



Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021

Sapto^{1*}, Sri Marwanti², Dewi Hastuti¹, dan Hilmi Arija Fachriyani¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wahid Hasyim, Semarang, Indonesia

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Received: June 03, 2024; Accepted: August 26, 2024

Abstrak

Teh merupakan salah satu jenis minuman yang memiliki banyak peminat. Selain memiliki rasa yang khas, teh juga bermanfaat bagi tubuh. Tingginya permintaan menjadikan teh sebagai salah satu komoditas ekspor di berbagai negara terutama di Indonesia. Luas lahan perkebunan teh di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai negara terbesar kedua sebagai pengeksport teh di Asia Tenggara setelah Vietnam. Tujuan penelitian untuk mengetahui daya saing serta *trend* daya saing ekspor teh Indonesia di pasar Asia Tenggara. Metode dasar menggunakan metode analisis deskriptif. Data menggunakan data sekunder time series, yang diperoleh dari berbagai sumber resmi seperti ITC Trade Map, Food and Agriculture Statistics (FAOSTAT), serta sumber informasi lainnya yang diperoleh dari buku, artikel dan juga jurnal. Metode analisis menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengetahui daya saing ekspor komoditas teh Indonesia dan metode *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk mengetahui *trend* daya saing teh Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata RCA > 1 yaitu 2,29 yang artinya teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar Asia Tenggara. Sisi lain, nilai indeks keunggulan kompetitif memiliki nilai rata-rata ECI > 1 yaitu 1,01 yang artinya teh Indonesia memiliki *trend* daya saing yang cenderung meningkat di pasar Asia Tenggara.

Kata kunci: daya saing; keunggulan kompetitif; permintaan; teh

Analysis of Indonesian Tea Export Competitiveness in Southeast Asian Market 2012-2021

Abstract

Tea is one type of beverage that has many fans. In addition to having a distinctive taste, tea is also beneficial for the body. The high demand makes tea one of the export commodities in various countries, especially Indonesia. The area of tea plantations in Indonesia makes Indonesia the second largest country as a tea exporter in Southeast Asia after Vietnam. The study aimed to determine the competitiveness and trend of Indonesian tea export competitiveness in the Southeast Asian market. The basic method uses descriptive analysis methods. Data uses secondary time series data obtained from various official sources such as ITC Trade Map, Food and Agriculture Statistics (FAOSTAT), and other sources of information obtained from books, articles, and journals. The analysis method uses Revealed Comparative Advantage (RCA) to determine the competitiveness of Indonesian tea commodity exports and the Export Competitiveness Index (ECI) method to determine the trend of Indonesian tea

* **Corresponding author:** saptoncpn@gmail.com

Cite this as: Sapto, Marwanti, S, Hastuti, D, Fachriyani, H. A. (2024). Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021. *Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 3 (1), 57-65. doi: <http://dx.doi.org/10.20961/agrisema.v3i1.87516>

competitiveness. The study results showed an average RCA value > 1, which is 2.29, which means that Indonesian tea has strong competitiveness in the Southeast Asian market.

Keywords: *competitiveness; competitive advantage; demand; tea*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir teh terbesar baik di dunia maupun Asia Tenggara. Berdasarkan data FAOSTAT (2022) dengan kode HS (*Harmonized System*) 0902, produksi teh di Indonesia di tahun 2020 berada pada peringkat ke tujuh negara produsen teh terbesar di dunia. Indonesia menduduki peringkat kedua setelah Vietnam kemudian disusul oleh Myanmar dan Thailand pada wilayah Asia Tenggara. Tingginya produksi teh dalam negeri serta kualitas teh yang cukup baik menjadikan pemasaran teh tidak hanya dalam negeri tetapi juga untuk komoditas ekspor. Pangsa pasar ekspor teh Indonesia telah menjangkau kelima benua yakni Asia, Australia, Afrika, Amerika, dan Eropa. Tahun 2021, tercatat 62 negara yang menjadi pangsa pasar teh Indonesia. Lima besar negara yang menjadi pengimpor teh Indonesia berturut-turut yaitu Malaysia, *Russia Federation*, *United State*, China dan Taiwan (BPS-Statistics Indonesia, 2023).

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator penting untuk menilai dan mengevaluasi kondisi pembangunan ekonomi di suatu negara. Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah kegiatan perdagangan internasional. Perdagangan internasional merupakan suatu kegiatan menukar barang atau pelayanan yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain dengan tujuan-tujuan tertentu. Teori perdagangan internasional merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan pola, keuntungan, dan implikasi dari perdagangan internasional. Teori perdagangan internasional yang dikemukakan oleh para ahli dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu teori klasik dan teori modern. Teori klasik yang umum dikenal adalah teori keunggulan absolut/ mutlak dari Adam Smith dan teori keunggulan komparatif dari J.S Mill dan David Ricardo, sedangkan teori modern adalah teori dari Hecksher dan Ohlin (Aprita & Adhitya, 2020).

Daya saing (*competitiveness*) merupakan kemampuan suatu negara dalam memenuhi tantangan kompetisi perdagangan internasional atau pasar internasional untuk menunjukkan suatu keunggulan dalam hal tertentu. Konsep ini mengandung kemampuan suatu negara untuk menghasilkan produksi yang lebih tinggi dibanding dengan negara lain. Daya saing suatu negara ditentukan oleh dua faktor yaitu keunggulan komparatif (alamiah) dan keunggulan kompetitif (dapat diciptakan) (Simangunsong, 2018). Indikator atau metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat daya saing, diantaranya adalah *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Export Competitiveness Index (ECI)*.

Era globalisasi saat ini, kegiatan perdagangan antarnegara merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Ketergantungan antarnegara semakin tinggi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, sehingga masing-masing negara harus berkecimpung di pasar global yang dikenal dengan kegiatan ekspor dan impor (Sidabalok, 2018). Sektor pertanian menjadi salah satu sektor yang tidak lepas dari kegiatan ekspor impor yang dilakukan di berbagai negara. Sektor perkebunan menjadi salah satu sektor

yang menjanjikan pada kegiatan ekspor impor. Komoditas teh menjadi komoditas yang banyak ditanam di Indonesia sehingga menjadikan teh sebagai komoditas ekspor (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022). Teh merupakan salah satu komoditas hasil perkebunan yang memiliki peranan cukup penting dalam kegiatan perekonomian dalam negeri. Teh menjadi salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara selain sektor minyak dan gas. Teh sebagai bahan minuman memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minuman lainnya. Selain memiliki rasa yang khas, minuman teh juga memiliki berbagai manfaat yang baik bagi tubuh (Trevisanato & Kim, 2000; Yang & Landau, 2000). Hal ini yang menjadikan komoditas teh menjadi salah satu komoditas andalan ekspor bagi Indonesia. Indonesia memiliki sumber daya lahan yang cocok dengan syarat tumbuhnya teh dan memiliki potensi menghasilkan teh dengan jumlah yang tinggi, ditunjukkan Tabel 1.

Tabel 1. Negara Produsen Teh Terbesar Di Dunia Dan Di Asia Tenggara Tahun 2020

Negara Produsen			
Dunia		Asia Tenggara	
Negara	Jumlah (Ton)	Negara	Jumlah (Ton)
China	2.931.800	Vietnam	243.100
India	1.260.911	Indonesia	144.064
Kenya	569.500	Myanmar	23.000
Turkiye	283.500	Thailand	15.000
Sri Lanka	278.489	-	-
Vietnam	243.100	-	-
Indonesia	144.064	-	-
Bangladesh	89.931	-	-
Uganda	75.692	-	-
Argentina	73.890	-	-

Sumber: FAOSTAT, 2022

Komoditas teh Indonesia terlihat memiliki potensi peluang perdagangan yang cukup bagus di pasar Asia Tenggara dan pasar dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing ekspor teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan yaitu metode analisis deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder *time series* (deret waktu) yakni pada tahun 2012 hingga 2021. Objek penelitian adalah posisi daya saing teh Indonesia secara komparatif dan kompetitif, dengan negara pembanding adalah Vietnam, Malaysia dan Thailand sebagai pertimbangan negara-negara tersebut merupakan negara eksportir teh terbesar di Asia Tenggara. Penelitian ini difokuskan pada komoditas teh dengan kode *Harmonized System* (HS) 0902 yang merupakan teh yang diberi rasa maupun tidak, difermentasi maupun tidak, baik itu teh hijau ataupun teh hitam. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yakni diantaranya Kementerian Pertanian, Badan Pusat Statistik, ITC *Trademap*, *Food and Agricultural Organization* (FAO). Serta sumber informasi lainnya diperoleh dari buku, artikel

dan juga jurnal. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Revealed Comparative Advantage* dan *Export Competitiveness Index*.

Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Analisis yang digunakan untuk mengetahui daya saing teh Indonesia di pasar Asia Tenggara adalah metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing atau tingkat keunggulan komparatif suatu komoditas dari suatu negara terhadap dunia. Analisis ini didasarkan pada suatu konsep bahwa perdagangan antar wilayah sebenarnya menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki suatu negara (Sembiring et al., 2021). Perhitungan dengan metode RCA mengacu pada rumus:

$$RCA = \frac{X_{ia}/X_a}{X_{iw}/X_w}$$

Dimana:

X_{ia} = Nilai ekspor teh Indonesia (US\$)

X_a = Total nilai ekspor Indonesia (US\$)

X_{iw} = Nilai ekspor teh Asia Tenggara (US\$)

X_w = Total nilai ekspor Asia Tenggara (US\$)

Jika nilai RCA lebih besar dari satu ($RCA > 1$) maka suatu negara memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat. Akan tetapi jika nilai RCA kurang dari satu ($RCA < 1$) maka keunggulan komparatif atau daya saing komoditas tersebut lemah. Semakin tinggi nilai RCA maka semakin kuat daya saing komoditas suatu negara.

Analisis *Export Competitiveness Index* (ECI)

Metode yang digunakan untuk mengetahui perkembangan ekspor komoditas teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara, apakah memiliki trend daya saing yang meningkat atau menurun adalah metode *Export Competitiveness Index* (ECI). Menurut Lindung & Jamil (2018), indeks ECI menunjukkan kemampuan komoditas tertentu pada suatu negara untuk bersaing dengan negara lain yang merupakan pesaingnya. Perhitungan dengan metode ECI dilakukan dengan rumus:

$$ECI = \frac{(X_{ia}/X_{iw})_t}{(X_{ia}/X_{iw})_{t-1}}$$

Dimana:

X_{ia} = Nilai ekspor teh Indonesia (US\$)

X_{iw} = Nilai ekspor teh Asia Tenggara (US\$)

t = Periode berjalan

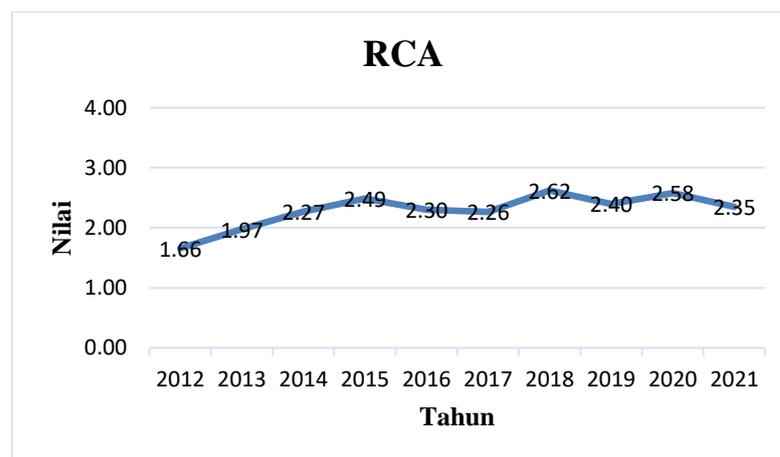
$t-1$ = Periode sebelumnya

Nilai ECI apabila lebih besar dari satu ($ECI > 1$) maka *trend* daya saing komoditas teh Indonesia meningkat. Jika nilai ECI kurang dari satu ($ECI < 1$) maka *trend* daya saing komoditas tersebut menurun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA)

RCA merupakan perbandingan indeks yang menyatakan keunggulan komparatif antara pangsa ekspor suatu komoditas dalam ekspor total suatu negara dan dibandingkan dengan pangsa ekspor komoditas yang sama dalam total ekspor suatu wilayah. Menurut Jannati et al. (2020), semakin tinggi volume ekspor yang dilakukan, maka semakin tinggi pula nilai hasil perhitungan RCA yang di dapatkan. Nilai RCA suatu jika lebih besar dari angka satu, menunjukkan daya saing komoditas dari negara tersebut kuat. Sebaliknya jika nilai RCA menunjukkan nilai di bawah angka satu maka komoditas dari negara tersebut lemah. Perkembangan nilai RCA komoditas teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara dilihat pada Grafik 1.



Grafik 1. Perkembangan Nilai RCA Ekspor Teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021

Sumber: Analisis Data Sekunder, 2022

Hasil analisis RCA terhadap ekspor teh Indonesia dengan kode HS 0902 pada tahun 2012 hingga 2021 di pasar Asia Tenggara didapatkan hasil bahwa teh Indonesia memiliki kekuatan daya saing komparatif di pasar Asia Tenggara karena memiliki nilai RCA lebih besar dari 1 dengan rata-rata nilai 2,29. Nilai RCA tertinggi terjadi pada tahun 2018 yang mencapai nilai 2,62 dan terendah terjadi pada tahun 2012 yaitu senilai 1,66. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satryana dan Karmini (2016) yang menyatakan komoditas teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat dengan rata-rata nilai RCA yang dihasilkan sebesar 2,18.

Teh Indonesia memiliki potensi dalam pengembangan perdagangan ekspor. Tabel 2 menunjukkan teh Indonesia terbukti dapat bersaing dengan negara-negara pengeksporteh di Asia Tenggara. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai RCA ekspor teh Vietnam, Indonesia masih berada di bawah negara tersebut. Rata-rata nilai RCA ekspor teh Indonesia dan Vietnam sama-sama memiliki nilai diatas 2,0 akan tetapi Vietnam memiliki rata-rata nilai yang lebih tinggi 0,49 dari Indonesia yakni

2,78. Rata-rata nilai RCA Malaysia dan Thailand sama-sama memiliki nilai di bawah 1,0 dimana Malaysia lebih unggul dengan nilai 0,83 dibanding dengan Thailand yang hanya memiliki nilai 0,46.

Tabel 2. Perhitungan Nilai RCA Indonesia dengan Negara Eksportir Teh Terbesar di Asia Tenggara Tahun 2012-2021

Tahun	<i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i>			
	Indonesia	Vietnam	Malaysia	Thailand
2012	1,66	3,77	0,28	0,08
2013	1,97	3,39	0,28	0,15
2014	2,27	2,14	0,26	0,23
2015	2,49	2,47	0,27	0,14
2016	2,30	3,56	0,46	0,24
2017	2,26	2,21	0,49	0,40
2018	2,62	2,57	1,20	0,53
2019	2,40	2,86	1,65	0,74
2020	2,58	2,51	1,56	1,13
2021	2,35	2,35	1,89	0,99
Rata-rata	2,29	2,78	0,83	0,46
Rata-rata nilai RCA keseluruhan = 1,59				

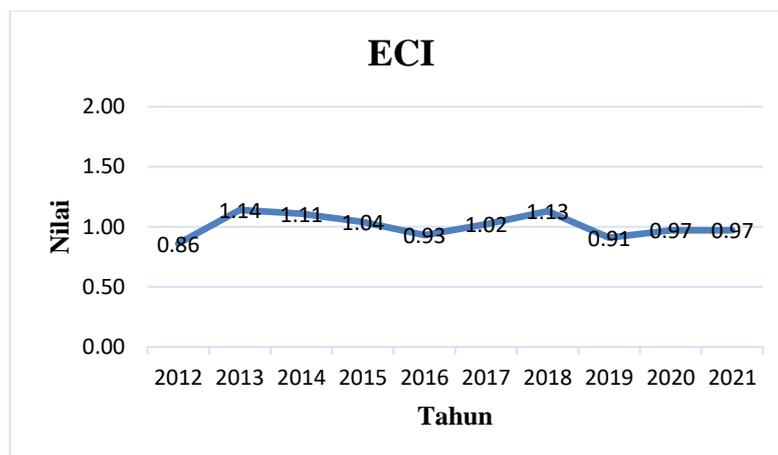
Sumber: Analisis Data Sekunder, 2022

Nilai RCA Vietnam yang tinggi menunjukkan Vietnam memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat untuk ekspor komoditas teh. Hal ini sesuai dengan penelitian Jannati et al. (2020), dimana rata-rata nilai RCA Indonesia memiliki nilai 2,8. Nilai RCA ini mempunyai selisih jauh dari nilai rata-rata RCA Vietnam yakni sebesar 5,9. Salah satu faktor mengapa Vietnam memiliki daya saing komparatif yang lebih besar dibandingkan Indonesia adalah luas lahannya yang cukup luas melebihi luas lahan teh di Indonesia sehingga volume produksinya juga lebih tinggi dari Indonesia.

Vietnam adalah salah satu produsen teh terbesar di dunia, dengan sejarah panjang dalam budidaya dan produksi teh yang berkualitas tinggi. Kualitas teh Vietnam yang unggul, didukung oleh teknik budidaya yang ramah lingkungan dan inovasi dalam proses produksi, menjadikannya salah satu pilihan utama bagi konsumen dan pengusaha di berbagai negara. Pertumbuhan ekonomi dan peningkatan infrastruktur di Vietnam juga berkontribusi pada kemudahan ekspor teh ke pasar internasional, memperkuat posisi Vietnam dalam industri teh global (Meilani et al., 2024).

Analisis *Export Competitiveness Index* (ECI)

Analisis indeks keunggulan kompetitif komoditas teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara pada penelitian ini menggunakan rumus *Export Competitiveness Index* (ECI). Nilai ECI merupakan rasio pertumbuhan komoditas tertentu di suatu negara terhadap rata-rata pertumbuhan komoditas tersebut di pasar global. Sebuah negara dalam bersaing dan mempertahankan posisinya di pasar global, hendaknya memiliki nilai kompetitif yang lebih besar dari satu. Perkembangan nilai ECI komoditas teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara, dilihat pada Grafik 2.



Grafik 2. Perkembangan Nilai ECI Ekspor Teh Indonesia di Asia Tenggara Tahun 2012-2021
Sumber: Analisis Data Sekunder, 2022

Berdasarkan Grafik 2, diketahui secara umum *trend* daya saing teh Indonesia selama 2012 hingga 2021 mengalami *trend* yang fluktuatif di tiap tahunnya. Rata-rata nilai ECI Indonesia selama 10 tahun mencapai 1,01 dengan nilai rata-rata ECI > 1 maka diindikasikan *trend* daya saing komoditas teh Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang kuat atau mengalami *trend* daya saing yang meningkat. Menurut Ariesha et al. (2019), suatu komoditas yang diekspor oleh suatu negara akan dapat bersaing di pasar dunia apabila memiliki indeks kompetitif ECI yang nilainya lebih besar dari satu (> 1) dengan indikasi nilai tersebut menunjukkan kenaikan pangsa pasar dari periode sebelumnya dengan daya saing yang menguat.

Berdasarkan data dari *BPS-Statistics Indonesia* (2023), volume ekspor teh Indonesia mengalami fluktuasi setiap tahunnya, dengan total ekspor 54.187 ton pada tahun 2017, dan 42.654 ton pada tahun 2021. Artinya nilainya juga menurun seiring dengan jumlah yang diekspor. Volume ekspor berbanding lurus dengan nilai, sehingga seiring dengan peningkatan volume, nilai juga meningkat. Nilai ekspor teh Indonesia yang relatif fluktuatif setiap tahunnya dapat mempengaruhi nilai ECI. Nilai ECI teh Indonesia pada periode tahun 2012 hingga 2021 apabila dibandingkan dengan tiga negara teratas eksportir teh di Asia Tenggara yakni Vietnam, Malaysia, dan Thailand, Indonesia memiliki rata-rata nilai ECI paling rendah yakni 1,01. Perbedaan nilai ECI dapat dilihat pada Tabel 3.

Rata-rata nilai ECI tertinggi adalah Thailand dengan nilai 1,38 kemudian Malaysia dengan nilai 1,28 dan Vietnam dengan nilai 1,03. Meskipun rata-rata nilai ECI Indonesia lebih dari 1 ($ECI > 1$) dan masih memiliki *trend* daya saing, akan tetapi Indonesia berada di posisi paling rendah diantara ketiga negara lainnya. Artinya Indonesia harus meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar dapat bersaing dengan negara lainnya.

Produktifitas teh Thailand lebih rendah dibandingkan negara lainnya (Tabel 1), akan tetapi Thailand mempunyai *trend* daya saing paling tinggi. Hal ini dikarenakan Thailand mempunyai kreatifitas yang tinggi dalam menciptakan produk teh yang menarik dan bernilai mutu tinggi baik dari

segi kemasan maupun dari kualitas produknya. Contoh produk teh Thailand yang banyak diminati konsumen adalah minuman thai tea (Fortunisa et al., 2018).

Tabel 3. Perhitungan Nilai ECI Indonesia Dengan Negara Eksportir Teh Terbesar di Asia Tenggara Tahun 2012-2021

Tahun	<i>Export Competitiveness Index (ECI)</i>			
	Indonesia	Vietnam	Malaysia	Thailand
2012	0,86	1,25	1,05	1,67
2013	1,14	0,94	1,01	1,88
2014	1,11	0,64	0,95	1,48
2015	1,04	1,23	1,01	0,65
2016	0,93	1,41	1,68	1,66
2017	1,02	0,67	1,07	1,63
2018	1,13	1,20	2,46	1,37
2019	0,91	1,14	1,35	1,32
2020	0,97	0,83	0,92	1,36
2021	0,97	0,95	1,25	0,83
Rata-rata	1,01	1,03	1,28	1,38

Rata-rata nilai ECI keseluruhan = 1,17

Sumber: Analisis Data Sekunder, 2022

KESIMPULAN

Periode 2012 hingga 2021, komoditas teh Indonesia memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang kuat dalam pasar ekspor Asia Tenggara yaitu Indonesia berada pada posisi kedua setelah Vietnam dan negara pembanding lainnya yakni Malaysia dan Thailand dengan nilai rata-rata RCA sebesar 2,29. Pada periode 2012 hingga 2021, komoditas teh Indonesia memiliki keunggulan kompetitif atau *trend* daya saing yang cenderung meningkat dalam pasar ekspor Asia Tenggara dengan rata-rata nilai ECI sebesar 1,01. Meskipun memiliki nilai rata-rata ECI > 1, Indonesia berada pada posisi terakhir dari negara pembandingnya karena memiliki nilai rata-rata yang paling rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprita, S., & Adhitya, R. (2020). *Hukum Perdagangan Internasional*. PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Tabel/Indikator Perkebunan Indonesia*. <https://www.bps.go.id/subject/54/perkebunan.html>
- BPS-Statistics Indonesia. (2023). *Statistical Yearbook of Indonesia 2022*. BPS-Statistics Indonesia. <https://www.bps.go.id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/statistik-indonesia-2022.html>
- FAOSTAT. (2022). *Domain Data*. <https://www.fao.org/faostat/en/#data>
- Fortunisa, A., Rikin, M. T., Ambarwati, I. T., Taufiq, R. I., & Hasyim, F. (2018). *Analisa Positioning Thai Tea Dengan Studi Kasus Pada Merek Dum Dum, Tuk Tuk Cha Dan*

Think Thai.

- Jannati, F., Marsudi, E., & Fauzi, T. (2020). Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia dan Teh Vietnam di Pasar Dunia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(1), 181–190.
- Lindung, L., & Jamil, A. S. (2018). Posisi Daya Saing Dan Tingkat Konsentrasi Pasar Ekspor Karet Alam Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.119-128>
- Meilani, M. N., Fitriana, D., Ardipa, L., & ... (2024). Analisa Peluang Dan Ancaman Perdagangan Bebas Sektor Perkebunan (Indonesia-Malaysia-Vietnam). *Jurnal Ekonomi Dan ...*, 01(04), 1111–1115.
- Sembiring, B. S., Syaukat, Y., & Hastuti. (2021). Struktur Pasar Dan Daya Saing Karet Alam Indonesia Di Amerika Serikat. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 15(2), 235–256. <https://doi.org/10.30908/bilp.v15i2.623>
- Sidabalok, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Teh Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2), 276–281. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v2i2.67>
- Trevisanato, S. I., & Kim, Y.-I. (2000). Tea and health. *Nutrition Reviews*, 58(2), 1–10. <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2000.tb01818.x>
- Yang, C. S., & Landau, J. M. (2000). Effects of Tea Consumption on Nutrition and Health. *American Society for Nutritional Sciences*, 130(10), 2409–2412. <https://doi.org/10.1093/jn/130.10.2409>