



UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN

FAKULTAS PERTANIAN

Jalan Sutomo No. 4 A Telepon (061) 4522922 ; 4522831 ; 4565635 P.O.Box 1133 Fax. 4571426 Medan 20234 - Indonesia

Panitia Ujian Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1) Fakultas Pertanian
dengan ini menyatakan:

Nama : MELVAN YANTI HAREFA

NPM : 19720082

Program Studi : AGRIBISNIS

Telah mengikuti Ujian Lisan Komprehensif Sarjana Pertanian Program
Strata Satu (S-1) pada hari Kamis, 18 April 2024 dan dinyatakan **LULUS**.

Panitia Ujian

Penguji I

Albina Br Ginting, SP, MSi

Ketua Sidang

Albina Br Ginting, SP, MSi

Penguji II

Ir. Maria Sihotang, MS

Pembela

Prof Dr. Ir. Jongkers Tampubolon, M.Sc

 **Dekan**


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara simbol di dalam globalisasi, perdagangan internasional selalu menjadi perhatian publik. Yang dimana secara spesifik, perkembangan ekspor menarik banyak perhatian media (Nzz dalam Kohler, 2015). Perdagangan internasional adalah pertukaran barang atau jasa antar negara berdasarkan sukarela. Perdagangan internasional terjadi karena dua alasan, yang pertama adalah negara berbeda satu sama lain dan yang kedua adalah negara ingin mencapai skala ekonomi dalam proses produksinya (Krugman dalam Nursodik *et al.*, 2021).

Perdagangan memegang peran penting dalam perekonomian. Di dalam perekonomian, perdagangan dapat berlangsung dalam bentuk barter, pertukaran barang dan jasa secara individu. Ada tiga faktor yang dapat mendorong berlangsungnya perdagangan internasional, yang pertama adalah ketersediaan produk, yang kedua perbedaan harga, dan ketiga diferensiasi produk (Tampubolon, 2019). Teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa perdagangan internasional dapat terjadi meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut atas suatu komoditas. Suatu negara dapat merasakan manfaat perdagangan internasional dapat diperoleh dengan cara mengekspor komoditas yang memiliki keunggulan relatif terkecil (Pugel dalam Nursodik *et al.*, 2021).

Tan dalam Nopriyandi (2017) mengatakan bahwa ekspor merupakan suatu aktivitas menjual produk dari suatu negara ke negara lain. Jadi pada dasarnya tujuan ekspor untuk mendapatkan atau memperoleh devisa yang berupa mata uang asing yang digunakan dalam meningkatkan PDB (Produk Domestik Bruto) dan pertumbuhan ekonomi. Teh dan kopi merupakan salah satu minuman yang banyak dikonsumsi di seluruh dunia. Pada saat ini, teh

ditanam hampir di semua bagian dunia, yang dimana beberapa produsen utamanya adalah China, India, Kenya, Sri-Lanka, Vietnam (Parte *et al.*, 2022).

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, yang dimana sebagian besar penduduknya hidup di sektor pertanian, meskipun demikian kekayaan sumber daya alam di Indonesia belum dimanfaatkan dengan baik khususnya sumber daya yang berkaitan dengan hasil perkebunan. Oleh sebab itu pengembangan sumber daya dari hasil perkebunan menjadi hal penting yang dapat dilakukan pemerintah untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi (Yuda & Idris, 2022).

Indonesia telah mengekspor berbagai komoditi subsektor perkebunan utamanya, yang dimana diantaranya adalah teh dan kopi. Menurut Radius dalam Basorudin *et al.* (2019) teh merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa setelah minyak dan gas. Meskipun demikian, teh masih menjadi komoditas unggulan kedua. Selama ini komoditas perkebunan Indonesia yang sudah dianggap sebagai unggulan yaitu kopi, kakao, kelapa sawit, dan karet, dapat menghasilkan nilai ekspor yang tinggi dibandingkan dengan produk perkebunan lain sehingga terlihat lebih menonjol.

Teh sebagai tanaman perkebunan merupakan salah satu komoditas yang menarik bagi banyak negara, karena teh dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan dapat menghasilkan devisa bagi pembangunan nasional (Sidabalok, 2017). Tanaman teh yang tumbuh di Indonesia sebagian besar adalah teh dari varietas Assamica yang berasal dari Assam, salah satu negara bagian di India. Daerah-daerah utama penghasil teh terbesar di Indonesia adalah provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah dan Sumatera Utara.

Sebagian besar perkebunan teh di Indonesia merupakan perkebunan milik negara yang dinaungi oleh perusahaan-perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Janati *et al.* (2020)

menambahkan adapun beberapa perusahaan-perusahaan BUMN tersebut adalah PTPN III yang berlokasi di Sumatera Utara, PTPN IV di Sumatera Barat, PTPN VIII di Jawa Barat dan PTPN IX di Jawa Tengah.

Indonesia mempunyai banyak faktor yang dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas diantaranya adalah memiliki sumberdaya lahan yang cocok dengan syarat tumbuh teh dan memiliki luas lahan perkebunan teh yang sangat luas serta tenaga kerja perkebunan yang melimpah (Ariandi *et al.*, 2019). Berikut tabel produksi dan luas area teh periode tahun 2017-2021.

Tabel 1. Produksi dan Luas Area Teh Indonesia Tahun 2017-2021

Tahun	Produksi (Ton)	Luas Area (Hektar)
2017	146.251	113.307
2018	140.236	109.935
2019	129.832	111.116
2020	128.016	112.692
2021	129.529	112.053

Sumber : Kementerian Pertanian (2021)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa produksi teh di Indonesia mengalami penurunan. Luas lahan yang digunakan untuk area perkebunan teh juga berkurang. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor seperti alih fungsi lahan hingga dikenakannya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) produk primer untuk teh yang menyebabkan para petani teh kurang termotivasi dan mengakibatkan menurunnya daya saing teh di pasar internasional.

Lebih lanjut, menurut Zakariyah dalam Zuhdi *et al.* (2022) menurunnya daya saing Indonesia dan hilangnya pangsa di pasar internasional bisa jadi karena semakin ketatnya

persaingan perdagangan teh Indonesia hanya berperan sebagai *market follower* dengan pangsa 2-3%, sehingga pangsa pasar Indonesia rentan direbut oleh negara lain yang memiliki produk teh berkualitas lebih tinggi.

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang diharapkan mampu meningkatkan nilai ekspor (Desnky *et al.*, 2018). Di dunia, kopi merupakan komoditi terbesar kedua yang diperdagangkan dengan prospek pasar yang cukup menjanjikan. Selain dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang dikenal pecinta kopi baik kopi robusta maupun arabika, Indonesia juga mengekspor kopi ke negara lain yang membutuhkan pasokan kopi di negara tersebut. Indonesia menduduki posisi keempat sebagai produsen kopi dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dan berada di posisi ketujuh sebagai eksportir kopi dunia. Negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia tersebar ke berbagai benua. Beberapa diantaranya yaitu: Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, Mesir, Aljazair serta beberapa negara Uni Eropa seperti Jerman, Italia, Rumania (Nurfadila *et al.*, 2021).

Menurut Parnadi dan Loisa (2018) meskipun Indonesia termasuk dalam negara produsen komoditas kopi terbesar di dunia, tetapi kenyataannya laju pertumbuhan nilai dan volume impornya lebih besar dibandingkan dengan eksportnya. Tingginya impor ini karena potensi pertumbuhan produksi kopi tidak diikuti dengan kapasitas perbaikan produksi dan regulasi yang mampu mendorong eksportnya. Perkembangan perdagangan kopi dunia saat ini juga terus mengalami pertumbuhan. Hal ini dapat dilihat pada nilai volume ekspor kopi di setiap negara eksportir kopi dunia yang dimana setiap tahunnya terus meningkat. Permasalahan lain yang muncul saat ini adalah pasar kopi olahan lebih banyak dikuasai oleh Brasil, Kolombia, Vietnam, dan negara lainnya sehingga praktis Indonesia untuk kopi olahan volume

ekspornya masih sangat kecil dan hanya dapat mengandalkan dari pasar dalam negerinya. Berikut tabel produksi kopi periode tahun 2017-2022 :

Tabel 2. Produksi Kopi Indonesia Tahun 2017-2022

Tahun	Produksi (ton)
2017	716,1
2018	756
2019	752,5
2020	762,4
2021	786,2
2022	794,8

Sumber : Data diolah dari Badan Pusat Statistik (2022)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa selama beberapa tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yakni pada tahun 2022, sebanyak 794,8 ribu ton. Sementara itu, produksi kopi terendah yakni pada tahun 2017 sebanyak 716,10 ribu ton.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa penurunan ekspor teh dan kopi di Indonesia disebabkan oleh beberapa permasalahan. Agar mampu meningkatkan kontribusi teh dan kopi Indonesia di pasar internasional, maka perlu adanya penelitian daya saing, sehingga komoditi teh dan kopi dapat memasuki pasar dunia dan dapat bertahan di pasar tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan volume ekspor teh dan kopi Indonesia tahun 2012-2022?
2. Bagaimana daya saing ekspor teh dan kopi Indonesia di pasar dunia tahun 2012-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

:

1. Untuk mengetahui perkembangan volume ekspor teh dan kopi Indonesia tahun 2012-2022.
2. Untuk mengetahui daya saing ekspor teh dan kopi Indonesia di pasar dunia tahun 2012-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

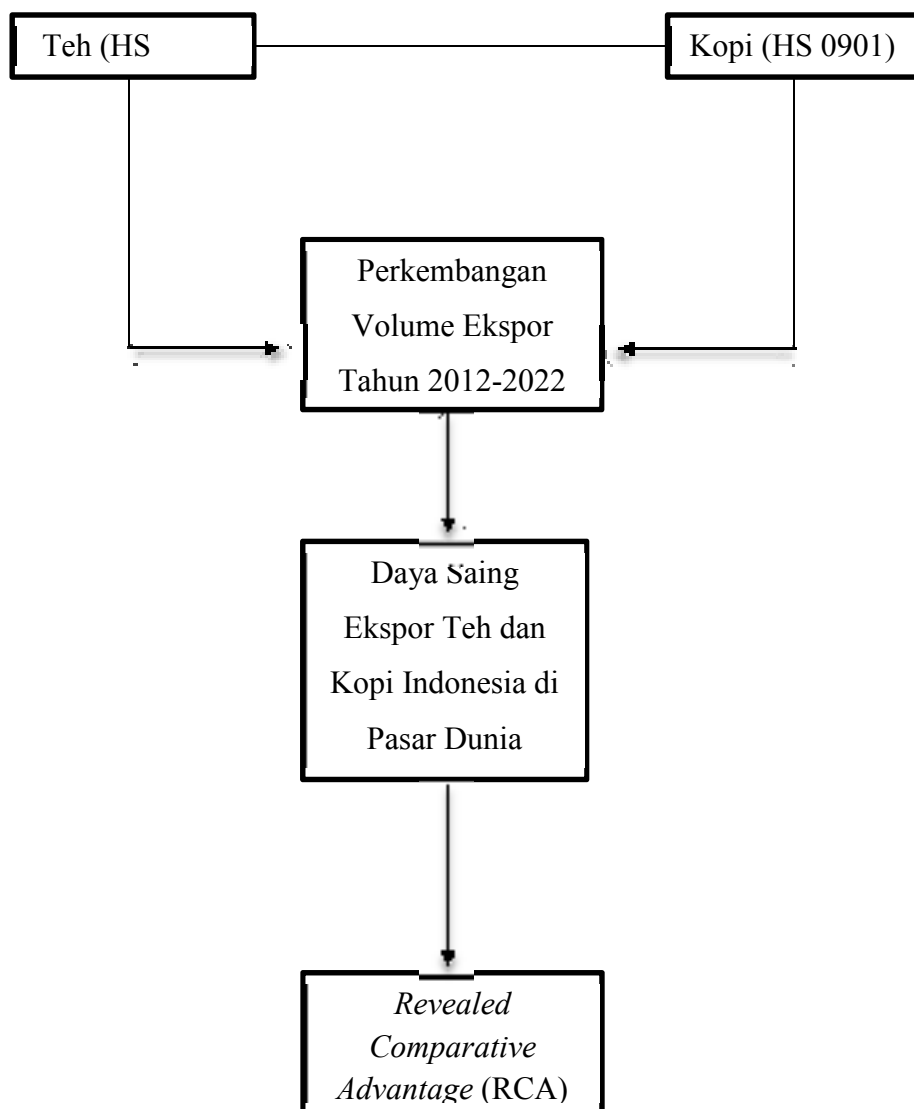
Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini memperdalam pengetahuan tentang perdagangan internasional, dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan guna mendukung kegiatan ekspor teh dan kopi Indonesia di pasar dunia.
3. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan menambah wawasan untuk kepentingan penelitian selanjutnya di bidang yang sama, serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak lainnya yang membutuhkan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Daya saing menggambarkan keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara dalam menghasilkan suatu komoditi secara efisien dibanding dengan negara lain. Daya saing telah menjadi kunci bagi negara untuk bisa berhasil di dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia. Untuk meningkatkan daya saing suatu negara, perlu dilakukan identifikasi dan analisis potensi negara tersebut. Penulis mengumpulkan data ekspor dan impor komoditi teh dan kopi Indonesia dalam rentang waktu tahun 2012 sampai dengan tahun 2022, kemudian data diolah menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) pada aplikasi Microsoft

Excel untuk mendapatkan hasil berupa daya saing ekspor teh dan kopi Indonesia. Gambaran lengkap mengenai pemikiran dapat dilihat pada bagan berikut ini :



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Daya Saing Ekspor Komoditi Teh Indonesia di Pasar Dunia Tahun 2012-2022

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan hubungan perniagaan atau bisnis antara pihak yang berada di dua negara yang berbeda, dan secara garis besar dilakukan dalam bentuk ekspor dan impor (Rinaldi *et al.*, 2021). Sedangkan menurut Radifan (2014) perdagangan internasional yaitu pertukaran barang dan jasa maupun faktor-faktor lainnya yang melewati perbatasan suatu negara, serta memberikan dampak terhadap perekonomian domestik maupun di pasar internasional.

2.2 Teori Perdagangan Internasional

2.2.1 Teori Keunggulan Absolut

Teori ini dikembangkan pada tahun 1776 oleh seorang pakar yang berasal dari Swedia, yaitu Adam Smith. Menurutnya, negara yang dikatakan memiliki keunggulan absolut adalah apabila negara tersebut mampu memproduksi barang dengan biaya yang lebih murah dibandingkan jika barang tersebut diproduksi di negara lain. Oleh karena itu, negara akan melakukan ekspor apabila negara tersebut dapat memproduksi lebih rendah dibanding dengan

negara lain, dan kedua negara melakukan spesialisasi pada komoditi tertentu (Alusingsing, 2022).

2.2.2 Teori Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif dikemukakan oleh David Ricardo yang dimana ia berasumsi bahwa perdagangan internasional tidak selalu terjadi pada saat masing masing negara memiliki produk yang unggul secara absolut saja, namun dapat terjadi juga dengan syarat adanya keunggulan relatif yang dimiliki (Zakiyyah, 2023). Suatu negara dapat memperoleh keuntungan paling besar atau kerugian paling sedikit dalam menjalankan perdagangan Internasional.

Subhash dalam Dewi (2019) mengatakan bahwa agar dapat memperoleh keuntungan komparatif, suatu negara harus konsentrasi pada produk yang paling menguntungkan dan hanya mengimpor produk-produk yang dibutuhkan. Atau dengan arti lain, suatu negara akan memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi agar dapat berproduksi lebih efisien (Hady dalam Aji *et al.*, 2017).

2.2.3 Teori Heckscher-Ohlin (H-O)

Model Heckscher-Ohlin menggambarkan interaksi kelimpahan relatif faktor dan intensitas relatif penggunaannya dalam proses produksi yang berbeda. Model tersebut dibangun di atas teori keunggulan komparatif David Ricardo dengan memprediksi pola perdagangan dan produksi berdasarkan faktor-faktor yang dimiliki suatu wilayah perdagangan. Model tersebut pada dasarnya mengatakan bahwa negara akan mengekspor produk yang menggunakan faktor produksi yang melimpah dan murah dan mengimpor produk yang menggunakan faktor langka negara tersebut.

Model H-O mengatakan bahwa walaupun tingkat teknologi yang dimiliki sama, perdagangan internasional akan tetap terjadi bila ada perbedaan kepemilikan faktor produksi

(*factor endowment*) diantara masing-masing negara. Satu negara dengan kepemilikan kapital berlebih akan berspesialisasi dan mengekspor komoditi padat kapital (*capital-intensive goods*), dan sebaliknya negara dengan kepemilikan tenaga kerja berlebih akan memproduksi dan mengekspor komoditi padat tenaga kerja (*labor-intensive goods*) (Afrizal, 2021).

2.2 Daya Saing

Daya saing adalah keikutsertaan dalam persaingan bisnis pada sebuah pasar yang mendefinisikan kekuatan ekonomi suatu negara (Ambastha dan Momaya dalam Rai dan Faisal, 2022). Tingkat daya saing suatu negara dikancah perdagangan internasional dapat ditentukan oleh dua faktor, yaitu dengan keunggulan kompetitif dan komparatif (Baskara dan Supriono, 2018).

2.3 Ekspor

Hamdani dan Haikal dalam Wulandari dan Lubis (2019) mengemukakan bahwa ekspor adalah kegiatan menjual barang dari dalam negeri keluar peredaran Republik Indonesia dan barang yang dijual tersebut harus dilaporkan kepada Direktorat Jendral Bea dan Cukai Departemen Keuangan. Todaro dan Stephen dalam Hodijah dan Angelina (2021) juga mengatakan bahwa ekspor sangat penting bagi ekonomi modern karena dapat menawarkan lebih banyak pasar kepada orang dan perusahaan untuk barang-barang mereka. Salah satu fungsinya adalah untuk mendorong perdagangan ekonomi, mendorong ekspor dan impor untuk kepentingan semua pihak perdagangan. Barang yang di ekspor dapat memberi keuntungan bagi perekonomian suatu negara. Keuntungan tersebut akan menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi di negara pengekspor.

2.4 Impor

Impor adalah pembelian barang dan jasa dari luar negeri dan masuk ke dalam negeri dengan adanya perjanjian kerjasama antara dua negara atau lebih. Impor juga bisa diartikan sebagai perdagangan yang dilakukan dengan cara memasukkan barang yang diekspor dari luar negeri ke wilayah Indonesia dengan aturan dan ketentuan yang ada (Rianda, 2020). Amir dalam Sabtiadi dan Kartikasari (2018) menambahkan bahwa kegiatan impor adalah upaya yang dilakukan oleh seorang pengusaha untuk memenuhi kebutuhan barang yang dimana pasokannya tidak mencukupi di dalam negeri, sehingga harus membelinya dari negara lain dan membayar dengan mata uang yang telah diakui di perdagangan internasional.

2.5 Penelitian Terdahulu

Cakra dan Munandar (2020) dengan judul penelitian Analisis Daya Saing Komoditas Teh Hitam Curah Indonesia di Pasar Global (Studi Kasus di Negara Russia). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder. Sumber data diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjenbun), *Food and Agriculture Organization* (FAO), *United Nation Commodity Comtrade* (UN Comtrade), *International Trade Center* (ITC) yang diakses melalui jaringan internet. Sumber informasi lainnya juga diperoleh dari literatur, baik laporan hasil penelitian atau jurnal, dan juga buku. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis posisi daya saing teh hitam curah Indonesia di pasar global menggunakan metode CMSA serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi daya saing teh hitam curah Indonesia di pasar Rusia menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menggunakan metode CMSA menunjukkan daya saing Indonesia berada di posisi yang rendah diantara negara-negara eksportir utama dan memiliki tren yang negatif. Lalu berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan faktor yang paling berpengaruh terhadap daya saing teh hitam curah Indonesia di pasar Rusia adalah

harga dengan hubungan yang negatif. Artinya adalah ketika semakin tinggi harga maka semakin rendah daya saing teh hitam curah Indonesia.

Maulani dan Wahyuningsih (2021) dengan judul penelitian Analisis ekspor kopi Indonesia pada pasar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), nilai tukar, kopi internasional harga dan produksi kopi terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara (Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Italia, Malaysia, dan Inggris). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder pada bentuk metode analisis data panel merupakan kombinasi *time series* dan *cross section* untuk periode 2009-2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel GDP riil memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara tujuan. Itu nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara tujuan harga kopi internasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di Indonesia enam negara tujuan. Produksi dalam negeri berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai mata uang Indonesia ekspor kopi di enam negara diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,9474. Ini berarti bahwa dari empat variabel independen yaitu PDB riil, nilai tukar, harga kopi internasional, dan produksi mampu menjelaskan variabel dependen yaitu nilai ekspor kopi Indonesia 94,74% dan sisanya 5,26% dijelaskan oleh variabel lain.

Alexander dan Nadapdap (2019) dengan judul penelitian analisis daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar global tahun 2002-2017. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis kondisi daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar global tahun 2002-2017 dibandingkan dengan 3 negara pesaing ditinjau dari keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif serta meramalkan pergerakan nilai ekspor biji kopi Indonesia selama 10 tahun kedepan dan mendeskripsikan peranan pemerintah dalam meningkatkan ekspor biji kopi Indonesia di pasar

global. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis keunggulan komparatif RCA, AR dan keunggulan kompetitif ECI, dan ditambah dengan analisis peramalan model ARIMA. Hasil analisis yang didapat yaitu Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dengan nilai $RCA > 1$, $AR > 1$ dan mempunyai keunggulan kompetitif dengan nilai $ECI > 1$ dan terdapat berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung ekspor kopi Indonesia serta hasil peramalan terhadap nilai ekspor biji kopi Indonesia selama 10 tahun kedepan juga mengalami peningkatan. Dapat disimpulkan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan daya saing ekspor biji kopi yang kuat di pasar global pada tahun 2002-2017 dengan hasil RCA, AR dan $ECI > 1$ serta hasil peramalan terhadap nilai ekspor biji kopi dengan Arima (1,1,1) menunjukkan bahwa nilai ekspor biji kopi Indonesia bergerak naik atau mengalami peningkatan dimana hal ini berbanding lurus dengan kebijakan pemerintah yang terus mendukung ekspor biji kopi Indonesia di pasar global.

Ramadhani (2013) dengan judul penelitian daya saing teh Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji perkembangan daya saing teh Indonesia di pasar internasional serta faktor yang mempengaruhi posisi daya saing tersebut. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk hasil uji *Import Dependency Ratio* (IDR), *Self Sufficiency Ratio* (SSR), dan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Selanjutnya hasil nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) akan diregresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Berdasarkan hasil uji *Import Dependency Ratio* (IDR) mendapatkan nilai 0 persen hingga 16 persen yang menunjukkan Indonesia tidak mempunyai ketergantungan terhadap produk impor teh. Sedangkan nilai *Self Sufficiency Ratio* (SSR) menunjukkan nilai 280,015 persen, artinya produksi teh Indonesia cukup untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dan ekspor. Dengan nilai daya saing yang cukup kuat, dilihat dari nilai

Revealed Comparative Advantage (RCA) sebesar 6,790. Hasil uji regresi *Ordinary Least Square* (OLS) terhadap *Revealed Comparative Advantage* (RCA), menunjukkan kurs riil dan harga riil berpengaruh secara signifikan terhadap posisi daya saing teh Indonesia di pasar internasional pada $\alpha = 5\%$. Produksi teh Indonesia tidak berpengaruh terhadap posisi daya saing dengan $\alpha = 5\%$.

Manalu *et al.* (2019). Dengan judul penelitian posisi daya saing dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi daya saing dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *time series* ekspor kopi dalam kurun waktu sepuluh tahun yaitu mulai tahun 2007-2017 dengan menganalisis negara tujuan ekspor terbesar yaitu USA, Jerman, Jepang. Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamis* (EPD) digunakan masing-masing untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar global berdasarkan metode RCA, kemudian berdasarkan metode EPD diperoleh bahwa produk kopi Indonesia tergolong pada posisi *rising star* di negara tujuan ekspor USA sedangkan di negara Jerman dan Jepang diperoleh bahwa posisi pasar kopi Indonesia pada posisi *lost opportunity*.

Satryana dan Karmini (2016), dengan judul penelitian yaitu analisis daya saing ekspor teh Indonesia ke pasar ASEAN Periode 2004-2013. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan daya saing, pangsa pasar serta kestabilan daya saing ekspor teh Indonesia di kawasan ASEAN. Alat analisis yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Negara pembanding yang digunakan adalah negara Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand. Hasil Perhitungan menunjukkan

bahwa nilai rata-rata RCA Indonesia periode 2004-2013 sebesar 2,184 , dengan demikian dapat diartikan bahwa teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat di kawasan ASEAN. Nilai CMSA menyatakan bahwa teh Indonesia kurang diminati di Pasar ASEAN karena efek komposisi komoditas yang negatif, tetapi ekspor teh Indonesia terdistribusikan ke negara-negara yang pertumbuhan impornya cepat serta memiliki daya saing yang kuat di Pasar ASEAN.

Suprayogi *et al.* (2017) dengan judul penelitian analisis daya saing ekspor kopi Indonesia, Brazil, Kolombia, dan Vietnam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui daya saing kopi, yang diukur melalui tingkat daya saing komparatif, posisi ekspor kopi Indonesia, Brazil, Kolombia, dan Vietnam, serta dari keunggulan kompetitif industri kopi Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan dua jenis yaitu kuantitatif dan kualitatif. Selanjutnya dengan pendekatan kuantitatif, penelitian yang digunakan yaitu alat analisis Indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan). Sedangkan analisis menggunakan teori *diamond porter* untuk pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan jenis data *time series* periode tahun 1996 ± 2014. Analisis indeks RCA dan ISP Indonesia menunjukkan keunggulan komparatif dan lebih baik sebagai negara eksportir kopi. Namun Indonesia memiliki daya saing terendah dibandingkan dengan Brazil, Kolombia, dan Vietnam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang daya saing teh dan kopi Indonesia di pasar Internasional. Penelitian ini fokus pada komoditi teh dan kopi yang tertera dengan kode *Harmonized System* (HS). Untuk teh digunakan kode HS 0902, dan untuk kopi digunakan kode HS 0901.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang tersedia dalam bentuk cetak maupun elektronik yang disediakan oleh lembaga penyedia data statistik. Data sekunder adalah sumber

data penelitian yang didapatkan dari peneliti secara tidak langsung, melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya dapat berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Ariska *et al.*, 2020).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data adalah data sekunder. Sumber data diperoleh dari kajian pustaka dan metode dokumentasi. Kajian pustaka yang dilakukan adalah dengan membaca berbagai laporan dari instansi yang terkait, baik dari pemerintah, maupun dari perguruan tinggi. Sedangkan dokumentasi adalah dengan mengambil data berupa tabel, grafik, dan gambar dari *International Trade Centre (ITC)*, Badan Pusat Statistik (BPS), *Food and Agriculture Organization (FAO)*, dan instansi lainnya. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* Microsoft Excel.

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian agar memperoleh. Metode yang dipilih dalam analisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel data yang tersedia. Berikut metode yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Untuk menjawab masalah pertama dan kedua dilakukan dengan pengambilan data ekspor dan impor komoditi teh dan kopi periode 2012-2022 dalam bentuk tabel, kemudian akan di analisis secara deskripsi menggunakan grafik sebagai gambaran perkembangan ekspor dan impor komoditi teh dan kopi di Indonesia.
2. Untuk masalah kedua digunakan analisis kuantitatif, dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka, digunakan untuk menganalisis daya saing keunggulan komparatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing komparatif komoditi teh dan kopi dalam

penelitian yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur kekuatan daya saing ekspor teh dan kopi Indonesia. Secara matematis, metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dapat digambarkan sebagai berikut :

$$RCA = (X_{ij}/X_{it}) / (X_{nj}/X_{nt}) = (X_{ij}/X_{nj}) / (X_{it}/X_{nt})$$

X menyatakan ekspor, i adalah negara, J adalah komoditi, t adalah sekumpulan komoditi dan n adalah himpunan negara. Dengan kata lain,

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas i dari negara j ke pasar internasional

X_{it} = Nilai total ekspor negara J

X_{nj} = Nilai ekspor dunia untuk komoditi j

X_{nt} = Total nilai ekspor dunia

Untuk ekspor teh Indonesia, maka :

X_{ij} = Nilai ekspor teh Indonesia ke pasar internasional

X_{it} = Nilai total ekspor Indonesia

X_{nj} = Nilai total ekspor teh dunia

X_{nt} = Nilai total ekspor dunia untuk semua barang

Untuk ekspor kopi Indonesia, maka :

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia ke pasar internasional

X_{it} = Nilai total ekspor Indonesia

X_{nj} = Nilai total ekspor kopi dunia

X_{nt} = Nilai total ekspor dunia untuk semua barang

Dalam hal ini, jika nilai $RCA > 1$, maka dapat disimpulkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia sehingga komoditi tersebut memiliki daya saing

yang kuat. Sedangkan jika nilai $RCA < 1$, maka suatu negara memiliki daya saing yang lemah. Selanjutnya, apabila nilai RCA semakin tinggi, maka semakin besar daya saing suatu keunggulan komparatif suatu negara atas komoditi yang dimaksud.

3.4 Batasan Operasional

Batasan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Daya saing adalah kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut, dalam hal ini komoditinya adalah teh dan kopi.
2. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari *International Trade Centre* (ITC), Badan Pusat Statistik (BPS), dengan periode waktu tahun 2012-2022 yang dinyatakan dalam volume dan nilai.
3. *Revealed Comparative Advantage (RCA)* merupakan indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing dari keunggulan komparatif. Apabila nilai $RCA > 1$, maka komoditi tersebut memiliki daya saing secara komparatif. Demikian pula sebaliknya, apabila nilai $RCA < 1$, maka komoditi tersebut tidak memiliki daya saing secara komparatif.

