



KINERJA DAYA SAING TEH HIJAU INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Muhammad Ali Yafi^{1*}, Amanda Sekar Adyanti²

¹Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

¹Jl. Raya Dramaga, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat

²Jl. Kalimantan No 37, Kampus Tegalboto, Sumbersari, Jember, Jawa Timur

Corresponding author: yafimuhammadali35@gmail.com

Abstract

Tea commodity is one of the export commodities that can contribute to the Gross Domestic Product (GDP) of Indonesian plantations. Indonesia's tea production fluctuates but tends to decline, resulting in declining tea exports. Indonesia's tea production is dominated by 78% black tea, 20% green tea, and the remaining 2% other types of tea. Although green tea has lower exports than black tea, Indonesia's green tea market share has a better market share. The purpose of the study was to determine the comparative and competitive competitiveness of green tea exports, as well as the position of Indonesia's green tea export competitiveness (HS 090220) in the international market. The data used starts from 2011-2022 with 6 destination countries namely Poland, Germany, Taipei, Pakistan, Malaysia, and China. The analysis used is RCA (Revealed Comparative Advantage), EPD (Export Product Dynamic), and ISP (Trade Specialization Index) analysis. The results of the analysis showed that Poland has the highest RCA value of 29.99 and followed by Germany, Taipei, Pakistan, and China which have strong competitiveness. While Malaysia has a weak competitiveness with an RCA value of 0.34. The results of the EPD analysis obtained that Poland and Taipei is in the Rising Star position which means that Indonesian green tea has a competitive advantage and is experiencing a positive increase in market share, while China and Pakistan are in the Lost Opportunity position. Malaysia is in the Retreat position, which means that Indonesian green tea does not have a competitive advantage, while Germany is in the Falling Star position. ISP results obtained Indonesia as an exporter country and has a strong competitive position in Pakistan. Indonesia as an importer country and has a weak competitive position in China.

Keywords:
*competitiveness;
EPD; green tea;
ISP; RCA*

Abstrak

Komoditas teh merupakan salah satu komoditas ekspor yang mampu menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) perkebunan Indonesia. Produksi teh Indonesia berfluktuatif tetapi cenderung mengalami penurunan sehingga berdampak pada ekspor teh yang semakin menurun. Produksi teh Indonesia didominasi jenis teh hitam sebesar 78%, 20% teh hijau, dan sisanya 2% jenis teh lain. Walaupun teh hijau memiliki ekspor yang lebih rendah dibanding teh hitam, tetapi pangsa pasar teh hijau Indonesia memiliki pangsa pasar yang lebih baik. Tujuan penelitian yaitu mengetahui daya saing komparatif dan kompetitif ekspor teh hijau, serta posisi daya saing ekspor teh hijau Indonesia (HS 090220) di pasar internasional. Data yang digunakan mulai dari tahun 2011–2022 dengan 6 negara tujuan yaitu

Kata kunci:

daya saing;
EPD; ISP;
RCA; the hijau

Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, Malaysia, dan China. Analisis yang digunakan yaitu analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*), EPD (*Export Product Dynamic*), dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan). Hasil analisis diperoleh bahwa negara Polandia memiliki nilai RCA tertinggi sebesar 29,99 dan disusul oleh negara Jerman, Taipei, Pakistan, dan China yang memiliki daya saing kuat. Sedangkan Malaysia memiliki daya saing yang lemah dengan nilai RCA 0,34. Hasil analisis EPD diperoleh bahwa Polandia dan Taipei berada di posisi *Rising Star* yang artinya teh hijau Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dan mengalami peningkatan pangsa pasar yang positif, sedangkan China dan Pakistan berada di posisi *Lost Opportunity*. Negara Malaysia terletak di posisi *Retreat* yang artinya teh hijau Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif, sedangkan Jerman berada di posisi *Falling Star*. Hasil ISP diperoleh Indonesia sebagai negara eksportir dan memiliki posisi daya saing yang kuat di Pakistan. Indonesia sebagai negara importir dan memiliki posisi daya saing yang lemah di China.

Sitasi: Yafi, M.A., dan Adyanti, A.S. (2024). Kinerja Daya Saing Teh Hijau Indonesia di Pasar Internasional. *SEPA (Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis)*, 21 (2), 289–301. doi: <https://dx.doi.org/10.20961/sepa/v2i2.84185>

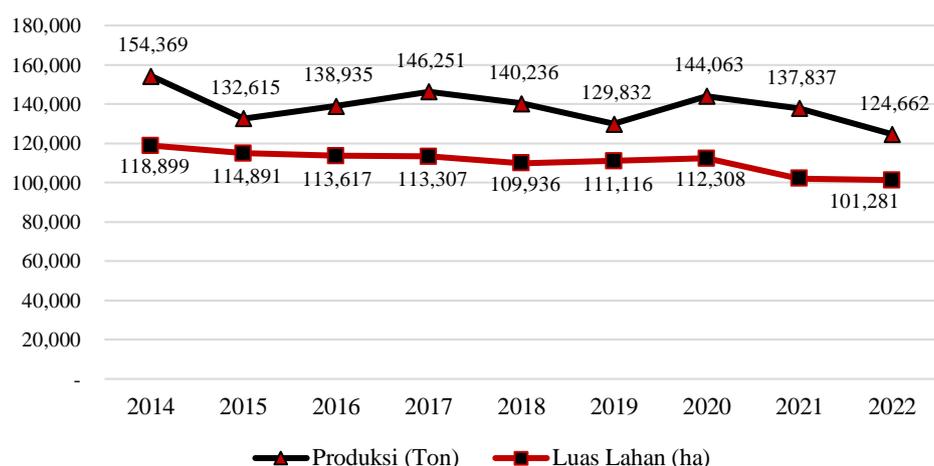
PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan salah satu kegiatan perekonomian yang dapat mendorong pendapatan negara. Perdagangan internasional merupakan aktivitas ekonomi yang meliputi kegiatan impor dan ekspor. Kegiatan perdagangan terjadi karena tidak semua kebutuhan suatu negara dapat dipenuhi di dalam negeri dan setiap negara memiliki spesialisasi produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, terjadinya perdagangan produk yang dilakukan oleh antar negara. Negara yang lebih condong melakukan ekspor dibandingkan impor akan membawa dampak yang positif bagi keadaan perekonomian negara tersebut. Karena semakin kecil impor yang dilakukan mencerminkan negara tersebut cukup mandiri dalam memenuhi kebutuhannya.

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang cukup memiliki kontribusi dalam kegiatan ekspor. Tentu kontribusi ini membawa sektor pertanian sebagai salah satu penyumbang PDB Indonesia. PDB Indonesia menurut lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan pada tahun 2020 sampai tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang positif yaitu dengan nilai laju pertumbuhan pada tahun 2022 sebesar 2,25% (Badan Pusat Statistik, 2023a). Akan tetapi, jika dibandingkan lapangan usaha lainnya masih cukup kecil yaitu hanya sebesar 1,77%, sedangkan lapangan usaha pertambangan sebesar 23,54% dan industri pengolahan sebesar 74,69% (Badan Pusat Statistik, 2023a)

Subsektor perkebunan merupakan penyumbang PDB terbesar sektor pertanian tahun 2018-2021 dengan rata-rata 3,59% dari total PDB Indonesia menurut lapangan usaha pertanian yaitu 13,22% ((Badan Pusat Statistik, 2023a); (Khaliqi, Gurning, Novanda, & Simamora, 2020). Komoditas teh merupakan salah satu komoditas yang berperan dalam menyumbang PDB di subsektor perkebunan. Setelah mengalami kenaikan produksi pada tahun 2020 sebesar 144.063 ton, produksi teh Indonesia terus mengalami penurunan hingga tahun 2022 yaitu sebesar 124.662 ton (Badan Pusat Statistik, 2023b). Berikut merupakan grafik produksi dan luas lahan teh di Indonesia.

Berdasarkan Gambar 1, terlihat trend luas areal teh cenderung mengalami penurunan setiap tahun. Sedangkan pada grafik produksi teh terlihat fluktuasi tetapi juga cenderung mengalami penurunan. Hal ini ditunjukkan oleh rata-rata pertumbuhan tahun 2015-2022 pada luas areal teh sebesar -1,94% dan produksi teh sebesar -2,31%. Penurunan produksi teh disebabkan oleh rendahnya produktivitas karena minimnya pemakaian benih unggul, dan berkurangnya luas areal teh yang disebabkan oleh kegiatan alih fungsi lahan teh menjadi lahan perkebunan kelapa sawit, kopi, hortikultura, dan kebutuhan properti (Tupamahu & Kamisi, 2022)). Faktor lain yang menjadi penyebab menurunnya produksi teh yaitu rendahnya tingkat produktivitas dari perkebunan teh di Indonesia ((Nyantakaningtyas, Daryanto, & Saptono, 2017).



Gambar 1. Perkembangan Produksi dan Luas Areal Teh Indonesia

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023b)

Perkembangan produksi dan luas areal menjadi salah satu faktor penyebab turunnya ekspor teh ke pasar dunia. Hal tersebut karena produksi teh memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perkembangan volume ekspor teh di Indonesia. Berikut data perkembangan volume dan nilai ekspor teh di Indonesia:

Tabel 1. Volume dan Nilai Ekspor Komoditas Teh di Indonesia Tahun 2015-2022

Tahun	Volume Ekspor (Ton)	Pertumbuhan Volume Ekspor (%)	Nilai Ekspor (US\$)	Pertumbuhan Nilai Ekspor (%)
2015	61.915		126.051	
2016	51.319	- 17,114	113.108	- 10,268
2017	54.195	5,604	114.232	0,994
2018	49.038	- 9,516	108.451	- 5,061
2019	42.811	- 12,698	92.347	- 14,849
2020	45.265	5,732	96.323	4,305
2021	42.654	- 5,768	89.158	- 7,439
2022	44.979	5,451	89.990	0,933
Rata-Rata	49.022	- 4,044	103.708	- 4,483

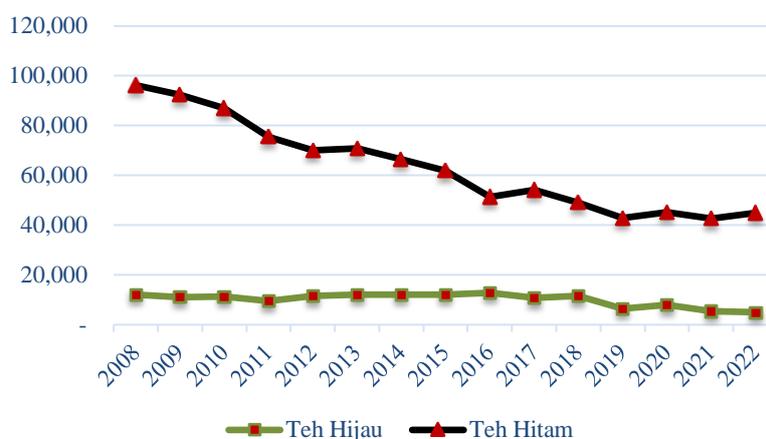
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023b)

Ekspor teh di Indonesia pada Tabel 1 menunjukkan pertumbuhan negatif yang artinya volume ekspor dan nilai ekspor komoditas teh di Indonesia pada tahun 2015-2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2002 volume ekspor teh Indonesia mampu mencapai nilai 100.184 ton, akan tetapi dari tahun ke tahun pertumbuhan ekspor teh mengalami penurunan hingga 44.979 ton pada tahun 2022. Hal ini senada dengan data yang dirilis oleh *International Trade Centre* (2022), Indonesia pernah menduduki peringkat ke-8 pada tahun 2010 dengan nilai ekspor 178 ribu US\$. Akan tetapi, terus mengalami pergerakan yang negatif hingga pada data terakhir tahun 2022 Indonesia berada di posisi ke-14 dengan nilai ekspor 89 ribu US\$ di pasar dunia. Penurunan ekspor pada tahun 2019 sebesar - 12,7% disebabkan adanya perang dagang dan konflik politik antara Amerika Serikat dan Tiongkok yang menyebabkan resesi ekonomi global dan berdampak pada penurunan ekspor Indonesia dan defisit neraca perdagangan (Arbella & Widodo, 2023).

Penurunan ekspor tersebut selain disebabkan oleh produksi dan luas areal teh yang menurun, juga disebabkan karena komoditas teh di Indonesia memiliki daya saing yang lemah di pasar internasional. Indonesia sebagai negara eksportir teh dunia masih menghadapi masalah dan tantangan dalam mengekspor teh ke negara-negara tujuan, seperti Malaysia, Rusia, Pakistan, Amerika Serikat, Jerman, Polandia, dan Australia. Persaingan yang ketat tersebut mengharuskan Indonesia terus

melakukan inovasi untuk memperkuat pangsa pasarnya (Nursodik, Santoso, & Nurfadillah, 2021). Pada beberapa negara seperti Jepang, Indonesia memiliki salah satu produk teh yang cukup kuat di pasar Jepang karena memiliki keunggulan tersendiri. Akan tetapi untuk memasuki pasar Jepang, Indonesia tetap harus bersaing dengan pesaing lain seperti Tiongkok, Sri Lanka, Taiwan, Kenya, dan Vietnam (Indonesia Trade Promotion Center Osaka, 2022).

Terdapat dua jenis teh yang diekspor Indonesia yaitu teh hijau dan teh hitam. Teh hijau merupakan teh yang dalam pengolahannya tidak dilakukan proses pengeraman, sedangkan teh hitam mengalami proses pengeraman. Teh hijau merupakan salah satu produk yang diekspor ke beberapa negara seperti Jerman, Polandia, Arab, Taiwan, India, Amerika, Mesir, Rusia, dan lainnya. Menurut (Anggraini, 2017), sebagian besar teh hijau lebih disukai oleh penduduk di negara-negara Asia dan Timur Tengah, sedangkan teh hitam lebih disukai di negara Amerika dan Eropa. Teh hijau memiliki banyak manfaat terutama bagi kesehatan karena mengandung beberapa senyawa kimia seperti falvanol yang dapat mengurangi risiko diabetes.



Gambar 2. Perkembangan Volume Ekspor Teh Hijau dan Teh Hitam Indonesia
Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2023b)

Gambar 2. menunjukkan volume ekspor teh hijau lebih rendah dibanding teh hitam. Menurut (Rohdiana, 2015), produksi teh di Indonesia didominasi oleh 78% teh hitam dan 20% teh hijau serta sisanya teh jenis lain. Pada gambar tersebut terlihat trend volume ekspor teh hijau cenderung stabil dan lebih baik dibandingkan teh hitam yang memiliki laju pertumbuhan menurun secara tajam. Walaupun ekspor teh hijau lebih rendah dibanding teh hitam, pangsa pasar teh hijau Indonesia mampu mencapai peringkat ke-3 sebagai negara eksportir teh hijau di dunia. Jika dibandingkan pangsa pasar teh hitam yang hanya menduduki peringkat ke-10 di dunia. Beberapa negara seperti Jepang, masyarakatnya mengkonsumsi produk teh hijau sebesar 74,39%, teh hitam sebesar 16,26%, dan sisanya teh jenis lain. Karena manfaat dan khasiat yang dimiliki oleh teh hijau membuat permintaan pasar dunia terhadap teh hijau ini semakin meningkat (Jakarta Futures Exchange, 2018). Selain itu berbagai macam produk turunan dari teh hijau telah banyak dikembangkan dan menjadi trend di kalangan masyarakat, seperti teh hijau bubuk (*matcha*) yang diolah menjadi berbagai macam jenis makanan dan minuman. Hal ini akan membuat semakin banyaknya permintaan teh hijau baik di Indonesia maupun dunia.

Penelitian terdahulu mengatakan bahwa untuk komoditas teh, Indonesia telah mampu bersaing kuat secara komparatif di pasar internasional, walaupun masih kalah dengan negara lainnya seperti China dan India sebagai eksportir tertinggi teh dunia (Muflihah *et al.*, 2023). Penelitian lainnya juga mengatakan bahwa Indonesia memiliki daya saing kuat dalam melakukan ekspor teh ke pasar dunia karena memiliki nilai RCA sebesar 2,32 (Muflihah, Mutolib, & Nuraini, 2023). Pada tahun 2004-2019 Indonesia juga memiliki daya saing komparatif yang sangat kuat sebesar 2,55 dalam mengekspor teh ke pasar internasional (Nursodik *et al.*, 2021).

Penelitian ini akan berfokus pada salah satu jenis teh yaitu teh hijau Indonesia. Dilihat dari latar belakang dimana peluang keunggulan dari teh hijau yang dimiliki Indonesia seharusnya dapat dimanfaatkan untuk lebih meningkatkan volume ekspor teh hijau Indonesia di pasar internasional, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Oleh karena itu pentingnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat daya saing komparatif dan kompetitif, serta mengukur posisi daya saing ekspor teh hijau Indonesia di pasar internasional.

METODE PENELITIAN

Pemilihan wilayah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Indonesia sebagai negara eksportir teh hijau dunia. Data yang digunakan yaitu 12 tahun terakhir 2011-2022 dengan menggunakan 6 negara tujuan yaitu Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, Malaysia, dan China. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data sekunder berupa data volume ekspor teh hijau Indonesia (HS 090220) ke negara tujuan dan volume ekspor teh hijau dunia yang diambil dari beberapa sumber dari *ITC Trade Map*, serta Badan Pusat Statistik Indonesia. Metode analisis data yang akan digunakan yaitu Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) untuk mengetahui tingkat daya saing komparatif teh hijau, Analisis EPD (*Export Product Dynamic*) untuk mengetahui daya saing kompetitif teh hijau, dan Analisis ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) untuk mengetahui posisi daya saing teh hijau Indonesia. Ketiga analisis tersebut akan diolah menggunakan alat bantu software *Microsoft Excel*.

Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) merupakan alat analisis yang akan digunakan untuk mengetahui posisi keunggulan komparatif suatu negara. Analisis RCA diperkenalkan pertama kali oleh (Balassa, 1965) yang digunakan untuk menilai bagaimana keunggulan komparatif suatu komoditas tertentu di suatu daerah atau negara (Nursodik et al., 2021). Selain itu, menurut (Startienė & Remeikienė, 2014), RCA adalah salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja ekspor suatu komoditas dari negara tertentu dengan cara mengevaluasi peranan ekspor pada pasar global. Konsep RCA yaitu melakukan perbandingan rasio antara ekspor suatu komoditas tertentu dengan rasio ekspor dunia atas komoditas tersebut. Secara umum perhitungan RCA dapat dituliskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_t}{W_{ij} / W_t} \quad (1)$$

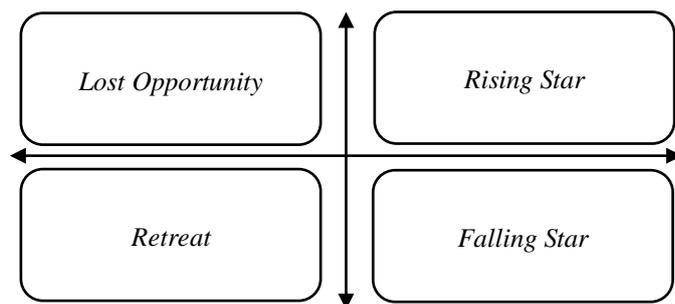
Dimana RCA merupakan tingkat daya saing ekspor teh hijau di negara j, X_{ij} adalah nilai ekspor teh hijau Indonesia ke negara j (US\$), X_t adalah total nilai ekspor Indonesia ke negara j (US\$), W_{ij} adalah nilai ekspor teh hijau dunia ke negara j (US\$), dan W_t adalah total nilai ekspor dunia ke negara j (US\$). Hasil perhitungan nilai RCA dapat diinterpretasikan sebagai jika nilai $RCA > 1$, maka keunggulan komparatif suatu negara berada diatas rata-rata dunia, dan memiliki daya saing komoditas yang kuat. Sebaliknya jika nilai $RCA < 1$, maka keunggulan komparatif suatu negara berada dibawah rata-rata dunia, dan memiliki daya saing komoditas yang lemah.

Analisis *Export Product Dynamic* (EPD) merupakan indikator daya saing yang digunakan untuk menghitung posisi pangsa pasar dan dinamika komoditas di suatu negara. Analisis EPD memiliki empat kategori yang menjelaskan posisi komoditas yang telah dianalisis dalam matriks EPD (Hasibuan, Nurmawati, & Wahyudi, 2012). Analisis EPD dapat digunakan dalam mengetahui posisi keunggulan kompetitif dari komoditas negara tertentu. Untuk mengetahui posisi daya saing komoditas dilihat dari perhitungan tingkat pertumbuhan pangsa pasar ekspor total (X) dan tingkat pertumbuhan pangsa pasar ekspor suatu komoditas (Y). dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

$$\text{Sumbu X: } \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \quad (2)$$

$$\text{Sumbu Y: } \frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right) \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \quad (3)$$

Dimana X_{ij} adalah nilai ekspor teh hijau Indonesia ke negara tujuan (US\$), X_t adalah nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan (US\$), W_{ij} adalah nilai ekspor teh hijau ke negara tujuan (US\$), W_t adalah nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (US\$), t adalah tahun ke- t , $t-1$ adalah tahun sebelumnya, dan T adalah jumlah tahun analisis. Dari hasil perhitungan kemudian dapat ditentukan posisi daya saing yaitu *rising star*, *lost opportunity*, *falling star*, *retreat*. Posisi *rising star* yaitu posisi tertinggi yang merupakan posisi ideal. Posisi *lost opportunity* merupakan posisi yang sedang mengalami penurunan pangsa pasar dan negara tersebut sedang kehilangan kesempatan pangsa pasarnya. Posisi *falling star* merupakan posisi komoditas ekspor tertentu mengalami peningkatan pangsa pasar ekspor. Posisi *retreat* merupakan posisi komoditas ekspor tertentu tidak memiliki keunggulan kompetitif dan terjadi kejenuhan pada permintaan pasar akan komoditas yang diperdagangkan. Keempat posisi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Kuadran Posisi Pasar *Export Product Dynamic*
 Sumber: (Esterhuizen, 2006)

Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan selisih antara nilai ekspor dan impor suatu produk dibandingkan dengan jumlah nilai ekspor dan impor produk tersebut. Analisis ISP pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana posisi daya saing teh hijau Indonesia di negara tujuan ekspor. Hasil analisis akan diperoleh suatu wilayah dikatakan berpotensi sebagai pengekspor komoditas atau sebagai pengimpor komoditas (Yudha & Rasita Malau, 2022). Rumus ISP yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

$$ISP_{ij} = \left(\frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}\right) \quad (4)$$

Dimana ISP_{ij} adalah nilai ISP teh hijau di negara j , X_{ij} adalah nilai ekspor teh hijau Indonesia ke negara j , dan M_{ij} adalah nilai impor teh hijau Indonesia dari negara j . Hasil perhitungan tersebut akan diperoleh nilai ISP antara -1 hingga +1. Jika ISP bernilai positif yaitu antara 0 hingga 1 maka dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki posisi daya saing yang kuat di negara j dan berpotensi untuk menjadi pengekspor teh hijau di negara j . Jika ISP bernilai negatif yaitu antara 0 hingga -1 maka dikatakan sebaliknya bahwa Indonesia memiliki posisi daya saing lemah dan cenderung menjadi negara pengimpor teh hijau di negara j (Yudha & Rasita Malau, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ekspor menjadi salah satu sumber pemasukan negara yang dapat menyeimbangkan neraca perdagangan. Setiap negara berlomba-lomba untuk terus bersaing agar dapat menguasai pasar internasional. Karena semakin besar pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu negara, maka semakin besar peluang negara tersebut untuk dapat menguasai pasar melalui kegiatan ekspor produk yang dihasilkan. Indonesia sebagai salah satu negara eksportir teh hijau memiliki enam negara tujuan ekspor terbesar yaitu Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, Malaysia, dan China. Dari keenam negara importir tersebut, Jerman merupakan importir teh hijau terbesar Indonesia. Berikut data volume ekspor teh hijau ke negara tujuan ekspor Indonesia:

Tabel 2. Volume Ekspor Teh Hijau di Negara Tujuan (Ton)

Tahun	Polandia	Jerman	Taipei	Pakistan	Malaysia	China
2011	45	244	180	465	15	300
2012	200	142	122	64	18	759
2013	31	26	172	177	57	683
2014	21	24	206	40	46	577
2015	439	533	461	316	111	938
2016	35	28	550	20	36	419
2017	156	48	536	11	1	87
2018	826	1155	516	135	7	108
2019	404	963	603	618	17	220
2020	712	1289	639	329	40	24
2021	243	1188	534	151	56	0
2022	773	1231	481	104	67	86
Jumlah	3.885	6.871	5.000	2.430	471	4.201
Growth (%)	290,11	395,31	91,78	346,15	144,56	434,46

Sumber: (International Trade Centre, 2024)

Berdasarkan jumlah volume ekspor teh hijau tahun 2011-2022 Jerman menjadi negara tujuan ekspor tertinggi sebesar 6.871 ton yang selanjutnya diikuti dengan negara Taipei, China, dan Polandia. Sedangkan Malaysia menjadi negara dengan volume ekspor teh hijau terendah yaitu 471 ton. Tinggi rendahnya volume ekspor suatu produk ke negara tujuan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu nilai PDB negara tujuan, nilai tukar mata uang Indonesia terhadap mata uang negara tujuan, populasi negara tujuan yang dapat mempengaruhi permintaan produk yang diekspor, serta harga ekspor produk yang dimana semakin tinggi harga ekspor, maka permintaan ekspor negara tujuan semakin berkurang (Kusuma & Firdaus, 2015). Jika dilihat dari sisi rata-rata pertumbuhan dari tahun 2011-2022, China memiliki pertumbuhan tertinggi yang melakukan impor teh hijau Indonesia yaitu mencapai 434,46% dan diikuti oleh negara Jerman, Pakistan, dan Polandia. Hal tersebut menandakan bahwa permintaan teh hijau dari Indonesia di negara importir mengalami peningkatan setiap tahunnya, karena memiliki nilai pertumbuhan ekspor yang positif (Zuhdi & Rambe, 2021). Sedangkan rata-rata pertumbuhan terendah adalah Taipei yang hanya mencapai 91,78%.

Daya Saing Komparatif Ekspor Teh Hijau Indonesia

Tingkat daya saing suatu komoditas diukur dengan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA). RCA merupakan metode yang berfungsi untuk mengetahui daya saing komoditas atau produk di suatu wilayah. Analisis RCA didasarkan bahwa perdagangan antar wilayah akan menunjukkan bagaimana keunggulan komparatif yang dimiliki oleh wilayah tersebut. Nilai RCA yang menunjukkan > 1 memiliki arti bahwa suatu wilayah berdaya saing kuat dan memiliki keunggulan komparatif. Sedangkan nilai RCA < 1 memiliki arti bahwa suatu wilayah berdaya saing lemah dan tidak memiliki keunggulan komparatif. Berdasarkan perhitungan daya saing produk teh hijau Indonesia menggunakan beberapa variabel yang akan diukur yaitu nilai ekspor teh hijau Indonesia, nilai total ekspor Indonesia, nilai ekspor teh hijau dunia, dan nilai total dunia. Sehingga dari variabel-variabel tersebut diperoleh hasil perhitungan RCA di beberapa negara tujuan ekspor teh hijau Indonesia.

Berdasarkan Tabel 2 walaupun Polandia menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah volume ekspor teh hijau Indonesia, namun Polandia memiliki nilai RCA tertinggi di antara keenam negara tujuan ekspor tersebut. Hal tersebut dapat dilihat pada penjelasan hasil analisis RCA pada Tabel 3 yang mencerminkan keunggulan komparatif teh hijau Indonesia. Keunggulan komparatif komoditas teh hijau Indonesia di 6 negara tujuan ekspor Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, Malaysia, dan China diperoleh dengan menggunakan pendekatan analisis RCA. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa keunggulan komparatif di setiap negara tujuan ekspor memiliki nilai yang berbeda dan berfluktuasi pada tahun 2011-2022. Berikut hasil analisis RCA ekspor teh hijau Indonesia di 6 negara tujuan ekspor:

Tabel 3. Tingkat Daya Saing Ekspor Teh Hijau Indonesia di Pasar Internasional Tahun 2011-2022 (Berdasarkan Hasil Analisis RCA)

Tahun	Polandia	Jerman	Taipei	Pakistan	Malaysia	China
2011	3,30	2,15	0,45	3,77	0,51	11,09
2012	23,90	2,88	0,24	0,55	0,47	13,73
2013	4,27	0,66	0,37	1,97	0,89	8,92
2014	2,82	0,58	0,47	0,24	0,21	11,48
2015	54,74	5,36	3,01	1,69	0,82	45,83
2016	5,32	0,54	4,06	0,11	0,48	11,57
2017	9,88	0,69	3,09	0,03	0,03	1,15
2018	80,11	13,62	2,87	0,52	0,02	0,96
2019	41,16	13,34	3,38	2,36	0,05	1,69
2020	74,24	26,27	3,57	0,89	0,13	0,06
2021	23,08	14,86	2,13	0,34	0,20	0,04
2022	37,05	13,69	1,82	0,27	0,24	0,54
Rata-Rata	29,99	7,89	2,12	1,06	0,34	8,92

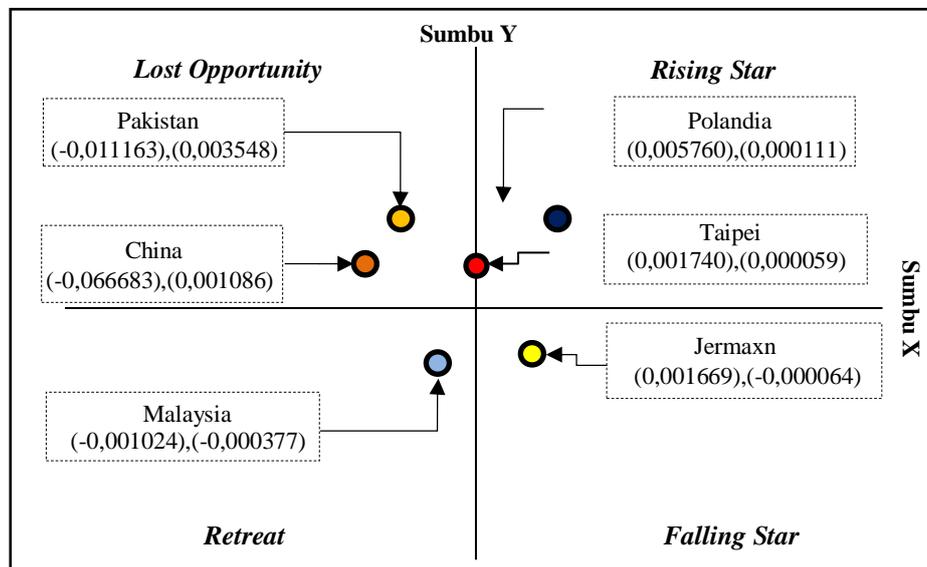
Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3, lima dari enam negara tujuan ekspor teh Indonesia yaitu Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, dan China memiliki nilai rata-rata RCA lebih dari 1 yang artinya Indonesia memiliki daya saing kuat dalam mengekspor teh hijau di negara tujuan ekspor. Akan tetapi, ekspor teh Indonesia di negara Pakistan dan China pada tahun 2020-2022 terjadi kecenderungan tidak memiliki daya saing yang kuat, walaupun memiliki rata-rata RCA lebih dari 1 pada tahun 2011-2022. Polandia menjadi negara tujuan ekspor teh Indonesia dengan nilai RCA tertinggi. Akan tetapi Malaysia menjadi negara tujuan ekspor teh hijau dengan nilai RCA terendah. Malaysia memiliki nilai RCA dibawah 1 sehingga dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lemah dalam mengekspor teh hijau di negara Malaysia. Berdasarkan data (International Trade Centre, 2024), Indonesia masih kalah bersaing dengan negara lain dalam mengekspor teh hijau ke Malaysia. Negara yang mengekspor teh hijau tertinggi ke pasar Malaysia yaitu China, sedangkan Indonesia berada di urutan ke-5 sebagai negara eksportir teh hijau ke Malaysia. Daya saing yang lemah dapat disebabkan oleh penurunan ekspor, dimana menurut (Zuhdi, Rambe, & Rahmadona, 2022), pada tahun 2020 ekspor teh Indonesia ke pasar Malaysia mengalami penurunan sebesar 16,38%. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat daya saing teh Indonesia berdaya saing lemah di pasar Malaysia.

Berdasarkan hasil analisis dari Tabel 3, Indonesia memiliki kemampuan dalam memproduksi teh hijau dengan biaya peluang yang lebih rendah dibanding dengan negara kompetitor. Menurut (Khaliqi et al., 2020), komoditas teh hijau Indonesia masih mampu bersaing dengan negara eksportir lainnya walaupun memiliki nilai RCA yang fluktuatif. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Simalango, Fadil, & Imaningsih, 2023), RCA teh Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang cukup kuat dalam mengekspor teh di pasar internasional. Namun Indonesia masih tetapi harus meningkatkan kembali keunggulan komparatif teh hijau karena masih adanya negara pesaing eksportir teh hijau seperti China, Vietnam, Jepang, dan India yang berlomba-lomba untuk menguasai pangsa pasar teh hijau di pasar internasional. Banyaknya pesaing teh Indonesia dengan kualitas dan harga yang lebih baik akan berdampak pada beralihnya negara importir untuk melakukan impor teh ke negara lain (Putri, Priana, & Wahed, 2021).

Daya Saing Kompetitif Teh Hijau Indonesia

Keunggulan kompetitif teh hijau Indonesia di pasar internasional menggunakan analisis *Export Dynamic Product* (EPD) dengan melihat matriks daya tarik pasar dan kekuatan pasar. Analisis EPD dapat menghasilkan posisi pasar teh hijau di negara tujuan ekspor Indonesia. Berikut hasil analisis EPD teh hijau Indonesia:



Gambar 4. Hasil Analisis EPD Teh Hijau Indonesia 2011-2022

Hasil analisis EPD produk teh hijau Indonesia pada tahun 2011-2022 di beberapa negara tujuan. Produk teh hijau Indonesia di Negara tujuan Polandia berada di posisi *Rising Star*. Posisi *Rising Star* merupakan posisi yang paling ideal atau tertinggi. Posisi ini mencerminkan bahwa permintaan teh hijau Indonesia di negara tersebut mengalami trend peningkatan serta pangsa pasar mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa teh hijau Indonesia memiliki keunggulan kompetitif. Sesuai dengan hasil nilai RCA pada ekspor teh hijau ke Polandia memiliki nilai rata-rata RCA tertinggi diantara negara lainnya hingga mencapai 29,99. Selain negara Polandia, Taipei sebagai importir teh hijau Indonesia juga berada di posisi *Rising Star*. Walaupun nilai rata-rata RCA ekspor teh hijau ke Taipei masih jauh lebih rendah dibanding Polandia yaitu 2,12, akan tetapi dengan posisi ini menjadikan Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan volume ekspornya ke negara Taipei. Indonesia perlu mempertahankan posisi *Rising Star* dengan terus melakukan peningkatan ekspor teh hijau ke negara tujuan terutama yang memiliki daya saing kuat. Posisi ekspor teh hijau Indonesia di Negara China dan Pakistan berada pada posisi *Lost Opportunity*.

Posisi ini memiliki makna bahwa adanya penurunan pangsa pasar teh hijau Indonesia, yang mengakibatkan hilangnya kesempatan Indonesia dalam menjangkau pasar. Akan tetapi, produk teh hijau Indonesia di negara tujuan pada posisi ini masih dapat dikatakan kompetitif. Berdasarkan data Trade Map, pangsa pasar ekspor teh hijau ke China masih dimenangkan oleh negara Myanmar dan Vietnam. Pada pangsa pasar ekspor teh hijau ke Pakistan juga dimenangkan oleh negara Vietnam. Hal ini lah yang menjadi penyebab Indonesia kehilangan kesempatan untuk memenangkan pasar di China dan Pakistan. Posisi *Lost Opportunity* mengharuskan Indonesia mampu memperluas serta meningkatkan pangsa pasar ekspor produk teh hijau ke Negara China dan Pakistan.

Selanjutnya, Posisi ekspor teh hijau Indonesia di Negara Malaysia terletak pada posisi *Retreat*. Posisi *Retreat* mendeskripsikan bahwa telah terjadi penurunan pangsa pasar ekspor teh hijau Indonesia ke Malaysia. Hal ini juga menjelaskan bahwa teh hijau Indonesia tidak lagi memiliki kekuatan keunggulan kompetitif karena teh hijau Indonesia tidak mampu bersaing dengan eksportir dari negara lain. Persaingan ini mengakibatkan hilangnya minat teh hijau Indonesia di Malaysia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nayantakaningtyas et al., 2017), posisi pasar teh hijau Indonesia di pasar internasional berada di posisi *Retreat* yang artinya kinerja ekspor teh hijau

Indonesia stagnan dan bahkan mengalami penurunan, sehingga menyebabkan berkurangan permintaan pasar internasional terhadap teh hijau Indonesia. Sedangkan menurut (Gunawan & Ryandinni, 2023), Malaysia termasuk salah satu negara yang belum memiliki potensi dalam memenuhi kebutuhan teh hijau dari Indonesia. Hal tersebut karena Malaysia memiliki neraca perdagangan yang positif atau total ekspor teh hijau Malaysia lebih tinggi dibanding kebutuhan impornya. Strategi Indonesia yang harus dilakukan dalam mengatasi posisi *Retreat* yaitu dengan melakukan inovasi sehingga produk teh hijau yang akan diekspor memiliki daya saing di pasar Malaysia.

Terakhir yaitu posisi ekspor teh hijau Indonesia di Negara Jerman yang berada di posisi *Falling Star*. Posisi *Falling Star* menggambarkan bahwa pangsa pasar produk teh hijau Indonesia mengalami perkembangan yang negatif. Akan tetapi, pangsa pasar ekspor teh hijau Indonesia mengalami perkembangan yang positif. Posisi *Falling Star* merupakan posisi yang tidak diinginkan oleh Indonesia sebagai pelaku ekspor teh hijau karena tentu Indonesia bersaing dengan pengeksport dari negara lain. Strategi yang perlu dilakukan Indonesia dalam mengatasi posisi *Falling Star* yaitu melakukan riset pasar untuk mengetahui permintaan dan selera terutama di pasar Jerman. Selain itu, Indonesia perlu melakukan peningkatan mutu dan kualitas produk teh hijau, meningkatkan promosi dan kerjasama yang baik dengan negara tujuan ekspor.

Posisi Daya Saing Teh Hijau Indonesia

Suatu wilayah dikatakan sebagai negara pengeksport atau pengimpor dilihat dari posisi daya saing komoditas di negara tujuannya. Salah satu faktor penentu daya saing suatu komoditas yaitu permintaan dan penawaran di pasar domestik maupun pasar dunia. Jika suatu wilayah melakukan ekspor artinya penawaran pasar domestik lebih tinggi, sedangkan jika melakukan impor artinya permintaan pasar domestik lebih tinggi. Posisi daya saing teh hijau Indonesia di negara tujuan ekspor ditentukan melalui perhitungan ISP. Hasil perhitungan ISP diperoleh sebagian besar Indonesia dapat dikatakan sebagai negara pengeksport teh hijau di negara tujuan ekspor. Berikut hasil analisis ISP teh hijau Indonesia:

Tabel 4. Hasil Analisis ISP Teh Hijau Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor 2011-2022

Tahun	Polandia	Jerman	Taipei	Pakistan	Malaysia	China
2011	1,000	0,993	0,530	1,000	0,936	-0,214
2012	1,000	1,000	-0,111	1,000	0,763	0,255
2013	1,000	1,000	-0,183	1,000	0,989	-0,016
2014	1,000	0,368	-0,091	1,000	1,000	-0,010
2015	1,000	1,000	0,717	1,000	1,000	0,529
2016	1,000	1,000	0,609	1,000	1,000	0,047
2017	1,000	0,896	0,519	1,000	0,765	-0,348
2018	0,900	0,993	0,304	1,000	0,778	-0,542
2019	0,802	1,000	0,065	1,000	0,938	-0,566
2020	0,928	0,999	0,367	1,000	0,800	-0,956
2021	0,763	0,989	0,265	1,000	0,982	-0,988
2022	0,879	1,000	0,069	1,000	0,952	-0,897
Rata-Rata	0,939	0,936	0,255	1,000	0,908	-0,309

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4, sebanyak lima negara tujuan ekspor memiliki nilai rata-rata ISP yang positif atau berkisar antara 0 hingga 1. Kelima negara tersebut adalah Polandia, Jerman, Taipei, Pakistan, dan Malaysia. Artinya bahwa posisi daya saing teh hijau Indonesia di negara tujuan tersebut kuat dan Indonesia dapat dikatakan sebagai negara pengeksport teh hijau. Pakistan merupakan negara dengan nilai rata-rata ISP tertinggi yaitu 1,000 yang berarti Indonesia merupakan negara pengeksport teh hijau ke Pakistan. Hal ini ditunjukkan bahwa Indonesia dalam kurun waktu 2011 hingga 2022 selalu melakukan ekspor teh hijau dan tidak pernah melakukan impor dari Pakistan. Berdasarkan data Trade Map, Pakistan melakukan impor di beberapa negara seperti Vietnam, China, Indonesia, dan Bangladesh. Pakistan merupakan salah satu negara importir teh di kawasan Asia Selatan, karena konsumsi yang tinggi mencapai 1,72 juta ton pada tahun 2017 dan menjadikan Pakistan sebagai negara konsumen teh dunia ketujuh (Nugroho, 2021). Selain itu yang

menjadi alasan Indonesia memiliki posisi daya saing teh hijau yang kuat di Pakistan karena kedua negara menjalin kerjasama perdagangan yaitu *Preferential Trade Agreement* (PTA). PTA adalah perjanjian perdagangan antara Indonesia dan Pakistan dalam mengurangi tarif dari 16% menjadi 11% pada beberapa produk seperti kelapa sawit, olahan gula, kakao, dan teh.

Pada negara Polandia dan Jerman memiliki nilai ISP yang hampir mendekati 1,000 artinya Indonesia menjadi negara pengekspor teh hijau ke Polandia dan Jerman. Akan tetapi pada tahun terakhir 2018-2022 Indonesia mulai mengimpor teh hijau dari Polandia walaupun tidak signifikan. Pada negara Taipei walaupun di tahun 2012 hingga 2014 memiliki nilai negatif, tetapi di tahun selanjutnya hingga 2022 bernilai positif yang berarti Indonesia telah mampu meningkatkan posisi daya saing teh hijau di negara Taipei. Berbeda dengan negara China yang merupakan negara dengan nilai ISP terendah yaitu sebesar -0,309. Nilai tersebut berada diantara 0 hingga -1 yang artinya posisi daya saing teh hijau Indonesia di negara China lemah dan Indonesia dikatakan sebagai negara pengimpor teh hijau dari China. Kegiatan impor teh hijau yang dilakukan Indonesia lebih besar daripada kegiatan ekspornya ke China. Hal ini sesuai dengan data *Trade map* bahwa nilai impor teh hijau Indonesia dari China sebesar 1.109 US\$ sedangkan nilai ekspornya hanya 307 US\$ pada tahun 2019. China menjadi negara kedua setelah Vietnam yang melakukan ekspor teh hijau ke Indonesia.

Walaupun ekspor teh Indonesia memiliki daya saing komparatif kuat di negara China, akan tetapi belum tentu juga akan memiliki daya saing komparatif yang kuat. Karena pada dasarnya suatu negara yang memiliki keunggulan komparatif dalam mengekspor produknya ke negara lain mengindikasikan bahwa negara tersebut dapat memproduksi dengan biaya peluang yang lebih rendah dibanding negara lain. Sedangkan suatu negara dikatakan berdaya saing kompetitif apabila negara tersebut terspesialisasi dalam memproduksi produknya dan sebagian besar dilakukan ekspor ke negara lain. Kebutuhan konsumsi teh di China yang tinggi membuat China masih melakukan impor teh hijau dari beberapa negara termasuk Indonesia, akan tetapi China masih menjadi negara eksportir tertinggi teh hijau dunia. Begitu juga dengan ekspor teh Indonesia ke negara Malaysia yang tidak memiliki keunggulan komparatif akan tetapi memiliki keunggulan kompetitif yang ditunjukkan nilai ISP mendekati 1. Malaysia merupakan negara pengimpor teh tertinggi di ASEAN, sehingga menjadikan peluang Indonesia untuk menjadi negara pengekspor teh ke Malaysia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa teh hijau Indonesia memiliki keunggulan komparatif di beberapa negara tujuan ekspor yang memiliki nilai RCA > 1. Polandia memiliki keunggulan komparatif dengan nilai RCA tertinggi sebesar 29,99 dan disusul oleh negara Jerman (7,89), Taipei (2,12), Pakistan (1,06), dan China (8,92). Namun di negara Pakistan dan China pada tahun 2020-2022 ekspor teh Indonesia cenderung tidak memiliki daya saing yang kuat. Sedangkan negara Malaysia memiliki nilai RCA 0,34 yang artinya Indonesia memiliki daya saing komparatif yang lemah dalam mengekspor teh hijau ke Malaysia. Hasil analisis EPD diperoleh bahwa Polandia dan Taipei berada di posisi *Rising Star* yang artinya memiliki keunggulan kompetitif dan pangsa pasar yang meningkat, sedangkan China dan Pakistan berada di posisi *Lost Opportunity*. Selanjutnya negara Malaysia menduduki posisi *Retreat* artinya tidak memiliki keunggulan kompetitif dan tidak mampu bersaing, sedangkan Jerman berada di posisi *Falling Star*. Hasil analisis ISP diperoleh Pakistan memiliki nilai ISP tertinggi sebesar 1,00 artinya Indonesia dikatakan sebagai negara eksportir teh hijau ke Pakistan dan memiliki posisi daya saing yang kuat. Sedangkan China dengan ISP terendah sebesar -0,309 yang artinya Indonesia sebagai negara importir teh hijau dan memiliki posisi daya saing yang lemah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada bapak ibu dosen IPB University dan Universitas Jember yang telah memberikan ilmunya sehingga saya dapat menerapkan langsung dalam bentuk jurnal ini. Apabila terdapat kesalahan penulisan dan hal lainnya. Hal tersebut murni kesalahan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, T. (2017). *Proses dan Manfaat Teh*. CV. Rumahkayu Pustaka Utama.
- Arbella, S. D., & Widodo, P. (2023). Indonesia 's tea competitiveness with Russia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(3), 558–556.
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2018-2022*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Statistik Teh Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Esterhuizen. (2006). *Measuring And Analysing Competitiveness In The Agribusiness Sector: Methodological And Analytical Framework*.
- Gunawan, M., & Ryandinni, N. (2023). *Analysis of the Export Potential of Indonesian Processed Green Tea Products Through Export Market Mapping by Empowering International Trade Digital Data*. Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-110-4_120
- Hasibuan, A. M., Nurmalina, R., & Wahyudi, A. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin RISTRI*, 3(1), 57–70. <https://doi.org/10.21082/jtidp.v3n1.2012.p57-70>
- Indonesia Trade Promotion Center Osaka. (2022). Laporan Analisis Intelijen Bisnis. *Indoensian Trade Promotion Center*, 1–43.
- International Trade Centre. (2024). *Trade Statistics for International Business Development*. <https://www.trademap.org/>
- Jakarta Futures Exchange. (2018). *Kontrak Perdagangan Fisik di BBJ Dongkrak Harga Teh Nasional*. Artikel JFX. <https://www.jfx.co.id/media?hal=artikel-detail&id=108>
- Khaliqi, M., Gurning, H. R. H., Novanda, R. R., & Simamora, O. N. (2020). Competitiveness Indonesia tea in international market. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 454(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/454/1/012039>
- Kusuma, R. L., & Firdaus, M. (2015). Daya Saing dan Faktor yang Memengaruhi Volume Ekspor Sayuran Indonesia Terhadap Negara Tujuan Utama. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(3), 226–236. <https://doi.org/10.17358/jma.12.3.226>
- Muflihah, U., Mutolib, A., & Nuraini, C. (2023). Analysis of Indonesian Tea Export Competitiveness on the International Market. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(10), 4209–4216. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i10.6354>
- Nyantakaningtyas, J. S., Daryanto, A., & Saptono, I. T. (2017). Competitiveness of Indonesian Tea in International Market. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(1), 14–23. <https://doi.org/10.17358/ijbe.3.1.14>

Yafi, M.A., and Adyanti, A.S: Kinerja Daya Saing Teh Hijau Indonesia....

- Nugroho, A. P. (2021). Efektivitas Kerjasama Indonesia-Pakistan Dalam Kerangka Indonesia-Pakistan Preferential Trade Agreement (Ip-Pta) Terhadap Ekspor Teh Indonesia Ke Pakistan (2013-2017). *Moestopo Journal International Relations*, 1(2), 94–106.
- Nursodik, H., Santoso, S., & Nurfadillah, S. (2021). Competitiveness and Determining Factors of Indonesian Tea Export Volume in the World Market. *Habitat*, 32(3), 163–172. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2021.032.3.18>
- Putri, I. R., Priana, W., & Wahed, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia Ke Malaysia. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(6), 1066–1082. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i6.242>
- Rohdiana, D. (2015). Teh : Proses, Karakteristik & Komponen Fungsionalnya. *Foodreview Indonesia*, 10(December), 34–37.
- Simalango, M., Fadil, C., & Imaningsih, N. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Global Tahun 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 458–464.
- Startienė, G., & Remeikienė, R. (2014). Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 428–438. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.887>
- Tupamahu, Y. M., & Kamisi, H. La. (2022). Kinerja Ekspor Teh Indonesia. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 15(1), 249–254.
- Yudha, E. P., & Rasita Malau, H. E. (2022). Analisis daya saing ekspor jeruk Indonesia, Singapura dan Thailand ke pasar Malaysia pada periode 2013-2018. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.13752>
- Zuhdi, F., & Rambe, K. R. (2021). Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia Di Pasar Global. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 165. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i2.43784>
- Zuhdi, F., Rambe, K. R., & Rahmadona, L. (2022). Analysis of Competitiveness and Forecasting of Indonesian Tea Exports to Main Destination Countries. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 37(2), 240. <https://doi.org/10.24856/mem.v37i2.2888>