



DAYA SAING TEH HITAM EKSPOR INDONESIA DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Elpawati¹, Bahagio Utama²

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email : ¹elpawati@uinjkt.ac.id, ²bahagio.utama16@uinjkt.ac.id



10.15408/saj.v1i2.22283

ABSTRACT

Black tea is one of the preparations of the tea plant that comes from the fermentation of tea leaves and is one of the leading commodities in the Indonesian plantation sub-sector, however Indonesian black tea has experienced a decline in export value in the last 10 years. The purpose of this research is to analyze the structure of the world black tea market, the comparative and competitive advantages of Indonesian black tea in the world market and the position of Indonesia's trade in black tea commodities in the world in the 2010-2019 period. The analytical tools used are the Herfindahl Hirschman Index (HHI), Concentration Ratio (CR), Revealed Comparative Advantage (RCA), Trade Specialization Index (TSI) and Export Dynamic Product (EPD). The comparison countries are Kenya, Sri Lanka, India and China, while the export destinations for black tea are Malaysia, Russia, Pakistan, Germany and the United States. The results of this study are (1) The structure of the world black tea market is a moderate oligopoly (2) Indonesia has the comparative advantage of black tea in the export destination country. (3)

Indonesia's black tea does not have a competitive advantage in the export destination country. (4) Indonesia's trade position in black tea commodity as an exporting country.

Keywords: Black Tea, Market Structure, Comparative Advantage, Competitive Advantage, Trading Position.

ABSTRAK

Teh hitam merupakan salah satu olahan dari tanaman teh yang berasal dari fermentasi daun teh serta menjadi salah satu komoditas unggulan subsektor perkebunan Indonesia, tetapi teh hitam Indonesia mengalami penurunan nilai ekspor dalam 10 tahun terakhir. Tujuan dari penelitian adalah menganalisis struktur pasar teh hitam dunia, keunggulan komparatif dan kompetitif teh hitam Indonesia di pasar dunia dan posisi perdagangan Indonesia pada komoditas teh hitam di dunia dalam periode 2010-2019. Alat analisis yang digunakan adalah *Herfindahl Hirschman Index* (HHI), *Concentration Ratio* (CR), *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Trade Specialization Index* (TSI) dan *Export Dynamic Product* (EPD). Negara pembandingnya adalah Kenya, Sri Lanka, India dan Cina, sedangkan negara tujuan ekspor teh hitam adalah Malaysia, Rusia, Pakistan, Jerman dan Amerika Serikat. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Struktur pasar teh hitam dunia adalah oligopoli moderat. (2) Indonesia memiliki keunggulan komparatif teh hitam di negara tujuan ekspor. (3) Teh hitam Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif di negara tujuan ekspor. (4) Posisi Perdagangan Indonesia pada komoditas teh hitam sebagai negara eksportir.

Kata Kunci: Teh Hitam, Struktur Pasar, Keunggulan Komparatif, Keunggulan Kompetitif, Posisi Perdagangan.

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki pengaruh terhadap kebutuhan masyarakat dunia terhadap produk hasil pertanian, khususnya adalah tanaman industri yang dihasilkan dari subsektor perkebunan. Selain memenuhi kebutuhan masyarakat dunia, sektor pertanian Indonesia dalam arti luas memberikan lapangan kerja, penyumbang devisa dari hasil ekspor produk pertanian dan kontributor dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Indonesia menghasilkan teh olahan berupa teh hitam (mengalami fermentasi) dan teh hijau (tidak mengalami fermentasi). Negara Kenya, India, Sri Lanka, Cina dan Jerman adalah eksportir terbesar teh hitam dunia, sedangkan Indonesia berada dibawah kelima negara tersebut. Sebagai negara yang memiliki kontribusi pada kebutuhan teh hitam dunia, Indonesia berada di posisi 11 (ITC, 2020).

Teh hitam merupakan komoditas perkebunan olahan teh yang menyumbang devisa terbesar bagi negara dibandingkan jenis teh hijau melalui kegiatan ekspor mengingat harga teh dunia dan permintaan teh dunia yang terus meningkat, meskipun memiliki potensi untuk meningkatkan nilai ekspor teh hitam Indonesia di pasar dunia, perlu diingat bahwa Indonesia yang masih bergantung pada ekspor teh yang memiliki ancaman pada perkembangan teh nasional, yaitu harga teh Indonesia sangat dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan teh dunia. Apabila pasokan teh dunia melimpah maka harga teh Indonesia mengalami penurunan dan perusahaan dalam negeri akan mengalami kerugian (Wardani dan Sudirman, 2014). Selain pasokan teh dunia yang melemah, permasalahan yang menjadi ancaman terhadap daya saing teh hitam Indonesia adalah luas lahan yang semakin sempit akibat konversi lahan teh menjadi tanaman hortikultura atau kelapa sawit membuat volume produksi teh hitam menurun, meningkatnya impor teh berbentuk bahan baku yang menghasilkan produk teh olahan dengan mutu rendah, peremajaan terhadap tanaman teh dan mesin pengolahan yang lamban, kurangnya tenaga kerja pada sektor

pemetikan sehingga membuat prosedur pemetikan daun teh tidak efisien, belum kuatnya program pelatihan bagi tenaga kerja di bagian pengolahan sehingga membuat efisiensi penggunaan mesin berkurang dan pengawasan pada tahap sortasi teh olahan yang masih rendah membuat masih banyak teh dengan kualitas rendah lolos sertifikasi dan pengemasan. Kebijakan pemerintah yang memberlakukan PPN sebesar 10% bagi komoditas ekspor perkebunan serta belum efisisennya pengawasan sertifikasi bagi teh hitam ekspor maupun teh impor yang menyebabkan masih banyaknya kualitas teh rendah keluar masuk Indonesia. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis daya saing komoditas teh hitam Indonesia.

Permasalahan ini perlu menjadi perhatian pemerintah dalam membuat kebijakan yang dapat membangkitkan kembali semangat industri olahan teh Indonesia agar bersaing dengan negara kompetitor dan menentukan keputusan untuk meningkatkan peran Indonesia dalam perdagangan internasional teh hitam. Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis struktur pasar teh hitam dunia, 2) menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif teh hitam Indonesia dalam perdagangan internasional dan 3) menganalisis posisi Indonesia terhadap teh hitam dunia dalam perdagangan internasional.

B. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* di Indonesia, karena Indonesia merupakan negara yang memiliki kemampuan ekspor teh hitam internasional. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah struktur pasar teh hitam dunia, posisi daya saing teh hitam Indonesia secara komparatif dan kompetitif dan spesialisasi perdagangan teh hitam Indonesia dengan negara perbandingan yaitu Kenya, Sri Lanka, India dan Cina sebagai eksportir

terbesar teh hitam dunia serta Malaysia, Rusia, Pakistan, Jerman dan Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor teh hitam terbesar.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan jenis *time series* dan *cross section* pada periode 2010-2019 (10 tahun) dengan perhitungan menggunakan statistika. Sumber data diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, Direktorat Jenderal Perkebunan Indonesia, *Food and Agriculture Organization* (FAO) dan *International Trade Center* (ITC) yang ditelusuri melalui internet. Sumber informasi lainnya adalah buku dan jurnal.

Analisis Data

Herfindah Hirschman Index (HHI) yang digunakan untuk melihatnya besar proporsi pasar tertentu suatu industri. Selain melihat proporsi pasar, HHI dapat digunakan untuk melihat konsentrasi pasar suatu komoditas yang akan berpengaruh pada struktur pasar komoditas teh hitam. Berikut adalah rumus HHI:

$$HHI = Nt_1^2 + Nt_2^2 + Nt_3^2 + \dots + Nt_n^2 \text{ dimana } Nt = Pi/Pt \dots \dots \dots 1$$

Keterangan:

1. HHI : Indeks hasil
2. Nt : pangsa pasar negara-negara eksportir teh hitam dunia
3. t : komoditas teh hitam
4. t_n : negara eksportir teh hitam ke-n
5. Pi : nilai ekspor komoditas teh hitam negara eksportir
6. Pt : total nilai ekspor teh dunia

Concentration Ratio (CR) digunakan untuk mengukur proporsi dari keseluruhan total penjualan dalam industri berdasarkan pangsa pasar perusahaan terbesar. Nilai *concentration ratio* yang banyak diambil adalah CR4 dan CR8 yang berdasarkan pada jumlah perusahaan besar dalam industri yang berjumlah 4 dan 8 perusahaan. Secara matematika, berikut adalah rumus *concentration ratio*:

$$CR4 = Nt1+Nt2+Nt3+Nt4, \text{ dimana } Nt=Pi/Pt \dots\dots\dots 2$$

Keterangan:

1. Nt : pangsa pasar negara eksportir teh hitam tertinggi
2. Pi : nilai teh hitam yang di eskpor negara eksportir tertinggi
3. Pt : total nilai ekspor teh hitam dunia

Tabel 1. Tingkat Konsentrasi Pasar

Tingkatan	CR4	HHI
Tinggi	80%-100%	HHI = 1
Sedang	50%-80%	0,1 < HHI < 1
Rendah	0%-50%	0 < HHI < 0,1

Sumber: Miari dan Batubara, 2019

Secara umum perbandingan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI) dan *Concentration Ratio* (CR) dalam tabel 6 adalah sebagai berikut:

1. Konsentrasi pasar rendah memiliki kecenderungan pasar persaingan sempurna atau cenderung pasar monopolistik.
2. Konsentrasi pasar sedang memiliki kecenderungan pasar oligopoli.
3. Konsentrasi pasar tinggi memiliki kecenderungan pasar monopoli atau oligopoli tingkat tinggi.

Revealed Comparative Advantadge (RCA) digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif atau daya saing komoditas suatu negara. Jika ekspor suatu produk dari sebuah negara sebagai presentase jumlah ekspor dari negara tersebut lebih tinggi daripada pangsa pasar

produk dalam jumlah ekspor dunia, artinya negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atas produksi dan ekspor barang tersebut. Berikut adalah rumus RCA:

$$RCA = \frac{S_{ij}/S_{it}}{X_j/X_t} \dots\dots\dots 3$$

Keterangan:

1. S_{ij} : nilai ekspor negara eksportir teh hitam ke negara tujuan
2. S_{it} : total nilai ekspor seluruh komoditas negara eksportir teh hitam ke negara tujuan
3. X_j : Nilai ekspor komoditas teh hitam di dunia
4. X_t : total nilai ekspor seluruh komoditas dunia

Hasil perhitungan RCA memiliki gambaran berupa nilai, jika nilai RCA kurang dari 1 maka keunggulan komparatif sebuah negara terhadap komoditas tertentu di pasar internasional adalah lemah. Sedangkan, jika nilai RCA di atas 1 maka keunggulan komparatif sebuah negara terhadap komoditas tertentu di pasar internasional adalah kuat.

Trade Specialization Index adalah metode analisis untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan produk suatu negara. TSI ini menggambarkan apakah Indonesia menjadi negara eksportir atau importir teh hitam (Kemendag, 2008). Indeks ini merupakan perbandingan antara selisih nilai ekspor dengan nilai impor tersebut. Berikut adalah rumus TSI:

$$TSI = \frac{E_i - M_i}{E_i + M_i} \dots\dots\dots 5$$

Keterangan:

1. E_i : nilai ekspor teh hitam yang dilakukan oleh negara eksportir.
2. M_i : nilai impor teh hitam yang dilakukan oleh negara eksportir.

ISP akan mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu produk dalam perdagangan dalam lima tahap (Kemendag, 2008):

1. Pengenalan, dengan nilai ISP berkisar antara -1,00 hingga -0,50
2. Substitusi impor, dengan nilai ISP berkisar antara -0,50 hingga 0,00
3. Pertumbuhan, dengan nilai ISP berkisar antara 0,01 hingga 0,80.
4. Kematangan, dengan nilai ISP berkisar antara 0,81 hingga 1,00.
5. Kembali mengimpor, dengan nilai ISP berkisar 1,00 turun hingga 0,00.

Export Dynamic Product (EPD) digunakan untuk mengukur dinamika posisi pasar teh hitam Indonesia di negara tujuan ekspor. Analisis keunggulan kompetitif digunakan untuk melihat kompetisi pasar sebuah komoditas yang memiliki beberapa aspek seperti lingkungan dalam industri sebuah negara yang kompleks dan hubungan antara industri dengan *stakeholder* untuk memproduksi komoditas unggulan ekspor suatu negara. Secara matematika, rumus untuk sumbu X adalah:

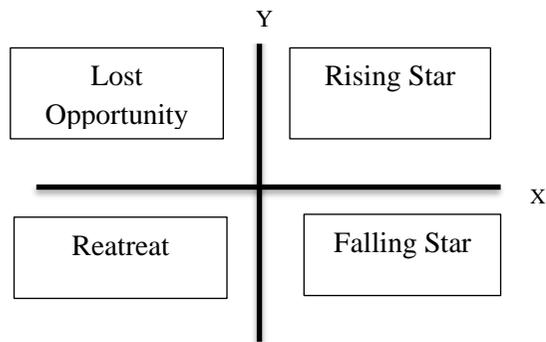
$$\frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \dots\dots\dots 4$$

Untuk sumbu Y, berikut adalah rumus secara matematika:

$$\frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T} \dots\dots\dots 4$$

Keterangan:

1. W_i : nilai ekspor teh hitam di dunia
2. W_t : nilai total ekspor seluruh komoditas di dunia
3. X_i : nilai ekspor teh hitam oleh negara eksportir
4. X_t : nilai total ekspor negara eksportir teh hitam



Gambar 1. Matriks EPD
 Sumber: Mulatsih dan Wardani, 2017

Berdasarkan gambar 1, posisi *rising star* adalah posisi negara sedang mendapatkan tambahan pangsa pasar, sehingga terjadi pertumbuhan perdagangan yang cepat. Selanjutnya posisi *lost opportunity* adalah posisi yang mengindikasikan suatu negara kehilangan pangsa pasar pada produk yang dinamis. Posisi ketiga adalah *falling star*, dimana posisi ini suatu negara mengalami peningkatan pada pangsa pasar di dalam produk yang tidak dinamis. Dan posisi terakhir adalah *retreat* yang bermakna produk tidak diinginkan kembali oleh pasar.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Struktur Pasar dan Persaingan Komoditas Teh Hitam Dunia

Komoditas teh hitam merupakan hasil dari fermentasi daun teh yang sudah dipanen. Berdasarkan data untuk teh hitam dunia memiliki nilai rata-rata HI sebesar 0,124 dan CR4 sebesar 63,63%. Perkembangan nilai HHI dan CR4 terdapat pada tabel berikut.

Tabel 2. Nilai HHI dan CR4 Komoditas Teh Hitam Dunia

Komoditas Teh Hitam Dunia			
Tahun	Jumlah Eksportir (Negara)	Nilai Herfindahl Hirschman Indeks	Nilai Concentration Ratio (%)
2015	141	0,131	64
2016	149	0,123	62,35
2017	150	0,137	66,6
2018	153	0,116	62,12
2019	151	0,111	63,08
Rata-Rata		0,124	63,63

Sumber: ITC, 2020 (diolah)

Metode HHI dan CR4 menghasilkan kesimpulan bahwa struktur pasar teh hitam internasional adalah pasar oligopoli. Jumlah negara yang menjadi eksportir teh hitam dunia sebesar 140-153 negara dan jumlahnya selalu berubah dalam 10 tahun terakhir. Meskipun jumlah negara yang mengekspor teh hitam dunia sangat banyak, pangsa pasar terbesar dikuasai oleh 4 negara saja, yaitu Kenya, Sri Lanka, India dan Cina. Kenya memiliki pangsa pasar 22-23% dalam 10 tahun terakhir, kemudian diikuti oleh Sri Lanka yang memiliki pangsa pasar 13-24%, India dengan pangsa pasar sebesar 12-15% dan Cina yang memiliki penguasaan pasar teh hitam sebesar 5-12% dari total eksportir dunia. Indonesia dalam perdagangan teh hitam internasional hanya menjadi *price maker* atau tidak memiliki pengaruh besar terhadap kebijakan ekspor dan impor teh hitam dunia, hal ini disebabkan pangsa pasar teh hitam Indonesia sebesar 1-2%.

Analisis Keunggulan Komparatif Komoditas Teh Hitam Indonesia dan Negara Pesaing

Keunggulan komparatif teh hitam Indonesia di negara tujuan dapat dilihat melalui metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Berdasarkan nilai RCA yang dihasilkan selama periode 2010 hingga 2019 memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif di negara tujuan ekspor. Nilai RCA tertinggi berada di negara Jerman dengan nilai rata-rata 11,52, sedangkan nilai RCA terendah berada di negara Pakistan dengan nilai rata-rata sebesar 1,33.

Tabel 3. Nilai Rata-Rata RCA Teh Hitam Indonesia dan Negara Pesaing di Negara Tujuan

Komoditas Teh Hitam Pasar Tujuan						
No	Negara Eksportir	Rata-Rata Nilai RCA Dalam 10 Tahun Terakhir				
		Malaysia	Rusia	Pakistan	Jerman	USA
1	Kenya	2236,470	318,77	110	197,74	257,61
2	Sri Lanka	202,520	302	6,4	361,41	46,28
3	India	3,620	26,34	1,7	35,22	9,07
4	Cina	2,210	0,14	0,02	1,12	0,71
5	Indonesia	6,540	9,06	1,33	11,52	3,16

Sumber: ITC, 2020 (diolah)

Negara Kenya yang memiliki keunggulan komparatif tertinggi karena Kenya memiliki kerjasama antara perkebunan teh dengan *Tea Research Institute* yang menghasilkan varietas teh yang memiliki kualitas tinggi dan aspek-aspek terbaik yang dapat dilakukan untuk memproduksi semua jenis teh, termasuk teh hitam (Tea Board of Kenya, 2020). Nilai rata-rata RCA Sri Lanka dan India secara berurutan berada di peringkat kedua dan ketiga, negara-negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang tinggi, hal ini karena Sri Lanka dan India memiliki teknologi untuk membudidayakan tanaman teh secara

organik dan memiliki teknologi untuk mengendalikan cuaca dan iklim [31]. Indonesia memiliki keunggulan komparatif di semua negara tujuan, hal ini karena nilai RCA yang dihasilkan lebih besar daripada 1 dan berada di peringkat 4 diatas Cina. Namun, Indonesia perlu meningkatkan kembali keunggulan komparatif teh hitam karena negara pesaing Kenya, India dan Sri Lanka memiliki rata-rata nilai RCA yang tinggi di negara Malaysia, Rusia, Jerman dan Amerika Serikat yang merupakan negara tujuan ekspor teh hitam Indonesia dengan nilai rata-rata RCA tertinggi dibandingkan pakistan. Sedangkan negara Cina memiliki nilai rata-rata RCA terendah karena negara tersebut lebih fokus pada ekspor komoditas teh hijau (ITC, 2020).

Analisis Posisi Perdagangan Komoditas Teh Hitam Kode HS 0902030 Indonesia di Negara Tujuan

Dalam perdagangan internasional, posisi perdagangan sebuah negara dibagi menjadi dua, yaitu eksportir dan importir. Negara eksportir adalah negara yang mengirimkan dan menjual komoditas kepada negara lain, sedangkan negara importir merupakan negara yang membeli dan memasukkan komoditas tertentu dari negara lain. Posisi perdagangan suatu negara dapat ditentukan melalui metode *Trade Specialization Index* (TSI).

Tabel 4. Rata-Rata Nilai TSI Komoditas Teh Hitam Indonesia di Negara Tujuan

No	Negara Tujuan	Rata-Rata TSI
1	Malaysia	0,97
2	Rusia	0,99
3	Pakistan	1
4	Jerman	0,98
5	Amerika Serikat	0,99

Sumber: ITC, 2020 (diolah)

Indonesia memiliki nilai rata-rata ISP mendekati nilai 1 untuk komoditas teh hitam di negara tujuan dalam rentang waktu 2015 hingga 2019, tetapi nilai rata-rata ISP sebesar 1 hanya ada di Pakistan. Hal ini mengindikasikan posisi perdagangan teh hitam Indonesia ini berada di tingkat kematangan karena telah memenuhi antara 0,81 hingga 1, maka dapat dikatakan bahwa Indonesia menjadi negara eksportir teh hitam untuk negara Rusia, Pakistan dan Malaysia, Jerman dan Amerika Serikat. Artinya, Indonesia telah memiliki standarisasi terhadap hasil produksi teh hitam nasional serta kebutuhan teh hitam dalam negeri telah tercukupi.

Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Teh Hitam Kode HS 0902030 Indonesia di Negara Tujuan

Keunggulan kompetitif suatu negara terhadap komoditas ekspor dapat ditentukan melalui metode *Export Dynamic Product*. Indonesia memiliki negara tujuan ekspor terbesar, yaitu Malaysia, Rusia, Pakistan, Jerman dan Amerika Serikat. Berdasarkan data, Indonesia belum memiliki keunggulan kompetitif di negara tujuan.

Tabel 5. Nilai Rata-Rata EPD Komoditas Teh Hitam Indonesia di Negara

Komoditas Teh Hitam Pasar Tujuan											
No	Negara Eksportir	Nilai EPD Dalam 10 Tahun Terakhir									
		Malaysia		Rusia		Pakistan		Jerman		USA	
		X	Y	X	Y	X	Y	X	Y	X	Y
1	Kenya	20,450	36,53	14,29	3,06	25,25	6,34	6,45	2,09	2,41	3,94
2	Sri Lanka	-14,680	-13,84	-11,84	-12,1	136,83	-12,16	-7,98	-8,57	-6,62	-7,52
3	India	11,34	5,2	3,56	7,89	-9,27	-6,88	1,89	2,53	-1,44	6,72
4	Cina	0,390	7,22	0,36	5,39	3,86	7,35	7,85	0,19	-2,39	1,52
5	Indonesia	-4,770	-2,95	-6,98	5,72	-18,32	9,95	-5,14	-3,86	-10,36	-0,34

TujuanSumber: ITC, 2020 (data diolah)

Indonesia berada di posisi *reatreat* pada negara Malaysia, Jerman dan Amerika Serikat membuat teh hitam Indonesia tidak diinginkan

oleh negara-negara tersebut. Pada negara Pakistan dan Rusia, teh hitam Indonesia berada di posisi *lost opportunity* yang berarti Indonesia telah kehilangan pangsa pasar teh hitam di negara-negara tersebut. Keunggulan kompetitif teh hitam Indonesia yang lemah disebabkan oleh berkurangnya luas lahan produksi teh yang mempengaruhi volume ekspor teh hitam Indonesia, peremajaan tanaman teh dan mesin pengolahan teh yang tidak merata menyebabkan kualitas teh hitam Indonesia di pasar dunia menurun, kurangnya tenaga kerja pada tahap pemetikan serta tidak konsistennya pengawasan sertifikasi bagi teh baik ekspor maupun impor dan kebijakan pemerintah yang menetapkan pajak (PPN) sebesar 10% untuk komoditas ekspor subsektor perkebunan.

Negara Kenya, India dan Cina merupakan eksportir teh hitam yang memiliki keunggulan kompetitif di negara tujuan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5 bahwa tiga negara tersebut memiliki kondisi *rising star* yang mengindikasikan negara-negara tersebut memiliki pangsa pasar yang luas di negara tujuan dan akan terus berkembang. Alasan mengapa negara Kenya, India dan Cina memiliki keunggulan kompetitif adalah negara-negara tersebut memiliki teknologi untuk mengatasi perubahan iklim yang ekstrem, sehingga tanaman teh yang diproduksi tidak terganggu. Selain itu, tata cara produksi teh di negara-negara tersebut menggunakan metode organik dengan tidak memakai bahan kimia dan benih organik sehingga dapat menjaga kondisi tanah bagi keberlangsungan tanaman teh. Faktor lainnya adalah pengembangan varietas terbaik untuk budidaya teh dan bekerjasama dengan instansi pendidikan (FAO, 2016).

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian, rata-rata nilai HHI dan CR4 sebesar 0,124 dan 63,63%. Berdasarkan hasil RCA, Indonesia memiliki keunggulan komparatif di negara tujuan ekspor karena nilai RCA yang dimiliki teh hitam Indonesia di atas 1. Metode selanjutnya adalah TSI yang menghasilkan nilai rata-rata antara 0,90-1. Selanjutnya, keunggulan kompetitif dapat diketahui berdasarkan perhitungan EPD, Indonesia berada di posisi *retreat* di negara Malaysia, Jerman dan Amerika Serikat. Sedangkan untuk negara Pakistan dan Rusia, teh hitam Indonesia berada di posisi *lost opportunity*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminursita, O dan Abdullah. M.F. (2018). Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Keramik di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol.2 (3) : 409-418.
- Bhakti, R.T.A. (2015). Analisis Yuridis Dampak Terjadinya Pasar Oligopoli Bagi Persaingan Usaha Maupun Konsumen di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*. Vol. 3 (2) : 64-78.
- Briliantina, A., Purnomo, B.H dan Suryaningrat, I.B. (2018). Sistem Dinamis Penilaian Kinerja Produksi Teh Kebun Bantaran PT. Perkebunan Nusantara XII. *Jurnal Agroteknologi*. Vol. 12 No.1 : 58-63.
- Bustami, B.R dan Hidayat, P. (2013). Analisis Daya Saing Produk Ekspor Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1 (2) : 56-71.
- [FAO], *Food Agriculture Organizations of United Nations*. (2016). *Report of The Working Group on Climate Change of the FAO Intergovernmental Group on Tea*. Roma (ITA): United Nations.
- Hamdy, H. (2001). *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.

International Trade Centre. [ITC]. (2020). *List Of Importers For The Indonesia's Black Tea (HS Code 0902030 and 0902040)*. United Nations: Trade Map Database.

International Trade Centre. [ITC]. (2020). *List Of Importers For the World's Black Tea Unit Values (HS Code 0902030 and 0902040)*. United Nations: Trade Map Database.

Khavidhurrohmaningrum. (2013). Strategi dan Perilaku Industri Pengolahan di Kota Semarang Tahun 2007-2011. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 2(3) : 220-233.

Marliani, L.E. (2017). Analisis Struktur Pasar Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2015. *Lembaga Penelitian, Pengembangan Pembelajaran dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1 (1) : 522-529.

Miar dan Batubara, K.R. (2019). Analisis Konsentrasi Rasio Industri Besar Dan Sedang Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 16 (2) : 121-132.

Mutia, Y dan Trimo, L. (2019). Beberapa Faktor Penyebab Ketidaksesuaian Proses Produksi Teh Hitam *Orthodox* di Pabrik XYZ. *Jurnal Agroindustri*. Vol, 9 No. 2 : 83-93.

Nugroho, L.S.W., dan Susilo, Y.S. (2007). Struktur Pasar dan Perilaku Industri Semen di Indonesia Tahun 2004-2005. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 22 (1) : 23-42.

Prayoga, A. (2019). Implementasi Model Berlian Porter Dalam Penyusunan Arsitektur Strategik Untuk Pengembangan Pembiayaan Pertanian Pada BMT. *Journal of Halal Product and Research*. Vol. 2 (2) : 86-105.

Salvatore, D. (2007). *Ekonomi Internasional* edisi 9 jilid 1. Jakarta (ID): Salemba Empat.

- Sita, K dan Rohdiana, D. (2021). Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Teh. *Radar Analisis dan Opini Perkebunan*. Vol.2 No.1 : 1-12.
- Wardani., M.A dan Mulatsih., S. (2017). Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Ban Indonesia ke Kawasan Amerika Latin. *Journal Ekonomi dan Pembangunan*. Vol. 6 (1) : 81-100
- Wibowo, A.J.I. (2019). Analisis Industri Makanan Tradisional Berbasis Concentration Ratio, Herfindahl Hirschman Index dan Minimum Efficient Scale. *Journal of Economics and Business Mulawarman*. Vol. 15 (1) : Hal 26-43.
- Wulandari, S., Lubis, A.S. (2019). Analisis Perkembangan Ekspor Impor Barang Ekonomi di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 (1) : 31-36.
- Wardani, N.W.G dan Sudirman, W. (2014). Pengaruh Harga, Produksi, Luas Lahan dan Kurs Dollar Terhadap Volume Ekspor Teh Indonesia Serta Daya Saingnya Periode 2000-2012. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. Vol. 4 (1) : 1-11.
- Warni, G.S dan Setyari, N.P.W. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Pakaian Jadi Indonesia ke Pasar Jerman Periode Tahun 2013-2018. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 8 (11) : 2656-2688.
- Zakariyah, M.Y., Anindita, R dan Baladina, N. (2014) Analisis Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*. Vol. 4 (8) : 29-37.

