggunakan data-data resmi dalam menganalisis penelitian ini seperti dokumen-dokumen dalam lembaga internasional. Serta wawancara dengan pihak dari Asosiasi Ekportir Lada Indonesia (AELI) dan juga Kementerian Perdagangan RI.

b. Teknik pengumpulan Data Sekunder

Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dapat diperoleh melalui studi pustaka (*library research*) dengan bahan pustaka seperti buku, jurnal, surat kabar, bulletin, serta media internet untuk memperoleh data yang lengkap, akurat dan relevan.

I.9 Sistematika Penulisan

Dalam rangka memberikan pemahaman mengenai permasalahan dalam penelitian ini, penulis membagi penelitian ini ke dalam 4 (empat) bab di mana dalam setiap bab terdapat sub bab yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Bab-bab tersebut diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang diangkat penulis untuk kemudian diteliti dan dicari pertanyaan yang sekiranya tepat dengan latar belakang permasalahan penulis. Selanjutnya di bab ini juga dibahas mengenai tujuan, manfaat serta bagian-bagian teknis dari penelitian.

BAB II DINAMIKA PERDAGANGAN INDONESIA DAN JEPANG

Pada bab ini dijelaskan bagaimana dinamika dan sejarah hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang. Dalam bab ini diuraikan bagaimana hambatan dan tantangan hubungan perdagangan Indonesia – Jepang.

BAB III UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR LADA (HS 0904) KE JEPANG

Pada bab ini diuraikan bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor lada (HS 0904) ke Jepang periode 2009-2012. Pada bab ini penulis memfokuskan pada bagaimana Indonesia melakukan berbagai upaya baik upaya internal maupun eksternal dalam rangka meningkatkan ekspor lada (HS 0904) ke Jepang.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan ini. Berisikan kesimpulan dari apa yang telah penulis bahas dalam tiga bab sebelumnya untuk menjawab pertanyaan penelitian secara lebih terfokus. Kemudian bab ini juga berisikan saran-saran atas hasil penelitian yang penulis dapatkan.