

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR TEH INDONESIA KE PASAR ASEAN PERIODE 2004-2013

Made Hardi Satryana¹
Ni Luh Karmini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: hardi.satryana@gmail.com / telp. +62 85792 566 651

ABSTRAK

Teh merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan Indonesia. Penelitian ini bertujuan 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 nilairata-rata RCA Indonesia periode 2004-2013 sebesar 2,184 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 terdistribusi ke negara-negara yang pertumbuhan impornya cepat serta memiliki daya saing yang kuat di Pasar ASEAN.

Kata kunci: *Daya Saing, Ekspor, Teh Indonesia, RCA, CMSA*

ABSTRACT

Tea is one of Indonesian main export. This study aimed to analyze the strength of competitiveness, market share and stability of Indonesian competitiveness tea export in ASEAN market. The method analyzed by Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMSA). The comparators used are Vietnam, Malaysia, Singapore and Thailand. Calculation results show that the average value of RCA Indonesia period 2004-2013 amounted to 2,184 can be interpreted that the tea has strong competitiveness in ASEAN market. CMSA value shows that although Indonesian tea less attractive in ASEAN market for commodity composition effect is negative, however exports of Indonesian tea distributed to countries that import growth quickly and has strong competitiveness in ASEAN market. Results of linear trend shows that the competitiveness of Indonesian tea export to ASEAN market is unstable and tend to decline during the period 2004-2013.

Keywords : *Competitiveness , Export , Indonesian Tea , RCA , CMSA*

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan penggerak bagi pertumbuhan (Wellyanti, 2015). Sedangkan menurut Dwipayana (2015) menyatakan bahwa perdagangan internasional merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Pada era globalisasi dan perdagangan saat ini mustahil untuk menghentikan produk luar negeri yang masuk ke Indonesia. Salah satu cara untuk mengatasinya adalah

dengan meningkatkan daya saing produk Indonesia (Astrini, 2014). Pengertian daya saing begitu luas yang mencakup ruang lingkup yang sangat besar tentang masalah makroekonomi dan mikroekonomi seperti tingkat pendapatan per kapita, kinerja lembaga, tingkat produktivitas, biaya komparatif dan banyak lainnya tidak disebutkan di sini (Benkovskis, 2012).

Menurut Latruffe (dalam David, 2013) daya saing adalah kemampuan suatu negara untuk menawarkan produk dan layanan yang memenuhi standar kualitas, harga pasar dan nilai baik dalam negeri maupun luar negeri serta mendapatkan keuntungan yang memadai sebagai pengganti sumber daya yang digunakan dalam proses produksi mereka. Peningkatan daya saing yang terjadi pada suatu komoditas akan menimbulkan keuntungan komparatif terbesar dalam memproduksi komoditas ini dan pendapatan akan meningkat seiring berjalannya waktu (Sabaruddin, 2014). Daya saing dapat dianalisis menggunakan 2 pendekatan yaitu RCA (*Revealed Comparative Advantage*) menggambarkan keunggulan suatu negara terhadap komoditasnya yang menyatakan suatu negara sebagai eksportir atau importir dan CMSA (*Constant Market Share Analysis*) mengukur dinamika tingkat daya saing ekspor yang menunjukkan efek dari pertumbuhan ekspor yaitu efek komposisi komoditas, distribusi pasar dan daya saing sehingga dapat mengetahui pangsa pasar suatu negara (Rifai dan Tarumun, 2005).

Kinerja ekspor suatu negara tergantung pada daya saing produk ekspor di pasar dunia (Andriani, 2015). Suatu negara yang mampu meningkatkan daya saingnya, maka peluang untuk memperluas pasar di internasional maupun

domestikakan semakin besar, sebaliknya jika tidak mampu meningkatkan daya saingnya maka negara tersebut akan didesak oleh negar-negara pesaingnya (Kiranta, 2014).Komponen penting untuk meningkatkan daya saing suatu negara adalah komponen ekspor (Ayuningsih, 2014).Ekspor memberikan pemasukan devisa bagi negara bersangkutan yang nantinya dipergunakan untuk membiayai kebutuhan impor maupun pembangunan dalam negeri (Armawan, 2013).Keunggulan komparatif merupakan dasar perekonomian yang didayagunakan melalui pembangunan ekonomi sehingga unggul dalam melakukan persaingan (*competitive advantage*) (Hagi, dkk., 2012).

Indonesia sebagai negara anggota ASEAN akan ikut dalam perdagangan bebas AFTA yang memiliki target waktu tahun 2010 bagi negara maju dan tahun 2020 bagi negara berkembang (Wardhani, 2006). AFTA merupakan kawasan perdagangan bebas yang dibentuk dalam rangka meningktakan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia serta menciptakan pasar regional bagi penduduknya (www.kemendag.com, 2002). Sehingga dengan adanya perdagangan bebas ini maka hambatan seperti tarif dan non tarif dalam perdagangan internasional akan dihapuskan antar anggota ASEAN.

Penghapusan tarif dan non tarif dalam perdagangan bebas antar anggota ASEAN ini menuntut setiap negara anggota ASEAN untuk lebih meningkatkan daya saing komoditas unggulan mereka agar dapat bertahan didalam persaingan perdagangan bebas ini.Menurut Hadi dan Mardianto (2004), persaingan antar sesama negara ASEAN dapat dimenangkan oleh setiap negara yang memiliki tiga

faktor penting, yaitu komposisi komoditi, distribusi pasar dan daya saing. Indonesia harus mampu memilih komposisi komoditi yang diekspor lebih tepat, mampu memilih negara tujuan ekspor yang pertumbuhan impornya tinggi dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dari negara lain, sehingga Indonesia mampu bertahan dalam persaingan perdagangan bebas ASEAN (Permatasari, 2015).

Menurut Permatasari (2015), sektor pertanian Indonesia adalah pilar penting dalam kegiatan perdagangan internasional. Menurut Rosihan dan Nesia (2008) mengungkapkan trend ekspor perkebunan yang terus meningkat memberikan gambaran bahwa komoditi perkebunan mampu bersaing di pasar internasional sehingga mampu memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam devisa perdagangan. Salah satu produk unggulan pada sektor perkebunan di Indonesia dalam kegiatan ekspor maupun pasar dalam negeri yaitu teh (Teresia, 2012). Indonesia merupakan pengeksport teh terbesar yang sempat menduduki peringkat kelima negara pengeksport teh terbesar didunia, setelah Sri Lanka, Kenya, Cina dan India (Wardani dan Sudirman, 2015). Peluang ini harus dapat dimanfaatkan dengan memasarkannya ke pasar internasional khususnya di Pasar ASEAN (Association Of South East Asian Nations).

Negara anggota ASEAN yang melakukan kegiatan ekspor komoditas teh ke pasar internasional khususnya di ASEAN adalah Indonesia, Malaysia, Vietnam, Singapura dan Thailand. Perkembangan ekspor teh Indonesia, Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand di Pasar ASEAN tahun 2004-2013 dapat dilihat pada Tabel 1. Penurunan tertinggi ekspor teh Indonesia di Pasar ASEAN terjadi pada tahun 2012 sebesar 2.935.000 US\$. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2013

yaitu 3.605.000 US\$. Nilai ekspor teh Indonesia di Pasar ASEAN tahun 2004-2013 lebih besar dibandingkan Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand.

Tabel 1.
Perkembangan Ekspor Teh Indonesia, Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand di Pasar ASEAN Tahun 2004-2013 (000 US Dollar)

Tahun	Indonesia	Vietnam	Malaysia	Singapura	Thailand
2004	12.894	2.951	1.479	1.602	138
2005	15.189	3.474	2.056	1.418	180
2006	16.297	5.688	1.721	1.496	420
2007	18.727	8.288	2.373	1.610	897
2008	21.683	9.116	3.059	2.157	993
2009	19.157	11.456	3.775	3.030	1.623
2010	22.039	12.190	5.021	2.781	1.201
2011	25.396	16.503	5.141	4.276	892
2012	22.461	21.249	5.548	6.580	1.530
2013	26.066	20.478	5.733	7.355	2.932

Sumber: UN COMTRADE, 2014

Indonesia merupakan negara pengekspor teh terbesar ke lima, tetapi perkembangan ekspor teh Indonesia terus menurun sehingga peringkat Indonesia menurun menjadi diposisi ke tujuh (Suprihatini, 2005). Teh sebagai produk minuman yang tingkat popularitasnya hampir sama dengan kopi dan merupakan salah satu komoditas perkebunan yang diandalkan untuk ekspor, diharapkan agar kondisi penurunan ekspor komoditi teh di pasar dunia ini tidak mempengaruhi daya saing ekspor teh Indonesia antar anggota ASEAN di Pasar ASEAN dalam menghadapi MEA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui daya saing ekspor dan pangsa pasar ekspor teh Indonesia ke Pasar ASEAN periode tahun 2004-2013.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Revealed Comparatif Advantage* (RCA) dalam mengukur daya saing ekspor teh di Pasar ASEAN. *Constant Market Shared Analysis* (CMSA) digunakan untuk mengukur pangsa pasar teh Indonesia. Objek penelitian adalah ekspor non migas, ekspor teh dan total ekspor Indonesia, Malaysia, Singapura, Vietnam dan Thailand serta Pasar ASEAN. Adapun objek penelitian ini adalah tingkat daya saing ekspor komoditi the dan pangsa pasar ekspor teh.

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan periode 2004-2013, yaitu:

1. Daya Saing (RCA)

Analisis RCA (*Revealed Comparatif Advantage*) digunakan untuk mengetahui kekuatan daya saing ekspor teh Indonesia sebagai produsen teh secara relatif terhadap produk sejenis dari negara lain dalam perdagangan bebas (Astrini, 2014 ; Ayuningsih, 2014 ; Kiranta, 2014 ; Krisna, 2013 ; Wardani dan Sudirman, 2015 ; Andriani, 2015). Variabel-variabel yang digunakan adalah variabel nilai ekspor teh Indonesia, total ekspor Indonesia, nilai ekspor teh ASEAN dan nilai total ekspor ASEAN dengan satuan ribu US Dollar.

2. Pangsa Pasar (CMSA)

Analisis CMS (*Constant Market Shared*) digunakan untuk mengetahui pangsa pasar ekspor Indonesia melalui 3 efek yaitu efek komposisi

komoditas, distribusi pasar dan daya saing (Permatasari, 2015 ; Suprihatini, 2005 ; Hadi dan Mardianto, 2004). Variabel-variabel yang digunakan yaitu nilai ekspor teh Indonesia, ekspor total Indonesia dan nilai ekspor teh ASEAN dengan satuan ribu US Dollar.

Sumber, Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan kriteria time series tahun 2004-2013. Data-data yang digunakan berupa nilai ekspor teh serta total ekspor Indonesia dan nilai ekspor teh serta total ekspor ASEAN. Data diperoleh dari website UN COMTRADE dan BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan yaitu :

1. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Penelitian ini menggunakan alat analisis *revealed comparative advantage* (RCA). Secara matematis, RCA dapat dirumuskan sebagai berikut (Basri & Munandar, 2010:42):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- X_{ij} = Nilai ekspor komoditi i oleh negara j
- X_j = Nilai ekspor total negara j
- X_{iw} = Nilai ekspor total dunia komoditas i
- X_w = Nilai ekspor total dunia

Indeks hasil persamaan RCA dengan nilai sama atau lebih dari satu ($RCA \geq 1$) memiliki arti bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk diatas rata-rata dunia (kuat di Pasar ASEAN) dan apabila indeks RCA tersebut menunjukkan

nilai kurang dari satu ($RCA < 1$) maka daya saing suatu produk dari negara tersebut di bawah rata-rata dunia (lemah di Pasar ASEAN).

2. *Constant Market Shared Analysis*(CMSA)

Metode *constant market share analysis* (CMSA) digunakan berdasarkan pemahaman bahwa laju pertumbuhan ekspor suatu negara dapat lebih rendah atau tinggi dari laju pertumbuhan ekspor dunia. Pertumbuhan ekspor sebuah negara dapat diuraikan dalam tiga efek, yaitu efek komposisi komoditas, efek distribusi pasar, efek daya saing. Ketiga efek tersebut kemudian dimasukkan ke dalam satu persamaan yang menggambarkan pertumbuhan ekspor suatu negara (Tyers et. al. dalam Hadi dan Mardianto, 2004):.

$$PEN_{ij}(t) = EKK(t) + EDP(t) + EDS(t) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- $PEN_{ij}(t)$ = Pertumbuhan ekspor komoditi j negara i
- $EKK(t)$ = Efek komposisi komoditas tahun t
- $EDP(t)$ = Efek distribusi pasar tahun t
- $EDS(t)$ = Efek daya saing tahun t

Hasil pertumbuhan ekspor suatu negara tersebut kemudian akan dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor dunia. Efek pertumbuhan ekspor dunia merupakan pertumbuhan ekspor yang dihasilkan oleh pertumbuhan ekspor dunia. Dalam penelitian ini menggunakan efek pertumbuhan ekspor ASEAN.

$$EPD(t) = r = \frac{W(t) - W(t - 1)}{W(t - 1)} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- $EPD(t)$ = pertumbuhan ekspor dunia pada tahun t
- r = pertumbuhan ekspor dunia pada tahun t
- $W(t)$ = ekspor dunia tahun t
- $W(t-1)$ = ekspor dunia tahun(t-1)

Apabila hasil dari r adalah positif menunjukkan kenaikan pertumbuhan dunia menyumbang kenaikan pertumbuhan ekspor suatu negara. Hasil dari r yang negatif menunjukkan kenaikan pertumbuhan dunia menyumbang penurunan ekspor suatu negara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Saing Ekspor Teh Indonesia ke Pasar ASEAN

Hasil perhitungan RCA yang ditunjukkan pada Tabel 2 menyatakan bahwa Indonesia dan Vietnam memiliki nilai $RCA \geq 1$ tiap tahunnya, sedangkan Malaysia, Singapura dan Thailand mempunyai nilai $RCA < 1$. Ini berarti, Indonesia dan Vietnam menguasai Pasar ASEAN untuk ekspor komoditi teh pada tahun 2004-2013 atau memiliki daya saing yang kuat dibandingkan dengan pesaing lainnya di Kawasan ASEAN. Pada tahun 2004 dan 2005 Indonesia menguasai ekspor teh di Pasar ASEAN dengan nilai RCA lebih besar dibandingkan negara-negara pesaingnya. Pada tahun 2006-2013 daya saing ekspor teh Indonesia melemah dibandingkan dengan Vietnam yang semakin menguat, sehingga Vietnam mengambil alih ekspor teh di Pasar ASEAN.

Hasil penelitian RCA yang menunjukkan bahwa Vietnam memiliki daya saing komoditas teh yang lebih kuat dibandingkan Indonesia didukung oleh penelitian menurut Suprihartini (2005) yang menyatakan bahwa Vietnam memiliki kontribusi tinggi untuk komoditas teh di pasar dunia dan pendistribusian ekspor teh Vietnam yang bagus yaitu ke negara-negara di dunia dengan pertumbuhan impor tinggi seperti Jerman, Jepang, Polandia, Perancis, Inggris,

Rusia dan Amerika Serikat sedangkan Indonesia kontribusi komoditas teh masih lemah di pasar dunia dan distribusi ekspor teh Indonesia yang belum maksimal di pasar dunia. Sehingga, negara-negara anggota ASEAN akan lebih memilih mengimpor teh dari Vietnam karena teh Vietnam memiliki kualitas bagus di dunia yang dilihat dari kontribusi teh Vietnam yang tinggi dan peminat teh Vietnam yang merupakan negara-negara maju di dunia sedangkan Indonesia kualitas teh nya masih rendah yang terlihat dari kurang diminatinya teh Indonesia dan distribusi pasar ekspor teh yang masih kurang ke negara-negara pertumbuhan impornya tinggi serta peringkat pengeksportor teh dunia yang berada dibawah Vietnam.

Tabel 2.
Tingkat Daya Saing Ekspor Teh Indonesia, Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand di Pasar ASEAN Tahun 2004-2013
Berdasarkan Analisis RCA

Tahun	Indonesia	Vietnam	Malaysia	Singapura	Thailand
2004	2.55	1.87	0.12	0.07	0.02
2005	2.68	1.69	0.16	0.06	0.02
2006	2.64	2.66	0.12	0.05	0.05
2007	2.62	3.19	0.16	0.05	0.09
2008	2.42	2.67	0.18	0.06	0.08
2009	1.70	2.86	0.20	0.08	0.11
2010	1.75	3.12	0.26	0.07	0.07
2011	1.89	3.78	0.29	0.10	0.05
2012	1.64	3.73	0.28	0.16	0.08
2013	1.95	3.35	0.27	0.17	0.15

Sumber : data diolah, 2016

Pangsa Pasar Ekspor Teh Indonesia ke Pasar ASEAN

Tabel 3 menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor teh Indonesia tahun 2004-2008 adalah 0,000756. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor standar kawasan ASEAN pada jangka tahun yang sama yaitu 0,14292 jauh lebih kecil dari pertumbuhan ekspor teh Indonesia. Pada tahun 2009-2013, pertumbuhan ekspor teh Indonesia dan ASEAN sama-sama mengalami penurunan menjadi 0,000348 dan 0,05672.

Pertumbuhan ekspor teh Indonesia lebih kecil dari pertumbuhan ASEAN dan mengalami pertumbuhan yang menurun disebabkan oleh komposisi produk teh yang diekspor kurang mengikuti kebutuhan pasar yang terlihat dari angka komposisi produk teh yang bernilai negatif (Suprihatini, 2005). Hasil perhitungan pertumbuhan ekspor teh Indonesia yang bernilai positif memiliki arti bahwa, kenaikan pertumbuhan ekspor teh ASEAN menyumbang kenaikan pertumbuhan ekspor teh Indonesia.

Hasil efek komposisi komoditas teh Indonesia tahun 2004-2008 dan 2009-2013 pada Tabel 3 bernilai negatif. Efek komposisi komoditas yang negatif memiliki arti bahwa komoditas teh Indonesia menjadi kurang diminati di Pasar ASEAN. Kurang diminatinya teh Indonesia disebabkan oleh kualitas teh Indonesia yang rendah. Kualitas teh yang rendah disebabkan oleh olahan teh yang beredar di pasaran kebanyakan dari batang, daun tua dan sering dicampur bahan non teh, belum adanya inovasi baru dalam pembuatan teh, banyaknya beredar pucuk yang buruk, serta dari segi produksi dan luas lahan juga menurun karena biaya produksi tinggi sedangkan harga jual rendah (Kusuma, 2014).

Efek distribusi pasar teh ke Pasar ASEAN mengalami peningkatan pada periode 2009-2013 menjadi 0,000275 dengan nilai yang positif. Hasil yang positif ini, menunjukkan ekspor teh Indonesia terdistribusi ke pasar-pasar yang pertumbuhan impornyacepat. Komponen pertumbuhan ekspor selanjutnya adalah efek daya saing. Hasil analisis menunjukkan adanya nilai positif dari efek daya saing yaitu tahun 2004-2008 dan 2009-2013. Nilai yang positif ini menunjukkan daya saing ekspor teh Indonesia kuat di Pasar ASEAN.

Tabel 3.
Parameter Pertumbuhan Ekspor Teh Indonesia di Pasar ASEAN Tahun 2004-2013 (%)

Komponen	2004-2008	2009-2013
Pertumbuhan ekspor teh standar (ASEAN)	0,14292	0,05672
Pertumbuhan ekspor the Indonesia	0,000756	0,000348
Efek komposisi komoditas	-0,00013076	-0,000096
Efek distribusi pasar ASEAN	0,000097	0,000275
Efek daya saing	0,000789892	0,000169

Sumber : data diolah, 2016

Hasil analisis CMSA yang menunjukkan pertumbuhan ekspor teh Indonesia yang lebih rendah dari pertumbuhan ekspor teh ASEAN ternyata sesuai dengan penelitian menurut Suprihatini (2005) yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekspor teh Indonesia lebih rendah dari pertumbuhan ekspor teh dunia. Pertumbuhan ekspor teh Indonesia yang lebih rendah dibandingkan pertumbuhan ekspor teh ASEAN disebabkan oleh komposisi produk teh yang diekspor Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar. Hal ini disebabkan produk teh Indonesia yang kurang berkualitas.

Pada hasil efek distribusi pasar dan daya saing menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian menurut Suprihatini (2005) yang menyatakan bahwa negara-negara tujuan ekspor teh Indonesia kurang ditujukan ke negara-negara dengan pertumbuhan impor teh tinggi serta daya saing ekspor teh yang lemah di pasar dunia. Berbeda dengan pasar dunia yang memiliki ruang lingkup yang luas, kawasan ASEAN yang terdiri dari 10 negara dengan pengeksporteh terbesar yaitu Vietnam dan Indonesia membuat teh Indonesia terdistribusi ke negara-negara anggota ASEAN dengan pertumbuhan impor teh tinggi dan daya saing Indonesia di Pasar ASEAN kuat.

SIMPULAN DAN SARAN

Rata-rata nilai RCA ekspor teh Indonesia dari tahun 2004-2013 menunjukkan nilai $2,184 \geq 1$ memiliki arti bahwa daya saing ekspor teh Indonesia ke pasar ASEAN periode tahun 2004-2013 kuat. Namun Vietnam memiliki daya saing lebih kuat dibandingkan negara pesaingnya yaitu 2,892. Analisis CMS yang dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa efek daya saing memiliki pengaruh yang kuat terhadap pertumbuhan ekspor teh Indonesia dan efek distribusi pasar menunjukkan ekspor teh Indonesia terdistribusi ke pasar-pasar yang pertumbuhan impornya cepat. Namun hasil efek komposisi komoditas pada analisis CMS teh Indonesia mendapati bahwa komoditi teh kurang diminati karena tidak konsistennya kualitas teh yang diekspor oleh Indonesia.

Saran-saran yang dapat diberikan adalah pemerintah lebih memperluas lahan perkebunan teh Indonesia serta kebijakan yang membantu menekan biaya produksi dan pelatihan tenaga kerja, lebih meningkatkan kerja sama terhadap

negara-negara maju yang impor tehnya tinggi untuk memperluas pasar teh, serta belajar dari negara pengekspor teh yang posisinya di atas Indonesia dan aturan-aturan dalam birokrasi kegiatan ekspor dan impor harus diawasi dengan baik serta dievaluasi agar tidak ada pihak yang dirugikan.

REFERENSI

- Andriani, K Mega Silvia dan I Komang Gede Bendesa. 2015. Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia ke Negara ASEAN Tahun 2013. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(2), pp : 172-178.
- Armawan, Kadek Krisna dan I Wayan Wita Kusuma Jaya. 2013. Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Negara Amerika Serikat. *E-Jurnal EP Unud*, 2(6), pp : 306-313.
- Astrini, N Ayu Puri. 2014. Analisis Daya Saing Komoditi Crude Palm Oil (CPO) Indonesia Tahun 2001-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 4(1), pp : 12-20.
- Ayuningsih, Ni Luh Sri Martha dan Djinar Setiawina. 2014. Pengaruh Kurs Dollar Amerika Serikat, Jumlah Produksi dan Luas Lahan Terhadap Volume Ekspor Kayu Manis Indonesia Periode 1992-2011 Serta Daya Saingnya. *E-Jurnal EP Unud*, 3(8), pp : 366-375.
- Basri, Faisal dan Munandar, Haris. 2010. *Dasar-dasar Ekonomi Internasional (Pengenalan dan Aplikasi Metode Kuantitatif)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Benkovskis, Konstantīns. 2012. Competitiveness of Latvia's exporters. *Baltic Journal of Economics*, 12(2), pp : 17-45.
- Danang, Sunyoto. 2011. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Cetakan Pertama. CAPS. Yogyakarta.
- David, Boanis. 2013. Competitiveness and Determinants of Cocoa Export from Ghana. *International Journal of Agricultural Policy and Research*, 1(9), pp : 236-254.
- Dwipayana, Dewa Made dan I Wayan Sukadana. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Common Resource Studi Kasus Ikan Indonesia. *E-Jurnal EP Unud*, 4(4), pp : 340-348.

- Hadi, Prajogo U. dan Mardianto, Sudi. 2004. Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara ASEAN dalam Era Perdagangan Bebas AFTA. *Jurnal Argo Ekonomi*, 22(1), pp : 46-73.
- Hagi, Syaiful Hadi, dan Ermi Tety. 2012. Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia Dan Malaysia Di Pasar Internasional. *Pekbis Jurnal*, 4(3), pp : 180-191.
- Kemendag. 2002. Negara Tujuan Ekspor 10 Komoditi Utama. <http://www.kemendag.co.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-comodities/10-main-comodities>. (diunduh pada tanggal 16 April 2016).
- Kiranta, Febri dan Luh Gede Meydianawathi. 2014. Analisis Tingkat Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia Tahun 2007-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 3(11), pp : 502-512.
- Kusuma, Mawar. 2014. Pernah Menyeruput Teh Terbaik Indonesia?. www.travel.kompas.com. (diunduh pada tanggal 17 April 2016).
- Permatasari, I G Ayu Ika dan Surya Dewi Rustariyuni. 2015. Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia Di Kawasan ASEAN Periode 2003-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 4(7), pp : 855-872.
- Rifai, Ahmad dan Tarumun, Suardi. 2005. *Perdagangan Internasional*. Pekanbaru: Unri Press.
- Rosihan, Asmara dan Nesia, Artdiyasa. 2008. The Competitiveness Level Analysis Of Indonesian Estate Commodity. *AGRISE*, 3(2), pp: 105-111.
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril. 2014. The Impact of Indonesia-China Trade Liberalisation on the Welfare of Indonesian Society and on Export Competitiveness. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 50(2), pp : 292-293.
- Simanjuntak, Yeni H. 2011. Lahan Berkurang Produksi Teh Terancam. *Artikel*. <http://industri.bisnis.com/>. (diunduh 27 Februari 2016).
- Suprihatini, Rohayati. 2005. Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 23(1), pp : 1-29.
- Teresia, Ananda. 2012. Kelapa Sawit, Kopi, Kakao dan Teh Jadi Unggulan. *Artikel Tempo Bisnis*, 27 Desember 2012.
- UN COMTRADE. 2014. List Products Exported Tea and Total Exported by Bilateral Trade Between Indonesia and ASEAN, Vietnam and ASEAN,

Malaysia and ASEAN, Singapura and ASEAN, Thailand and ASEAN.
Diunduh 02 Januari 2016.

Wardani, Ni W Gita dan Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Harga, Produksi, Luas Lahan dan Kurs Dollar Amerika Serikat Terhadap Volume Ekspor The Indonesia Serta Daya Saingnya Periode 2000-2012. *E-Jurnal EP Unud*, 4(1), pp : 1-70.

Wardhani, Baiq. 2006. APEC 2020 Bagi Indonesia : Mitra Atau Pemangsa?. *Jurnal Ilmu Internasional*, 19(4), pp : 49-58.

Wellyanti, Briliana. 2015. Keunggulan Komparatif Indonesia Pada Sepuluh Komoditi Unggulan ASEAN Tahun 1997-2009. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1), pp : 92-99.