

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan ekonomi global yang semakin cepat telah menciptakan dunia yang saling terhubung dan bergantung satu sama lain. (Anggraini et, at, 2023). Perekonomian Indonesia, sebagai negara dengan sektor ekspor yang signifikan, terus menghadapi tantangan dan dinamika yang berkembang dalam pasar global. Dalam rangka meningkatkan kontribusi ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi, penentuan wilayah tujuan ekspor bagi produk-produk unggulan Indonesia menjadi krusial. Produk-produk unggulan, yang memiliki potensi daya saing tinggi, membutuhkan strategi penentuan wilayah ekspor yang cermat untuk memaksimalkan pangsa pasar global.

Sebagai negara dengan sumber daya alam dan industri yang beragam, Indonesia memiliki potensi untuk memperluas pasar ekspornya di berbagai belahan dunia. Namun, untuk mencapai hal tersebut, perlu pemahaman yang holistik terhadap dinamika pasar global serta adaptasi terhadap berbagai hal-hal yang memengaruhi keputusan memilih negara tujuan ekspor. Seiring dengan komitmen Indonesia untuk menjadi pemain utama dalam ekonomi global, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor penentu wilayah ekspor akan menjadi landasan strategis bagi pengembangan kebijakan yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Data Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa Tiongkok menjadi tujuan utama ekspor non-migas Indonesia pada September 2022, dengan pangsa pasar 26,23% dan nilai mencapai USD 6,16 miliar. Amerika Serikat dan Jepang menyusul di posisi kedua dan ketiga, masing-masing dengan pangsa pasar sekitar 9% dan nilai ekspor sedikit di atas USD 2 miliar. (Retno, 2023).

Total nilai ekspor Indonesia dari Januari hingga Oktober 2023 mencapai USD 214,41 miliar, mengalami penurunan sebesar 12,15 persen dibandingkan periode yang sama di tahun 2022. Secara khusus, ekspor nonmigas juga mengalami penurunan sebesar 12,74 persen, dengan nilai mencapai USD 201,25 miliar. (Kemendag, 2023). Nilai ekspor 20 komoditas primer utama Indonesia turun 16,95% pada Januari-September 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan terbesar terjadi pada turunan CPKO, limbah & sisa logam mulia, dan remah karet. Sebaliknya, bungkil, nikel, dan CPO mengalami peningkatan ekspor terbesar. (Kemendag, 2023).

Penurunan nilai ekspor sejumlah komoditas primer Indonesia pada periode Januari-September 2023 menunjukkan adanya tantangan dan perubahan dinamika dalam perdagangan global. Di sisi lain, beberapa komoditas primer justru mengalami peningkatan nilai ekspor, seperti bungkil, nikel, dan CPO. Hal ini menunjukkan adanya peluang di tengah tantangan. Selama studi dan observasi di departemen perdagangan, peneliti menemukan bahwa banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menentukan wilayah tujuan ekspor yang tepat untuk produk mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan dan pemahaman di kalangan UMKM terkait dengan proses ekspor, khususnya dalam hal pemilihan pasar yang sesuai. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat potensi pertumbuhan UMKM dan membatasi akses mereka ke pasar internasional yang lebih luas.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan dinamika perdagangan global, memahami faktor-faktor yang memengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor merupakan langkah strategis. Analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor tersebut akan memberikan wawasan mendalam tentang dinamika pasar global, kebijakan perdagangan, dan karakteristik konsumen di berbagai wilayah. Faktor-faktor yang melibatkan permintaan pasar, kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, serta lingkungan sosial dan budaya menjadi elemen kunci dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan wilayah tujuan ekspor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih

dalam dan menganalisis faktor-faktor tersebut guna memberikan kontribusi pemikiran baru bagi pengembangan kebijakan perdagangan nasional serta strategi pemasaran produk unggulan Indonesia di pasar internasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti merasa hal ini penting untuk dikaji lebih dalam mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Wilayah Tujuan Ekspor Produk Unggulan Indonesia Komoditas Non Migas HS 6 Digit” untuk mengetahui apa saja yang melatar belakangi penentuan wilayah tujuan ekspor produk-produk Indonesia serta melihat kesulitan yang terjadi pada UMKM siap ekspor.

Dalam konteks inilah, penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan dengan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan pemerintah, industri, dan pelaku ekspor untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar internasional.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mempersempit cakupan studi kualitatif dan penelitian secara keseluruhan, sehingga memudahkan dalam menentukan data mana yang penting dan mana yang tidak. (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif ini dibatasi berdasarkan tingkat kepentingan dan urgensi masalah yang dikaji. Penelitian ini akan difokuskan pada “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia.” yang objek utamanya merupakan masyarakat yang datang ke tempat pengembangan pasar dan informasi ekspor di jember kemendag yang telah di observasi oleh peneliti.

Fokus penelitian ini akan membantu dalam memilih tujuan wilayah ekspor dan memilih pasar mana yang cocok dalam penentuan wilayahnya. Studi ini dapat memberikan wawasan lebih dalam untuk pengambilan keputusan dalam penentuan tujuan ekspor untuk produk-produk unggulan Indonesia, serta dapat

menjadi panduan untuk pendamping ekspor dalam menentukan pasar yang tepat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini :

1. Bagaimana faktor-faktor mempengaruhi dalam penentuan wilayah tujuan ekspor untuk produk unggulan Indonesia?
2. Bagaimana kesulitan yang terjadi bagi eksportir dalam penentuan wilayah tujuan ekspor?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali pengalaman pribadi dan wawasan dari eksportir terkait faktor-faktor yang melatar belakangi dalam penentuan wilayah tujuan ekspor produk unggulan Indonesia serta untuk mengetahui kesulitan yang terjadi bagi eksportir dalam penentuan wilayah tujuan ekspor.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai elemen :

1. Masyarakat
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat yang kesulitan dalam menentukan tujuan wilayah ekspor untuk produk mereka sehingga masyarakat dapat fokus dalam mentargetkan pemasaran di lokasi – lokasi yang potensial untuk melakukan transaksi di negara tujuan ekspor.
2. Lembaga Instansi Kementerian Perdagangan
Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan masukan dan referensi dalam membantu program pendidikan ekspor pada masyarakat.
3. Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai bahan masukan untuk membantu kampus agar terciptanya program wirausaha muda berorientasi ekspor untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*