

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi bukanlah fenomena baru dalam perkembangan perekonomian dunia. Globalisasi merupakan proses terbentuknya sistem organisasi antar masyarakat di seluruh dunia dengan tujuan untuk mengikuti sistem yang sama. *World Trade Organization* (WTO) merupakan organisasi internasional yang menaungi dan mengawasi berbagai aturan perdagangan internasional termasuk di dalamnya kebijakan perdagangan bebas. Sebagai respon atas aktivitas ekonomi tersebut maka beberapa kelompok negara bergabung untuk membentuk kerjasama ekonomi secara regional, salah satunya yaitu *ASEAN Economic Community* (AEC). Konsep *ASEAN Economic Community* (AEC) memiliki tujuan untuk menjadikan negara di kawasan ASEAN stabil dan kompetitif dalam perekonomian. Pencapaian ini menjadikan kawasan ASEAN melakukan pembebasan dalam lalu lintas barang dan jasa serta penurunan hambatan tarif perdagangan.

Pertumbuhan kegiatan perdagangan akan mendorong setiap negara khususnya Indonesia untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk ekspor mereka. Pada kenyataannya daya saing produk ekspor Indonesia tidak lebih baik jika dibandingkan dengan negara lainnya. *World Economic Forum* (2015) menyatakan bahwa posisi daya saing Indonesia turun 3 peringkat dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu berada pada peringkat 37 dari 144 negara. Keadaan ini memberikan pengertian bahwa daya saing ekspor Indonesia menghadapi tantangan besar dalam perdagangan internasional.

Komponen ekspor merupakan bagian dari motor penggerak perekonomian negara (Tambunan, 2001). Indonesia melaksanakan salah satu spesialisasi ekspornya di sektor pertanian karena sektor ini masih memegang peranan terbesar dalam peningkatan devisa nasional. Potensi sektor pertanian ini didukung oleh sumber daya alam yang tersedia dalam negeri. Indonesia memiliki potensi yang bagus untuk pengembangan sektor pertanian, salah satunya adalah subsektor tanaman perkebunan. Menurut data Badan Pusat Statistik (2015), pada tahun

2013-2014 sektor perkebunan mengalami peningkatan dalam penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 358.172,40 menjadi 397.896,20 miliar rupiah.

Salah satu komoditas perkebunan yang menjadi komoditas ekspor adalah vanili (*Vanilla Planifolia*). Vanili Indonesia yang dikenal sebagai *Java Vanilla Beans*, merupakan salah satu tanaman rempah yang bernilai ekonomi tinggi. Indonesia memiliki potensi untuk pengusahaan vanili dengan iklim dan curah hujan yang sesuai untuk pertanaman vanili. Tanaman vanili diusahakan dalam bentuk tumpangsari dan tumbuh secara memanjat pada batang penompangnya. Kegunaan buah vanili selama ini adalah sebagai bahan pembentuk aroma pada industri pangan dan nonpangan. Vanili dalam industri pangan digunakan sebagai *flavoring agent* pada produk makanan dan minuman seperti pada es krim, minuman ringan, coklat, permen, puding dan kue. Sedangkan dalam industri non pangan vanili banyak digunakan sebagai bahan untuk penambah aroma atau *fragrance*. Selain itu, vanili juga dapat dimanfaatkan sebagai zat antimikroba untuk mencegah jamur dan kapang pada buah. Vanili Indonesia berkontribusi cukup besar dalam mensuplai kebutuhan vanili di pasar internasional, hal ini terbukti bahwa Indonesia termasuk ke dalam lima besar produsen vanili di dunia dengan beberapa negara pesaing seperti Madagaskar dan Meksiko selama dua puluh tahun terakhir (FAOSTAT, 2016). Luasnya kegunaan komoditi ini memberikan prospek besar untuk diusahakan.

Komoditi ini ditujukan untuk pasar ekspor dan kebutuhan dalam negeri. Berdasarkan UN Comtrade (2013), komoditi vanili Indonesia diekspor dalam bentuk buah utuh kering berjumlah 3.200 ton dengan nilai ekspor sebesar \$ 7.279.021, sedangkan untuk kebutuhan industri dalam negeri pada tahun 2013 sebesar 1.989.332 kg (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2003). Peluang pasar komoditi ini masih terbuka baik dalam negeri maupun ekspor karena jumlah permintaan dunia akan vanili bertambah. Statistik Perkebunan Indonesia (2014) menyatakan beberapa negara tujuan ekspor vanili Indonesia meliputi meliputi Amerika Serikat, Belanda, Singapura, Jerman, China, dan Australia. Dengan bertambahnya jumlah penduduk dunia dan industri berbasis vanili, permintaan vanili ini pun diperkirakan terus meningkat.

Perkebunan vanili Indonesia yang mayoritas perkebunan rakyat memiliki berbagai permasalahan. Kondisi luas lahan, produksi, dan produktivitas vanili berpengaruh terhadap daya saing vanili Indonesia ke pasar internasional. Luas areal tanaman vanili pada tahun 2011 sampai 2013 cenderung mengalami fluktuasi, dengan rata-rata luasnya sebesar 12.600 ha. Sementara produksi vanili Indonesia mengalami penurunan pada tiga tahun tersebut yaitu pada tahun 2011 sebesar 3.500 ton dan menurun di tahun 2013 sebesar 3.200 ton. Rata-rata produktivitas vanili Indonesia juga tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara pesaing yaitu sebesar 0,28 ton/ha (FAOSTAT, 2016). Kondisi volume ekspor vanili Indonesia tahun 2013 menurun 2,9% dari tahun sebelumnya. Sedangkan volume ekspor vanili dari negara pesaing yakni Madagaskar dan Meksiko masing-masing mengalami kenaikan 95% dan 2,5% (UN Comtrade, 2016).

Permintaan vanili dunia pada tahun 2011-2013 mengalami peningkatan 10% tiap tahunnya. Sementara Indonesia hanya mampu memenuhi sekitar 13,46% dari total permintaan impor vanili dunia pada tahun 2013 sebesar 7.665 ton (UN Comtrade, 2016). Ruhnayat (2003) menyatakan bahwa permasalahan terkait perusahaan vanili Indonesia adalah produktivitas dan mutu yang masih rendah. Kadar vanillin pada polong vanili dunia berkisar antara 1,5 - 2,9%, namun teknologi pengolahan tertentu dapat meningkatkan 4,47% vanillin (Rismunandar, 1998). Saat ini, semakin kompetitifnya pasar perdagangan internasional membuat negara-negara pesaing mampu menghasilkan buah vanili yang lebih baik dari vanili Indonesia. Kesimpulannya perdagangan vanili Indonesia di pasar internasional masih belum maksimal jika dibandingkan dengan negara pesaing.

Krugman *et.al* (1991) menjelaskan bahwa negara-negara akan mengekspor barang dengan faktor produksi yang lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa vanili Indonesia harus diproduksi secara efisien sehingga meningkatkan keunggulan komparatifnya agar mampu bersaing dan bertahan dalam pasar internasional. Keunggulan komparatif dapat dilihat dari volume dan nilai ekspor vanili Indonesia dibandingkan dengan negara pesaingnya. Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan, maka penting dilakukan analisis daya saing vanili Indonesia.

Daya saing ini akan memberikan gambaran posisi dan kemampuan daya saing vanili Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Vanili (*Vanilla planifolia*) merupakan salah satu tanaman perkebunan yang potensial untuk dijadikan sebagai komoditas ekspor. Luas areal tanam vanili di Indonesia yang mencapai 12.600 ha menempati peringkat kedua di dunia setelah Madagaskar. Sentra produksi vanili tersebar di beberapa daerah antara lain Lampung, Jawa Barat, Jawa Timur, NTT, Bali dan beberapa wilayah Sulawesi. Luas lahan dan produksi terbesar terdapat di daerah Sulawesi yang mencakup sekitar 11.403 ha dengan produksi mencapai 41,7% dari total produksi vanili Indonesia (Statistik Perkebunan Indonesia, 2013).

Vanili termasuk tanaman ekspor Indonesia yang bernilai ekonomi tinggi. Namun keadaan ini tidak diikuti dengan peningkatan produksi dan produktivitas yang meningkat, tetapi sebaliknya terjadi penurunan sebesar 8,5% pada produksi dan 7% pada produktivitas di tahun 2013 (FAOSTAT, 2016). Pada tahun 2011 sampai 2013, kondisi volume ekspor vanili juga mengalami penurunan sebesar 12,6%. *Commodity Trade Statistics* (2016) menyatakan bahwa volume ekspor vanili tahun 2011 sebesar 308.613 kg turun menjadi 269.561 kg di tahun 2013.

Vanili Indonesia dari segi mutu produk mengalami penurunan jika dibandingkan dengan negara pesaing. Pada kenyataannya pada tahun 2013, nilai ekspor vanili Indonesia terbilang \$ 7.279.021 yang masih rendah jika dibandingkan dengan negara pengekspor lain seperti Madagaskar yang memiliki nilai \$ 40.686.359 (UN *Comtrade*, 2016). Rendahnya mutu disebabkan karena 95% vanili merupakan perkebunan rakyat. Perkebunan rakyat memiliki sistem pengelolaan vanili yang konvensional. Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya mutu adalah keadaan tanaman vanili sekitar 32% merupakan tanaman yang telah rusak atau tua (Statistik Perkebunan Indonesia, 2013). Sementara permintaan negara pengimpor dan standarisasi mutu vanili ekspor yang selalu meningkat, negara pesaing pun telah dapat menghasilkan vanili dengan cara pengolahan yang lebih baik. Penurunan volume dan nilai ekspor mengindikasikan bahwa daya

saing vanili Indonesia melemah, di saat persaingan vanili semakin meningkat di pasar dunia.

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu diketahui perkembangan luas lahan, produksi, produktivitas, konsumsi, ekspor dan impor vanili di Indonesia, daya saing vanili Indonesia dibandingkan dibandingkan negara pesaingnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing vanili Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perkembangan luas lahan, produksi, produktivitas, konsumsi, ekspor dan impor vanili di Indonesia.
2. Untuk mengetahui daya saing vanili Indonesia dibandingkan negara pesaingnya.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing vanili Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi produsen dan eksportir vanili, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai informasi untuk meningkatkan daya saing vanili Indonesia.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dalam pembuatan kebijakan atau pengambilan keputusan kebijakan guna meningkatkan keunggulan vanili.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan maupun referensi sumber informasi.