

DAYA SAING EKSPOR TEH INDONESIA DI PASAR Dunia PERIODE 2015-  
2020

Maria L. Livia A. P. Tanjung

Ilmu Ekonomi

Prof. Suyanto, SE., M.Ec.Dev., Ph.D. dan Dr. Sugeng Hariadi, SE., M.Si.

**ABSTRAK**

Saat ini sebagian besar negara-negara di Dunia telah melakukan perdagangan internasional. Meningkatnya kebutuhan sehari-hari menimbulkan semakin banyak negara produsen yang masuk ke pasar internasional hal ini tentunya menuntut para negara produsen untuk meningkatkan volume ekspor dan dengan strategi supaya dapat unggul di pasar Dunia. Jika suatu negara dapat meningkatkan daya saingnya, maka negara tersebut akan memiliki lebih banyak peluang untuk mengembangkan pasarnya baik di Dunia maupun di dalam negeri. Teh adalah salah satu komoditas perkebunan internasional yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ekspor teh Indonesia memiliki keunggulan komparatif ekspor teh pada tahun 2015-2020 dengan menggunakan metode *RCA* dan apakah negara Indonesia memiliki daya saing ekspor teh dengan menggunakan metode *CMSA*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data diambil dari sumber-sumber terpercaya yaitu dari Badan Pusat Statistik (BPS), *International Trade Centre (ITC)*, dan *Static.com* yang kemudian diolah menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Constant Market Share Analysis (CMSA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif ekspor teh negara Indonesia masih sangat lemah di pasar Dunia dan daya saing ekspor teh Indonesia di pasar Dunia juga terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

**Kata kunci :** Daya saing, keunggulan komparatif, *RCA*, *CMSA*, Teh Indonesia, Ekspor, dan Impor

*THE COMPETITIVENESS OF INDONESIAN TEA EXPORTS IN THE WORLD  
MARKET FOR THE 2015-2020 PERIOD*

Maria L. Livia A. P. Tanjung

*Economics*

Prof. Suyanto, SE., M.Ec.Dev., Ph.D. and Dr. Sugeng Hariadi, SE., M.Si.

***ABSTRACT***

*Currently, most of the countries in the world have conducted international trade. The increase in daily needs has led to more and more producing countries entering the international market, this of course requires producing countries to increase their export volume and with a strategy to excel in the world market. If a country can increase its competitiveness, then that country will have more opportunities to develop its market both in the world and in the country. Tea is one of the international plantation commodities that has an important role in the Indonesian economy.*

*This study was conducted to determine whether Indonesian tea exports have a comparative advantage in tea exports in 2015-2020 using the RCA method and whether Indonesia has a tea export competitiveness using the CMSA method. The type of data used is quantitative data. Data were taken from trusted sources, namely the Central Statistics Agency (BPS), International Trade Center (ITC), and Statista.com which were then processed using Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMSA) methods. The results of this study indicate that the comparative advantage of Indonesian tea exports is still very weak in the world market and the competitiveness of Indonesian tea exports in the world market also continues to decline from year to year.*

***Keywords:*** *Competitiveness, comparative advantage, RCA, CMSA, Indonesian Tea, Exports, and Imports*

