



ANALISIS DAYA SAING EKSPOR TEH INDONESIA KE TIGA NEGARA EROPA

Ni Kadek Karina Gita Mulia¹ Ni Ketut Budiningsih²

Article history:

Submitted: 1 Mei 2026

Revised: 15 Mei 2026

Accepted: 30 Juni 2026

Keywords:

Competitiveness;
Export Product Dynamics
(EPD);
Indonesia's Tea Exports;
Revealed Comparative
Advantage (RCA);
X-Model Potential Export
Products;

Kata Kunci:

Daya Saing;
Ekspor Teh Indonesia;
Export Product Dynamics
(EPD);
Revealed Comparative
Advantage (RCA);
X-Model Potential Export
Products

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
nikadekkarina@gmail.com

Abstract

Indonesia is one of the world's leading tea exporters, but its export performance to European markets has been on a downward trend due to competition from major exporting countries such as Kenya, Sri Lanka, India, and China, as well as increasing demands for food safety standards and environmental sustainability. This study aims to analyze the competitiveness, competitive position, and export development potential of Indonesian tea in the German, Dutch, and British markets from 2005 to 2024 using the Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), and X-Model Potential Export Products methods. The results show that Indonesian tea still holds a comparative advantage in Germany, whereas in the Netherlands and the United Kingdom, this advantage weakened to below one by the end of the observation period. The EPD analysis classifies Indonesian tea as a "rising star" in all three destination countries, while the X-Model results categorize Germany as an "optimistic" market, with the Netherlands and the United Kingdom shifting from the "optimistic" to the "potential" category. These findings indicate that opportunities for expanding Indonesian tea exports to European markets remain open, but require improvements in productivity, quality, and efficiency to strengthen competitiveness and meet increasingly stringent European market standards.

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara pengekspor teh dunia, namun kinerja ekspornya ke pasar Eropa cenderung menurun akibat persaingan dengan negara eksportir utama seperti Kenya, Sri Lanka, India, dan China, serta meningkatnya tuntutan standar keamanan pangan, dan keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing, posisi daya saing, dan potensi pengembangan ekspor teh Indonesia di pasar Jerman, Belanda, dan Inggris selama tahun 2005–2024 menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamics* (EPD), dan *X-Model Potential Export Products*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teh Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif di Jerman, sedangkan di Belanda dan Inggris keunggulan tersebut melemah hingga berada di bawah satu pada akhir periode pengamatan. Analisis EPD menempatkan teh Indonesia pada posisi *rising star* ke tiga negara tujuan, sedangkan hasil X-Model mengategorikan Jerman sebagai pasar optimis, sementara Belanda dan Inggris bergeser dari kategori optimis menjadi potensial. Temuan ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan ekspor teh Indonesia di pasar Eropa masih terbuka, namun memerlukan peningkatan produktivitas, kualitas, dan efisiensi agar mampu memperkuat daya saing dan memenuhi standar pasar Eropa yang semakin ketat.

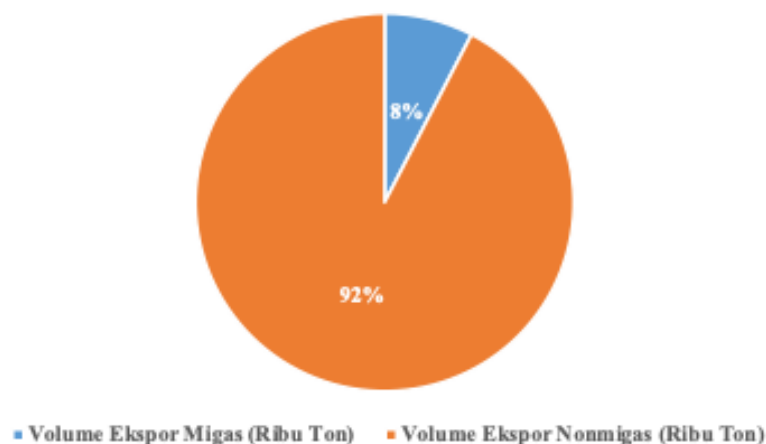
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia²

Email: budiningsih@unud.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang dengan kekayaan sumber daya alam berupaya mendorong pertumbuhan ekonomi melalui berbagai sektor, salah satunya perdagangan internasional yang meliputi kegiatan ekspor dan impor (Suryanto & Kurniati, 2022). Upaya tersebut penting karena pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator makroekonomi yang mencerminkan keberhasilan pembangunan melalui peningkatan kapasitas produksi barang dan jasa, stabilitas perekonomian, serta perkembangan kesejahteraan masyarakat (Sapto *et al.*, 2024; Suwondo *et al.*, 2026). Dalam perkembangannya, pertumbuhan ekonomi tidak hanya berorientasi pada peningkatan output, tetapi juga menekankan aspek inklusivitas dan keberlanjutan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan generasi mendatang (Depari, 2024).

Pertumbuhan ekonomi juga menjadi prioritas bagi setiap negara dalam mendukung proses pembangunan nasional (Pratama *et al.*, 2026). Sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi adalah perdagangan internasional yang memberikan peluang bagi suatu negara untuk memperluas pasar, meningkatkan devisa, serta mendorong aktivitas produksi domestik melalui kegiatan ekspor (Yurni *et al.*, 2025). Namun, dalam perdagangan internasional, setiap negara akan menghadapi persaingan perdagangan yang ketat (Sadiah & Ginting, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap negara dituntut memiliki spesialisasi dan kemampuan bersaing untuk memperebutkan pasar yang ada (Patone *et al.*, 2020). Dengan keberlimpahan sumber daya alam saja belum cukup untuk menciptakan daya saing di pasar apabila tidak didukung oleh kinerja ekspor yang kuat.



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2025

Gambar 1. Volume Ekspor Migas dan Nonmigas Indonesia Tahun 2005–2024

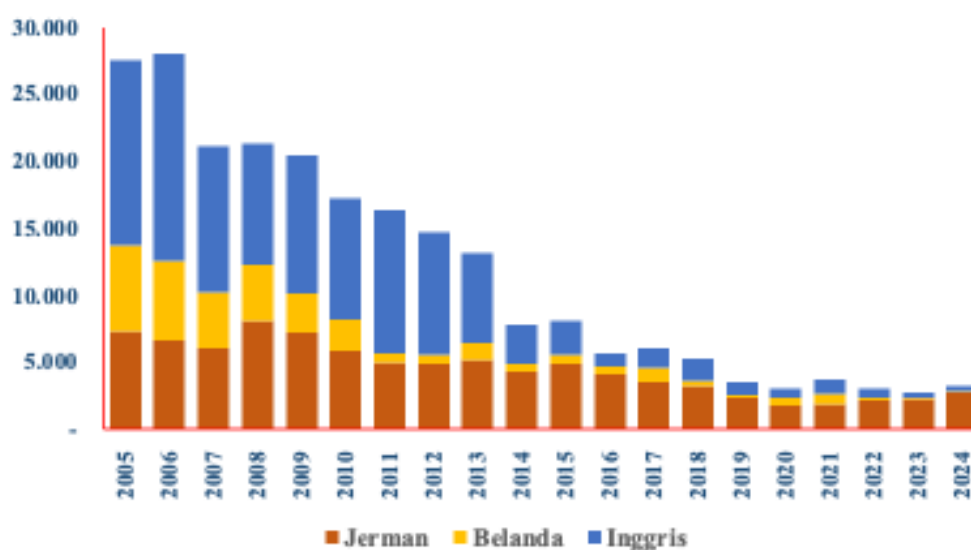
Pada Gambar 1 struktur ekspor Indonesia menunjukkan dominasi di sektor nonmigas sebesar 92 persen yang mencerminkan kinerja ekspor nonmigas relatif lebih kuat dibandingkan dengan ekspor migas yang cenderung lebih rentan terhadap kondisi global, seperti fluktuasi harga dunia yang bersifat *volatile* (Soesanto *et al.*, 2024). Guncangan harga minyak tersebut dapat berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara pengekspor (Sitohang & Suharianto, 2026). Selain itu, tingginya konsumsi domestik migas yang tidak mampu diimbangi oleh produksi dalam negeri semakin meningkatkan ketergantungan terhadap sektor tersebut (Satriani & Nihayah, 2025). Dengan penguatan dan diversifikasi ekspor nonmigas menjadi upaya dalam mengurangi ketergantungan terhadap migas dan memperkuat stabilitas perekonomian nasional (Afiana, 2025).

Penelitian Adnan (2022) menjelaskan bahwa komoditi unggulan ekspor Indonesia ada di sektor nonmigas. Sektor nonmigas memiliki potensi penguatan struktur ekspor Indonesia dalam jangka panjang, terutama pada subsektor pertanian, kehutanan, dan perikanan yang mempunyai pertumbuhan

lebih stabil dan perannya sebagai penopang pemulihan ekonomi nasional (Safitri *et al.*, 2025). Salah satu komoditas andalan dalam subsektor tersebut, adalah teh yang berperan penting dalam mendorong pembangunan sosial ekonomi dan peningkatan pendapatan (Koech, 2025). Hal ini didukung dengan permintaan akan teh dunia yang tetap tinggi dan bahkan terus tumbuh selama pandemi Covid-19, didorong oleh statusnya sebagai minuman yang terjangkau, mudah diakses, dan memiliki berbagai manfaat kesehatan bagi tubuh (FAO, 2022).

Sejalan dengan tingginya permintaan tersebut, negara-negara turut memproduksi teh dunia, seperti China sebagai produsen terbesar, lalu India, Kenya, Sri Lanka, Vietnam, dan Indonesia yang tercatat sebagai salah satu produsen dan eksportir teh terbesar dunia sekaligus terbesar kedua di kawasan ASEAN setelah Vietnam (FAO, 2022; Rafani *et al.*, 2022). Namun, kinerja ekspor teh Indonesia secara konsisten mengalami penurunan. Penelitian Ali (2024) menyebutkan bahwa penurunan industri teh Indonesia ditandai dengan melemahnya produksi dalam negeri. Melemahnya sisi pasokan domestik tersebut dipengaruhi oleh berbagai permasalahan pada sektor hulu, seperti rendahnya kualitas bibit, penuaan tanaman teh, perubahan iklim, serangan hama dan penyakit, serta keterbatasan pemupukan, modal, dan tenaga kerja (Emayanti & Rivai, 2024; Darmawan *et al.*, 2025).

Berbagai permasalahan pada sektor hulu tersebut tidak hanya menghambat peningkatan kapasitas produksi teh nasional, tetapi juga berdampak pada kinerja ekspor teh Indonesia. Kondisi tersebut membatasi kemampuan Indonesia dalam memenuhi permintaan pasar internasional sehingga volume ekspor cenderung menurun (Surya, 2023; Iqbal *et al.*, 2025). Di tengah persaingan global yang semakin ketat, penurunan volume ekspor tersebut berpotensi mengurangi pangsa pasar Indonesia sehingga dapat melemahkan daya saing ekspor teh Indonesia. Dampak tersebut pada akhirnya turut mengurangi kontribusi ekspor teh terhadap perolehan devisa negara.



Sumber: UN Comtrade, 2026

Gambar 2. Volume Ekspor Teh Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris Tahun 2005–2024

Pada Gambar 2 menunjukkan tiga negara Eropa yang menjadi tujuan utama ekspor teh Indonesia, yaitu Jerman, Belanda, dan Inggris yang mengalami penurunan kinerja ekspor. Penurunan tersebut mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan daya saing teh Indonesia ke tiga negara Eropa tersebut, yang dipengaruhi oleh kualitas produk, kontinuitas pasokan, serta preferensi konsumen yang semakin selektif (Bonafide, 2026). Kondisi ini bersifat kontradiktif, mengingat kawasan Eropa dikenal dengan tradisi konsumsi teh yang kuat dan pasar yang relatif inelastis terhadap fluktuasi ekonomi, sehingga menjadi destinasi ekspor yang strategis bagi Indonesia (Mordor Intelligence, 2024).

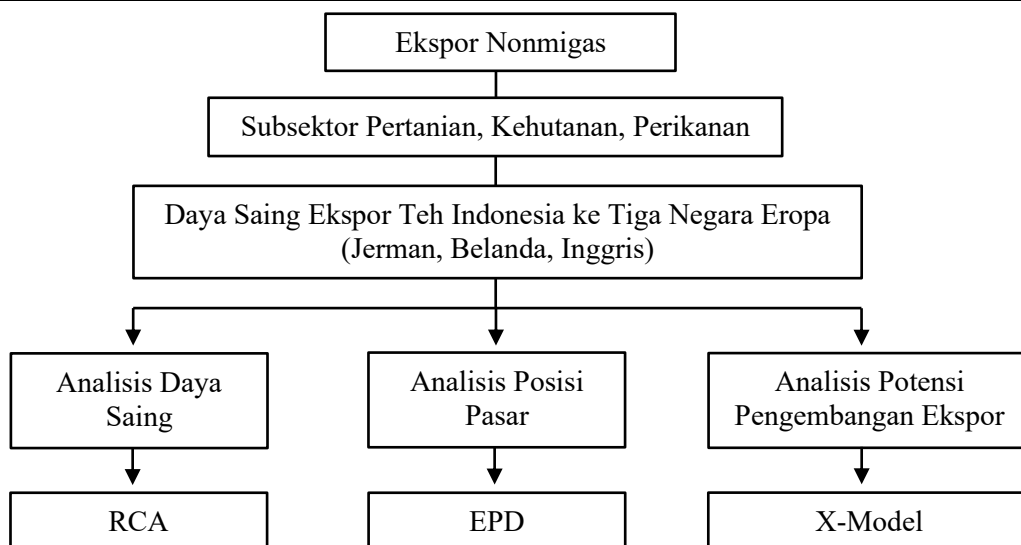
Teh bukan sekadar dipandang sebagai minuman kesehatan, tetapi memiliki nilai sosial budaya bagi masyarakat, sehingga permintaannya cenderung tinggi. Kesenjangan antara potensi pasar dan kinerja ekspor ini menunjukkan permasalahan tidak terletak pada permintaan, melainkan pada kemampuan Indonesia dalam bersaing di pasar Eropa. Fenomena tersebut menegaskan bahwa perlunya analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi daya saing teh Indonesia di pasar Eropa, khususnya Jerman, Belanda, dan Inggris. Analisis ini penting untuk menilai kemampuan bersaing serta menentukan posisi relatif Indonesia sebagai pesaing kuat atau lemah di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Sitepu *et al.*, 2024).

Dalam perdagangan internasional, daya saing menjadi indikator penting dalam menentukan kemampuan suatu negara untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar global (Izzatin *et al.*, 2023). Sejalan dengan penelitian Rai & Faisal (2022) menjelaskan bahwa daya saing tercermin dalam produk yang memenuhi standar kualitas, harga yang kompetitif, serta menawarkan nilai ekonomi yang tinggi. Beberapa faktor yang memengaruhi daya saing adalah efisiensi produksi, ketersediaan sumber daya, inovasi, serta kebijakan yang diterapkan (Nosecka & Zaremba, 2025). Daya saing umumnya dilihat dari dua aspek utama, yaitu keunggulan komparatif yang berkaitan dengan efisiensi produksi dan keunggulan kompetitif yang berkaitan dengan kemampuan menciptakan nilai tambah serta kemampuan bersaing di pasar (Wirastiti *et al.*, 2024).

Menurut pandangan Porter (1990), menegaskan bahwa daya saing suatu negara pada akhirnya ditentukan oleh tingkat produktivitasnya yang mencerminkan kemampuan menghasilkan output yang bernilai melalui pemanfaatan tenaga kerja dan modal secara efisien. Dalam daya saing ekspor ini dapat menggambarkan bahwa setiap pasar mempunyai perbedaan karakteristik, sehingga posisi daya saing suatu negara tidak selalu sama antar kawasan. Seperti di kawasan Asia Tenggara teh Indonesia memiliki daya saing yang relatif kuat (Nursodik *et al.*, 2022). Namun, kondisi tersebut tidak sepenuhnya terjadi di pasar Eropa yang lebih ketat dan kompetitif. Di mana kinerja ekspor cenderung tidak merata dan bahkan menunjukkan pelemahan di beberapa negara tujuan Eropa (Putro *et al.*, 2024).

Berbagai penelitian telah mengkaji daya saing ekspor teh Indonesia dengan pendekatan yang berbeda. Misalnya penelitian Muflihah *et al.* (2023) menekankan pengukuran keunggulan komparatif dan spesialisasi perdagangan. Berbeda dengan penelitian Sapto *et al.* (2024) yang menganalisis daya saing di kawasan Asia Tenggara dengan pendekatan yang masih berfokus pada aspek komparatif. Wardhani (2023) serta Yafi & Adyanti (2024) juga mengkaji dengan pendekatan serupa yaitu pengukuran daya saing dan dinamika pasar, namun belum secara spesifik mengkaji karakteristik pasar Eropa yang memiliki standar perdagangan lebih kompleks. Sementara, penelitian Ali (2024) lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi ekspor teh Indonesia di kawasan ASEAN, sedangkan Kusnaedi & Ernah (2024) menganalisis daya saing pada tingkat global yang cenderung menghasilkan gambaran umum dan belum mampu menjelaskan perbedaan karakteristik antarnegara tujuan ekspor.

Adanya keterbatasan pada penelitian terdahulu yaitu belum mampu menangkap dinamika daya saing ekspor teh Indonesia secara spesifik pada pasar Eropa, khususnya negara Jerman, Belanda, dan Inggris. Mengingat setiap negara di Eropa memiliki karakteristik pasar yang berbeda. Kondisi tersebut menyebabkan pengukuran daya saing secara agregat belum cukup untuk menjelaskan mengapa daya saing teh Indonesia dapat bertahan di satu negara, namun melemah di negara lainnya. Dengan celah tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan yang mengintegrasikan metode RCA, EPD, dan X-Model untuk menangkap dinamika daya saing ekspor teh Indonesia dengan melihat keunggulan komparatif, posisi kompetitif, dan potensi pengembangan ekspor teh Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya mengidentifikasi posisi daya saing, tetapi juga menegaskan adanya dinamika dan pergeseran struktur daya saing ekspor teh Indonesia di pasar Eropa, sehingga secara sistematis kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Data Penelitian, 2026

Gambar 3. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data sekunder *time series* berupa data tahunan selama 20 tahun pada periode 2005–2024. Pemilihan periode 20 tahun ini bertujuan untuk menangkap tren jangka panjang daya saing, termasuk dampak perubahan struktural dalam industri teh global. Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, International Trade Centre (ITC), dan United Nations Commodity Trade Statistics (UN Comtrade). Objek penelitian ini adalah komoditas teh dengan kode HS 0902, mencakup berbagai jenis teh dalam berbagai kemasan yang diekspor Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris.

Variabel operasional penelitian meliputi: (1) nilai ekspor teh Indonesia ke masing-masing negara tujuan (US\$); (2) nilai ekspor total Indonesia ke masing-masing negara tujuan (US\$); (3) nilai ekspor teh dunia ke masing-masing negara tujuan (US\$); dan (4) nilai ekspor total dunia ke masing-masing negara tujuan (US\$). Teknik analisis data menggunakan tiga metode, yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Product Dynamics* (EPD), dan *X-Model Potential Export Products*. Pemilihan ke tiga metode tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk menganalisis daya saing ekspor teh Indonesia ke pasar tujuan secara menyeluruh, mulai dari mengidentifikasi keunggulan komparatif, menganalisis perkembangan posisi daya saing di pasar, hingga menentukan potensi pengembangan ekspor pada negara tujuan.

Perhitungan RCA dilakukan dengan membandingkan nilai ekspor komoditas suatu negara dengan nilai ekspor komoditas dari seluruh negara (Budiningsih & Kusuma, 2024). Metode RCA yang diperkenalkan Balassa (1965) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif teh Indonesia. Perhitungan matematis RCA dapat dilihat pada persamaan (1).

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{mj}}{W_{ij}/W_{mj}} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor teh Indonesia dengan kode HS [0902] pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

X_{mj} = Nilai total ekspor Indonesia seluruh komoditas pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

W_{ij} = Nilai ekspor teh dunia dengan kode HS [0902] pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

W_{mj} = Nilai ekspor total dunia seluruh komoditas pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

Jika $RCA < 1$, maka komoditas tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing lemah (*relative disadvantage*). Namun jika $RCA > 1$, maka komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing kuat dibandingkan negara lain.

Setelah mengidentifikasi keunggulan komparatif melalui RCA, analisis dilanjutkan menggunakan *Export Product Dynamics* (EPD) untuk mengevaluasi dinamika posisi produk di pasar tujuan (Azizi, 2023; Latiki *et al.*, 2025). Metode yang dikembangkan oleh Estherhuizen (2006) ini mengukur perubahan pangsa pasar ekspor (*business strength*) pada sumbu X dan pertumbuhan pasar (*market attractiveness*) pada sumbu Y. Perhitungan matematis EPD dapat dilihat pada persamaan (2) dan (3).

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

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

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor teh Indonesia dengan kode HS [0902] pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

W_{ij} = Nilai ekspor teh dunia dengan kode HS [0902] pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

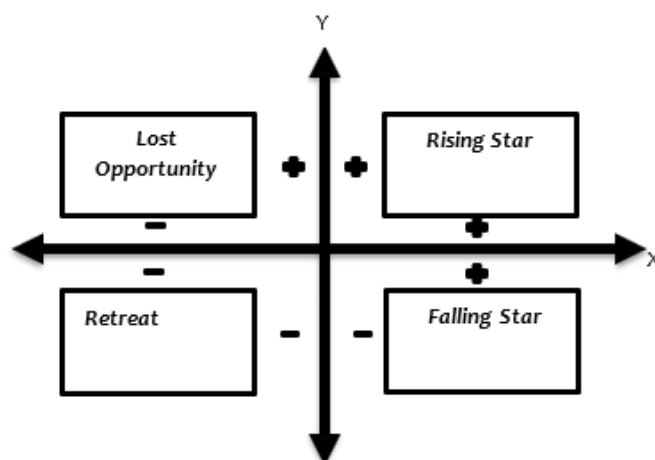
X_t = Nilai total ekspor Indonesia seluruh komoditas pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

W_t = Nilai ekspor total dunia seluruh komoditas pada tahun 2005–2024 ke tiga negara tujuan utama di Eropa dalam satuan US\$.

T = Jumlah tahun analisis

t = Tahun analisis

Bila nilai $X > 0$ menunjukkan peningkatan pangsa pasar ekspor yang mencerminkan penguatan daya saing, sedangkan $X < 0$ menunjukkan penurunan pangsa pasar yang mengindikasikan pelemahan daya saing. Sementara itu, $Y > 0$ menunjukkan pertumbuhan dan meningkatnya daya tarik pasar, sedangkan $Y < 0$ menunjukkan perlambatan pertumbuhan pasar tujuan.



Sumber: Estherhuizen, 2006

Gambar 4. Matriks Export Product Dynamics (EPD)

Pada Gambar 4 menunjukkan posisi daya saing dalam empat kuadran EPD. Posisi *rising star* ($X > 0, Y > 0$) menunjukkan posisi terbaik yang ditandai dengan pangsa pasar dan daya tarik yang tumbuh. *Lost opportunity* ($X < 0, Y > 0$) menggambarkan pasar tujuan masih berkembang, namun pangsa pasar ekspor justru menurun yang menunjukkan peluang pasar belum dimanfaatkan secara optimal. *Falling star* ($X > 0, Y < 0$) menunjukkan pangsa ekspor meningkat, tetapi daya tarik pasar menurun, sehingga prospek pertumbuhan ke depan menjadi terbatas. *Retreat* ($X < 0, Y < 0$) mencerminkan rendahnya peluang ekspor karena terjadi penurunan pangsa pasar ekspor dan daya tarik.

Hasil perhitungan RCA dan EPD selanjutnya digunakan dalam X-Model *Potential Export Products* untuk mengidentifikasi potensi pengembangan suatu produk ekspor pada pasar tertentu berdasarkan keunggulan komparatif dan posisi daya saing yang dimiliki (Hakim *et al.*, 2026). Potensi pengembangan ekspor tersebut dinilai berdasarkan klasterisasi X-Model *Potential Export Products* yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Klasterisasi X- Model *Potential Export Products*

No	EPD	RCA	
		RCA ≥ 1	RCA < 1
1	<i>Rising Star</i>	Optimis	Potensial
2	<i>Lost Opportunity</i>	Potensial	Kurang Potensial
3	<i>Falling Star</i>	Potensial	Kurang Potensial
4	<i>Retreat</i>	Kurang Potensial	Tidak Potensial

Sumber: Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024b

Pada Tabel 1 menunjukkan klasterisasi X-Model berdasarkan posisi pasar dan hasil RCA yang terbagi menjadi empat kategori pengembangan ekspor. Kategori optimis menunjukkan produk memiliki daya saing kuat dan berada pada pasar yang tumbuh, sehingga peluang ekspor sangat tinggi. Potensial menunjukkan produk masih memiliki daya saing, namun belum optimal dalam memanfaatkan pasar atau menghadapi penurunan pasar. Kurang potensial menunjukkan daya saing atau kondisi pasar mulai melemah sehingga peluang pengembangan menjadi terbatas. Tidak potensial menunjukkan produk tidak memiliki daya saing dan berada pada pasar yang menurun, sehingga tidak layak menjadi prioritas pengembangan ekspor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Luas wilayah Indonesia yang mencapai 1.919.443 km², dengan sekitar 29,1 persen di antaranya merupakan lahan pertanian yang menjadi potensi strategis bagi pengembangan berbagai komoditas yang berkontribusi terhadap perekonomian nasional, termasuk sebagai penyumbang devisa melalui kegiatan ekspor (Worldbank, 2023; Susdarwono *et al.*, 2024). Salah satu komoditas unggulan ekspor Indonesia adalah teh, yang dikenal sebagai salah satu minuman paling banyak dikonsumsi di dunia karena memiliki berbagai manfaat kesehatan serta nilai sosial dan budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat (Kusumasari, 2024; Xiao *et al.*, 2025). Karakteristik tersebut menjadikan teh banyak diminati dan dikonsumsi secara luas oleh berbagai kalangan dan musim (Putriani & Kardha, 2020; Wambulwa *et al.*, 2021).

Adanya berbagai permasalahan pada sektor hulu, seperti penyusutan luas lahan, rendahnya produktivitas, dan penurunan produksi, menyebabkan Indonesia belum mampu mengoptimalkan peluang tersebut sehingga mengindikasikan adanya pelemahan daya saing ekspor (Surya, 2023; Wirajaya & Widanta, 2024; Ronauli & Arka, 2024). Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai daya saing ekspor teh Indonesia ke tiga negara Eropa yang dituju. Diawali dengan

menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu negara dalam mengeksport komoditas tertentu dibandingkan dengan negara lain (Christy & Budiningsih, 2025).

Tabel 2.
Nilai RCA Teh Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris Tahun 2005–2024

Tahun	Kode HS	Komoditas	Nilai RCA		
			Jerman	Belanda	Inggris
2005	[0902]	Teh	29,24	14,27	26,47
2006	[0902]	Teh	25,74	16,29	28,86
2007	[0902]	Teh	22,18	11,83	23,02
2008	[0902]	Teh	30,76	9,15	18,63
2009	[0902]	Teh	30,37	8,28	20,64
2010	[0902]	Teh	20,57	6,45	14,15
2011	[0902]	Teh	16,79	1,41	32,87
2012	[0902]	Teh	18,31	1,88	33,40
2013	[0902]	Teh	16,63	3,01	15,31
2014	[0902]	Teh	12,90	1,47	10,86
2015	[0902]	Teh	13,93	1,84	5,92
2016	[0902]	Teh	13,05	1,51	2,30
2017	[0902]	Teh	10,98	1,66	2,78
2018	[0902]	Teh	12,21	1,15	3,65
2019	[0902]	Teh	8,58	0,58	2,38
2020	[0902]	Teh	7,96	1,57	1,57
2021	[0902]	Teh	5,86	2,11	2,36
2022	[0902]	Teh	6,48	0,54	1,27
2023	[0902]	Teh	8,67	0,37	0,90
2024	[0902]	Teh	8,98	0,26	0,69
Rata-Rata			16,01	4,28	12,40
Daya Saing			Kuat	Kuat	Kuat

Sumber: Data Penelitian, 2026

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan nilai rata-rata RCA teh Indonesia selama tahun 2005–2024 ke Jerman sebesar 16,01, ke Belanda sebesar 4,28, dan ke Inggris sebesar 12,40, semuanya memiliki nilai yang di atas satu ($RCA > 1$), sehingga dapat dikatakan teh Indonesia selama 20 tahun masih memiliki keunggulan komparatif ke tiga pasar Eropa tersebut. Namun tren RCA dari tahun ke tahun menunjukkan penurunan yang cukup signifikan sepanjang periode penelitian, yang mencerminkan pelemahan efisiensi relatif Indonesia dibandingkan negara pesaing. Pelemahan ini diduga berkaitan dengan melemahnya kondisi sektor hulu perkebunan teh Indonesia. Temuan ini diperkuat oleh Surya (2023), menyatakan bahwa daya saing teh Indonesia mengalami penurunan terus menerus karena dipengaruhi oleh kualitas dan variasi produk teh yang kurang mampu bersaing di pasar yang kompetitif serta semakin terbatasnya luas lahan perkebunan yang menyebabkan produksi menjadi tidak maksimal.

Nilai RCA di pasar Jerman secara konsisten di atas satu selama 2005–2024, menunjukkan bahwa masih adanya keunggulan komparatif di pasar tersebut. Namun, tren RCA yang terus menurun mengindikasikan bahwa keunggulan tersebut semakin melemah. Kondisi ini diperkuat oleh temuan Kamburawala dan Abeyrathne (2024) bahwa Sri Lanka dan Kenya memiliki kualitas serta efisiensi produksi yang lebih baik, didukung oleh kondisi geografis yang sesuai dan melimpahnya tenaga kerja, sehingga menjadi tekanan persaingan bagi teh Indonesia di pasar Jerman. Peningkatan nilai RCA pada 2008 menjadi 30,76, diduga akibat krisis ekonomi global yang melemahkan nilai tukar rupiah, sehingga harga ekspor Indonesia relatif lebih kompetitif. Temuan ini sejalan dengan Hidayat *et al.* (2024), menyatakan bahwa depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dapat meningkatkan pertumbuhan ekspor karena harga produk domestik relatif lebih rendah dibandingkan negara pesaing. Namun, nilai

RCA kembali menurun pada periode berikutnya, menunjukkan bahwa keunggulan harga belum cukup mempertahankan daya saing jangka panjang apabila tidak didukung oleh peningkatan kualitas produk, produktivitas, dan efisiensi produksi.

Berbeda dengan Jerman, nilai RCA di pasar Belanda dan Inggris menunjukkan penurunan yang cukup signifikan hingga di bawah satu pada akhir periode penelitian yang menunjukkan teh Indonesia mulai kehilangan keunggulan komparatifnya di kedua pasar tersebut. Kondisi ini dipengaruhi oleh keterbatasan pada sektor produksi, seperti teknologi yang belum optimal, penggunaan bibit yang kurang unggul, dan rendahnya pengembangan industri teh, sehingga daya saing Indonesia tertinggal dibandingkan negara pesaing (Ronauli & Arka, 2024). Akibatnya, pangsa ekspor teh Indonesia akan semakin menurun. Penurunan nilai RCA di pasar Belanda dan Inggris diduga berkaitan dengan karakteristik kedua pasar yang sangat kompetitif. Belanda berperan sebagai *gateway to Europe*, sehingga menjadi titik masuk utama bagi negara-negara pengekspor teh ke pasar Eropa (Nefs *et al.*, 2022). Sementara itu, Inggris memiliki tingkat konsumsi teh yang tinggi yang didukung dengan adanya tradisi konsumsi teh yang kuat di Masyarakat, sehingga mendorong permintaan, tetapi juga menerapkan tuntutan yang semakin ketat terhadap kualitas, keamanan pangan, dan konsistensi pasokan (Choi *et al.*, 2022). Karakteristik tersebut meningkatkan intensitas persaingan, sehingga negara yang tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar cenderung mengalami penurunan daya saing (Jagadeesh *et al.*, 2024).

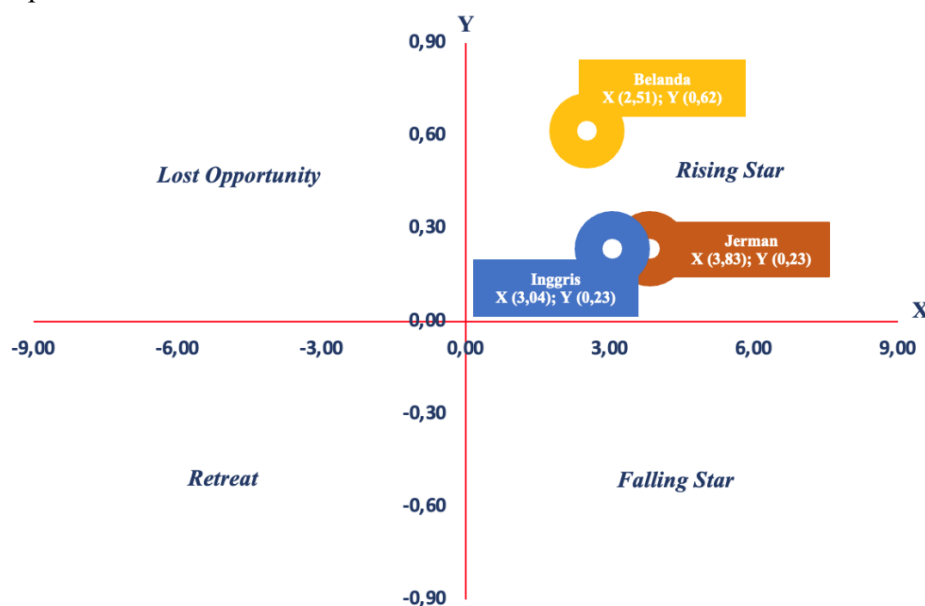
Penurunan nilai RCA yang terjadi di pasar Jerman, Belanda, dan Inggris menunjukkan bahwa kemampuan Indonesia dalam mempertahankan daya saing teh mulai mengalami tekanan. Tekanan tersebut tidak terlepas dari ketatnya regulasi di pasar Eropa terkait *sustainability*, *food safety*, dan *green economy*. Regulasi tersebut mencakup kebijakan nontarif berupa *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) terkait batas maksimum residu pestisida dan standar keamanan pangan, serta *Technical Barriers to Trade* (TBT) mengenai standar pengemasan dan pelabelan berkelanjutan sebagai bagian dari implementasi *UE Green Deal* melalui prinsip *circular economy* (Karosekali & Supriana, 2021; Klein *et al.*, 2025). Selain itu, *Carbon Border Adjustment Mechanism* (CBAM) sebagai instrumen pajak karbon yang mendukung target pengurangan emisi Uni Eropa lebih dari 50 persen dan berkaitan dengan EU ETS (*European Union Emissions Trading System*), yaitu membatasi total emisi dan memungkinkan perdagangan izin emisi (Bux *et al.*, 2024). Serta sertifikasi keberlanjutan seperti *Rainforest Alliance* yang mendorong pertanian berkelanjutan sebagai respons terhadap isu lingkungan (Gather & Wollni, 2022).

Ketatnya regulasi di pasar Eropa khususnya pada aspek lingkungan dan berkelanjutan dapat meningkatkan biaya kepatuhan bagi eksportir dan membatasi akses pasar. Selain itu, perubahan iklim berupa cuaca ekstrem, seperti kekeringan, hujan lebat, badai, dan pemanasan global turut menjadi tantangan bagi industri teh karena tanaman teh sangat bergantung pada kestabilan curah hujan dan suhu lingkungan (Darmashanty & Kuncoro, 2024). Kondisi tersebut berpotensi menurunkan produktivitas dan menyebabkan mutu teh menjadi kurang konsisten, sehingga semakin melemahkan daya saing Indonesia. Temuan Sirait *et al.* (2025) memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa daya saing teh Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara pesaing dari aspek kualitas produk, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Wardhani (2023) serta Kusnaedi dan Ernah (2024) bahwa teh Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif, dan mendukung teori keunggulan komparatif David Ricardo yang menyatakan suatu negara cenderung mengekspor komoditas yang diproduksi secara relatif lebih efisien dibandingkan negara lain melalui spesialisasi (Samudra, 2026). Hal tersebut tercermin dari rata-rata nilai RCA teh Indonesia di pasar Jerman, Belanda, dan Inggris yang masih di atas satu. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa tren nilai RCA yang terus menurun, bahkan mencapai di bawah satu di Belanda dan Inggris pada akhir periode penelitian yang menunjukkan keunggulan komparatif teh Indonesia mulai melemah. Kondisi tersebut memperkuat teori faktor produksi Heckscher-Ohlin (H-O) yang menjelaskan keunggulan komparatif dipengaruhi oleh

kemampuan suatu negara dalam memanfaatkan faktor-faktor produksi (Anggraini *et al.*, 2025). Penurunan produktivitas dan produksi, degradasi lahan, serta pergeseran tenaga kerja mengurangi efisiensi relatif Indonesia dibandingkan negara pesaing, sehingga daya saing ekspor teh cenderung menurun.

Hasil analisis RCA hanya menunjukkan tingkat keunggulan komparatif dan belum menggambarkan perkembangan posisi daya saing teh Indonesia di masing-masing pasar tujuan. Aspek tersebut akan dilengkapi dengan dianalisis lebih lanjut menggunakan *Export Product Dynamics* (EPD), yang mengukur pertumbuhan pangsa pasar ekspor (sumbu X) dan pertumbuhan daya tarik pasar (sumbu Y) untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi daya saing ekspor teh Indonesia di pasar Eropa (Hariri, 2025). Hasil dari perhitungan EPD akan diklasifikasikan ke dalam empat posisi daya saing, yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity*, dan *retreat*, keempat posisi ini mencerminkan dinamika daya saing berdasarkan kombinasi pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan permintaan.



Sumber: Data Penelitian, 2026

Gambar 5. Posisi Daya Saing Ekspor Teh Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris Tahun 2005–2024

Hasil pada Gambar 5 menunjukkan rata-rata nilai EPD teh Indonesia ke Jerman ($X = 3,83$ dan $Y = 0,23$), Belanda ($X = 2,51$ dan $Y = 0,62$), dan Inggris ($X = 3,04$ dan $Y = 0,23$) berada pada kuadran *rising star* sepanjang tahun 2005–2024. Posisi tersebut menunjukkan teh Indonesia masih mampu mempertahankan pangsa pasar ekspornya di tengah pertumbuhan permintaan pada pasar tujuan. Jika dikaitkan dengan hasil RCA, temuan ini menunjukkan pelemahan keunggulan komparatif belum diikuti oleh penurunan pangsa ekspor. Hal ini didukung oleh tingginya permintaan teh di Jerman, Belanda, dan Inggris sebagai negara pengimpor utama teh di kawasan Eropa. Dengan budaya konsumsi teh yang kuat, ketiga pasar tersebut masih menyediakan peluang bagi Indonesia untuk mempertahankan bahkan meningkatkan ekspornya, selama mampu memenuhi tuntutan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Bonafide Research, 2026). Meskipun berada pada posisi *rising star*, teh Indonesia tetap menghadapi tekanan persaingan yang semakin ketat di pasar Eropa.

Salah satu pesaing utama Indonesia adalah Kenya yang unggul karena luas lahan perkebunannya lebih besar dan kondisi alam yang memungkinkan produksi berlangsung sepanjang tahun, sedangkan Indonesia justru menghadapi penyusutan lahan yang menekan kapasitas produksi (Kimatei, 2025). Sri Lanka mempertahankan daya saing melalui kualitas produk, efisiensi pengelolaan, dan konsistensi produksi, sementara Indonesia masih menghadapi penurunan produktivitas dan kualitas (Islam *et al.*,

2021). India memperkuat posisinya melalui kapasitas produksi yang besar, spesialisasi industri teh, serta dukungan *Tea Board of India* dalam pengembangan produksi dan promosi ekspor (Jagadeesh, 2024). Di sisi lain, China unggul melalui skala produksi, penerapan teknologi, dan pengawasan mutu yang meningkatkan efisiensi ekspor (Qin & Zhou, 2024). Perbedaan kondisi tersebut menjelaskan mengapa daya saing teh Indonesia cenderung tertinggal dibandingkan negara-negara pesaing utama di pasar Eropa.

Melihat Belanda menjadi pasar yang menarik karena memiliki pertumbuhan permintaan yang relatif lebih tinggi dengan nilai rata-rata sumbu Y (0,62), serta didukung perannya sebagai pintu masuk melalui jalur distribusi perdagangan di Eropa (Nefs *et al.*, 2022). Sebaliknya, Jerman dan Inggris menunjukkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang lebih tinggi dengan nilai rata-rata sumbu X masing-masing sebesar 3,83 dan 3,04, mengindikasikan bahwa teh Indonesia masih mampu mempertahankan posisinya pada pasar dengan tingkat konsumsi teh yang stabil (Nursodik *et al.*, 2021). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun ke tiga negara berada pada posisi *rising star*, karakteristik daya saingnya dipengaruhi oleh kombinasi pertumbuhan permintaan dan pangsa pasar ekspor yang berbeda. Sejalan dengan Yafi & Adyanti (2024) bahwa posisi *rising star* mencerminkan peluang ekspor yang didukung oleh peningkatan permintaan dan pangsa pasar. Hasil tersebut juga mendukung teori keunggulan kompetitif Porter (1990) yang menekankan bahwa daya saing ditentukan oleh kemampuan mempertahankan posisi pasar di tengah dinamika persaingan global.

Untuk melengkapi analisis daya saing, penelitian ini menghitung menggunakan X-Model *Potential Export Products* dengan mengintegrasikan hasil RCA dan EPD untuk mengidentifikasi potensi pengembangan ekspor teh Indonesia. Metode ini mengelompokkan potensi ekspor ke dalam empat kategori, yaitu optimis, potensial, kurang potensial, dan tidak potensial (Aliyah *et al.*, 2025). X-Model didasarkan pada pemahaman bahwa daya saing ekspor tidak hanya ditentukan oleh keunggulan komparatif yang mencerminkan efisiensi relatif, tetapi juga oleh keunggulan kompetitif yang menunjukkan kemampuan suatu negara dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar di tengah dinamika permintaan dan persaingan global.

Tabel 3.
Hasil X-Model Indonesia ke Jerman, Belanda, dan Inggris Tahun 2005–2024

Tahun	Kode HS	Komoditas	Hasil X-Model		
			Jerman	Belanda	Inggris
2005	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2006	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2007	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2008	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2009	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2010	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2011	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2012	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2013	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2014	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2015	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2016	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2017	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2018	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2019	[0902]	Teh	Optimis	Potensial	Optimis
2020	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2021	[0902]	Teh	Optimis	Optimis	Optimis
2022	[0902]	Teh	Optimis	Potensial	Optimis
2023	[0902]	Teh	Optimis	Potensial	Potensial
2024	[0902]	Teh	Optimis	Potensial	Potensial

Sumber: Data Penelitian, 2026

Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa ketiga pasar tujuan di Eropa berada pada kategori optimis selama tahun 2005–2024, yang mengindikasikan prospek pengembangan ekspor teh Indonesia masih baik. Namun, pada akhir periode pengamatan, pasar Belanda dan Inggris mulai bergeser ke kategori potensial, menunjukkan bahwa peluang ekspor masih terbuka, tetapi tingkat optimisme terhadap pengembangannya mulai melemah. Pergeseran potensi di Belanda ke kategori potensial terjadi sejak 2019 diduga berkaitan dengan perannya sebagai *gateway to Europe*, sehingga tingkat persaingan antarnegara pengeksport relatif lebih tinggi (Nefs *et al.*, 2022). Meskipun sempat kembali ke kategori optimis pada 2020–2021 akibat meningkatnya konsumsi rumah tangga selama pandemi COVID-19 (Castellana *et al.*, 2021), posisinya kembali melemah pada akhir periode seiring meningkatnya tekanan persaingan dan pelemahan daya saing yang tercermin dari tren penurunan RCA. Sementara itu, pergeseran di Inggris dipengaruhi oleh perubahan dinamika perdagangan pasca Brexit yang meningkatkan hambatan perdagangan dan ketidakpastian pasar (Du *et al.*, 2023). Sebaliknya, Jerman tetap konsisten berada pada kategori optimis berkat permintaan yang stabil dan daya beli yang tinggi, sehingga menawarkan prospek pengembangan ekspor yang lebih berkelanjutan (Yu, 2023).

Hasil X-Model menunjukkan bahwa potensi pengembangan ekspor teh Indonesia ke pasar Eropa tidak hanya ditentukan oleh keunggulan komparatif, tetapi juga oleh kemampuan mempertahankan daya saing di tengah dinamika pasar. Temuan ini mendukung teori keunggulan komparatif David Ricardo yang tercermin dari tren penurunan RCA, serta teori keunggulan kompetitif Porter yang ditunjukkan oleh posisi *rising star* pada hasil EPD. Integrasi kedua pendekatan tersebut menjelaskan mengapa Jerman tetap berada pada kategori optimis, sedangkan Belanda dan Inggris bergeser ke kategori potensial akibat melemahnya keunggulan komparatif meskipun permintaan pasar masih tumbuh. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan ekspor perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan efisiensi produksi, tetapi juga pada peningkatan kualitas, diferensiasi produk, dan penetrasi pasar agar daya saing tetap terjaga. Dari, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa daya saing ekspor teh Indonesia berada dalam fase transisi, dari yang sebelumnya didominasi oleh keunggulan komparatif menuju kebutuhan akan penguatan keunggulan kompetitif. Tanpa transformasi tersebut, posisi Indonesia dalam perdagangan teh global berpotensi mengalami penurunan yang lebih signifikan di masa mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara rata-rata selama tahun 2005–2024 teh Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif di pasar Jerman, Belanda, dan Inggris. Namun, tren RCA terus melemah, bahkan berada di bawah satu di Belanda dan Inggris pada akhir periode, sementara Jerman relatif lebih stabil. Di sisi lain, hasil EPD menempatkan ke tiga pasar pada posisi *rising star*, menunjukkan bahwa pangsa ekspor masih mampu tumbuh seiring peningkatan permintaan di pasar Eropa. Integrasi kedua hasil tersebut melalui X-Model menunjukkan bahwa Jerman secara konsisten berada pada kategori optimis, sedangkan Belanda dan Inggris bergeser ke kategori potensial akibat meningkatnya tekanan persaingan, perbedaan karakteristik pasar, dan perubahan dinamika perdagangan pasca Brexit. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi RCA, EPD, dan X-Model memberikan analisis daya saing ekspor yang lebih mendalam karena mampu mengungkap bahwa pelemahan keunggulan komparatif tidak selalu diikuti oleh penurunan posisi pasar, sehingga daya saing ekspor tidak dapat disimpulkan dari satu indikator saja. Penelitian ini masih terbatas pada penggunaan data ekspor teh secara agregat tanpa pemisahan jenis produk serta belum memasukkan faktor-faktor penentu ekspor, seperti nilai tukar dan preferensi konsumen.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan untuk menghadapi penurunan daya saing berdasarkan RCA, terutama di pasar Belanda dan Inggris, diperlukan

penguatan kepatuhan standar ekspor dari sisi hulu melalui penerapan *Sanitary and Phytosanitary* (SPS), pengendalian residu pestisida sesuai standar pasar Eropa, uji residu wajib sebelum ekspor, serta penguatan sistem sertifikasi kelayakan ekspor nasional yang terintegrasi untuk meminimalkan risiko penolakan produk. Dalam menjaga posisi *rising star* berdasarkan EPD di tengah persaingan global, peningkatan produktivitas dan kualitas perlu diarahkan pada modernisasi perkebunan rakyat, peremajaan tanaman teh melalui *replanting* bibit unggul, serta penguatan kelembagaan produksi melalui Unit Pengolahan Teh Bersama (UPTB) dan standardisasi mutu, guna menggeser orientasi ekspor dari berbasis volume menjadi berbasis kualitas dan konsistensi. Penguatan potensi ekspor berdasarkan X-Model memerlukan strategi diferensiasi pasar, yaitu stabilitas suplai berkualitas untuk Jerman, optimalisasi Belanda sebagai pusat distribusi dan re-ekspor melalui efisiensi logistik, serta peningkatan kepatuhan ekspor ke Inggris melalui pemenuhan *Export Health Certificate* dan *Rules of Origin* pasca Brexit. Dengan keterbatasan penelitian disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menganalisis daya saing pada tingkat jenis teh yang lebih spesifik serta menguji determinan ekspor menggunakan pendekatan kuantitatif seperti *gravity* model atau regresi data panel.

REFERENSI

- Adnan, M. (2022). Analisis Ekspor Nonmigas di Indonesia. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3(2), 238–253. <https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jcm.v3i2.1531>
- Afliana, M. (2025). Pengaruh ekspor migas dan nonmigas terhadap pertumbuhan ekonomi Aceh. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 600–613. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.5287>
- Ali, N. (2024). Analisis daya saing dan faktor yang mempengaruhi ekspor teh Indonesia di delapan negara Asean. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 4(1), 98–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.36987/jumsi.v4i1.4736>
- Aliyah, N. S., Suprehatin, S., & Muflikh, Y. N. (2025). Daya saing dan potensi pengembangan ekspor kakao indonesia di negara importir utama dunia. *Jurnal Agrikultura*, 37(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/agrikultura.v36i3.67071>
- Anggraini, D., Salsabila, H., Purba, N. S., Fitri, R. A., Salsabila, Z., & Sakuntala, D. (2025). Perdagangan internasional: Model Heckscher-Ohlin. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1), 155–160. <https://sociohum.net/index.php/JEBIMAN/article/view/704>
- Azizi, E. S. (2023). Daya saing kopi Indonesia di pasar internasional dalam 3 dekade terakhir. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development (JASRD)*, 3(1), 45–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jasrd.v3i1.728>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Volume (migas-nonmigas) (ribu ton). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA0IzI=/volume--migas-nonmigas---ribu-ton-.html>
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and “revealed” comparative advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), 99–123.
- Bonafide. (2026). Featured companies tea market analysis. *Bonafide Research & Marketing*. <https://www.bonafideresearch.com/upload/pdf/europe-tea-market.pdf>
- Budiningsih, N. K., & Kusuma, I. G. P. H. W. (2024). Analisis daya saing produk anyaman Indonesia dan Cina di pasar Amerika Serikat. *Nusantara Hasana Journal*, 4(3), 57–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.59003/nhj.v4i3.1190>
- Bux, C., Rana, R. L., Tricase, C., Geatti, P., & Lombardi, M. (2024). Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) to tackle carbon leakage in the international fertilizer trade. *Sustainability*, 16, 10661. <https://doi.org/10.3390/su162310661>
- Castellana, F., De Nucci, S., De Pergola, G., Di Chito, M., Lisco, G., Triggiani, V., Sardone, R., & Zupo, R. (2021). Trends in coffee and tea consumption during the Covid-19 pandemic. *Article Foods (MDPI)*, 10(10), 2–10. <https://doi.org/10.3390/foods10102458>
- Choi, M. I., Ramirez, Y., Cornelis, M. C., de Gonz  les, A. B., Freedman, N. D., & Loftfield, E. (2022). Tea consumption and all-cause and cause-specific mortality in the UK Biobank a Prospective Cohort Study. *HHS Public Access*, 175(9), 1201–1211. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10623338/>
- Christy, Y. M. R., & Budiningsih, N. K. (2025). Analysis of the level of competitiveness of Indonesian mangosteen, mango, and guava exports in the international market. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 2(1), 146–159. <https://doi.org/10.61132/ijema.v2i1.377>

- Darmashanty, N. A., & Kuncoro, T. G. (2024). Analysis of factors affecting the export potential of Indonesian tea plantation products to European countries. *Proceeding ISETH (International Summit on Science Technology and Humanity)*, 336–346. <https://doi.org/10.23917/isetht.5378>
- Darmawan, M. R., Fitriyana, A., Medina, A. S., & Wati, D. R. (2025). Peramalan produksi komoditas teh di Indonesia Tahun 2025-2032. *Journal of Food System and Agribusiness*, 9(2), 175–185. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v9i2.3876>
- Depari, E. T. (2024). Pembangunan berkelanjutan: Integrasi ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Circle Archive*, 5(1), 1–13. <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/203>
- Du, J., Satoglu, E. B., & Shepotylo, O. (2023). How did Brexit affect UK trade?. *Journal of the Academy of Social Sciences*, 18(2), 267–283. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21582041.2023.2192043>
- Emayanti, & Rivai, A. (2024). Analisis Determinan Volume Ekspor Teh Indonesia Pada Tahun 1991-2021. *Jurnal Of Development Economic and Digitalization*, 3(2), 21–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.59664/jded.v3i2.8600>
- Estherhuizen, D. (2006). Measuring and analyzing competitiveness in the agribusiness sector: Methodological and analytical framework. *University of Pretoria*, 107(4), 823–824.
- FAO. (2022). E Committee on commodity problems intergovernmental group on tea Twenty-Fourth Session 23 February 2022 Current Global Market Situation and Emerging Issues Executive Summary. *Secretariat of the Intergovernmental Group on Tea (IGG/Tea)*. www.fao.org
- Gather, J., & Wollni, M. (2022). Setting the standard: Does rainforest alliance certification increase environmental and socio-economic outcomes for small-scale coffee producers in Rwanda?. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 44(4), 1807–1825. <https://doi.org/10.1002/aep.13307>
- Hakim, B., Burhanuddin, & Priatna, W. B. (2026). Analisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor pala Indonesia di negara tujuan utama. *Jurnal Agrikultura*, 37(1), 207–229. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v37i1.67819>
- Hariri, R. (2025). Analisis keunggulan komparatif dan posisi pasar teh hijau dan teh hitam Indonesia di tingkat internasional. *Jurnal Kubis: Jurnal Kumpulan Artikel Argibisnis*, 5(2), 219–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.56013/kub.v5i02.4929>
- Hidayat, A. M., Purwanda, E., Hadijah, H. S., & Sodik, G. (2024). Impact of exchange rates, Inflation, foreign direct investment, government spending, and economic openness on exports, imports, and economic growth in Indonesia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 3270. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i6.3270>
- Iqbal, M. J., Othman, A. A., & Zakaria, I. H. (2025). Breaking export stagnation: The dual impact of internal capabilities and competitive intensity on Pakistani textile performance. *PaperASIA*, 41(6b), 118–134. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i6b.825>
- Islam, S., Ema, N. S., Chakroborty, S., Jahan, H., & Hossain, E. (2021). Tea export competitiveness and the nexus between tea export and economic growth. *Studies in Agricultural Economics*, 123(2), 76–85. https://real.mtak.hu/130919/1/2125_Islam.pdf
- Izzatin, N. R., Durroh, B., & Masahid. (2023). Analisis daya saing ekspor kakao Indonesia di pasar internasional. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(2), 337–349. <https://doi.org/10.37637/ab.v6i2.1266>
- Jagadeesh, M. S., Savinay, H. T., Pavithra, V., Abhishek, G. J., Veershetty., Anil, S. C., & Jahnavi, A. P. (2024). India's tea export potential: Stirring up global trade opportunities. *Journal of Experimental Agriculture International*, 46(9), 309–319. <https://doi.org/10.9734/jeai/2024/v46i92827>
- Karosekali, A. S., & Supriana, T. (2021). Dampak Sanitary and Phytosanitary (SPS) dan Technical Barrier to Trade (TBT) terhadap ekspor komoditas teh di Indonesia. *Agriprimatech*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.34012/agriprimatech.v5i1.2077>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024a). *Export Product Dynamics Analysis*. Kemenkeu Learning Center (KLC). <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/export-product-dynamics-analysis-d1a85c6f/detail/>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024b). *X-Model Potential Export Products Analysis*. Kemenkeu Learning Center (KLC). <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/x-model-potential-export-products-analysis-39017bca/detail/>
- Kimitei, A. (2025). Brewing trends analysis of Kenya's Tea Industry. USDA: *United States Department of Agriculture Foreign Agriculture Service*, 2–15. <https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Brewing%20Trends%20-%20Analysis%20of%20Kenya%27s%20Tea%20Industry%20Nairobi%20Kenya%20KE2025-0020.pdf>
- Klein, M., Neumair, C., Primoceri, M., Tacker, M., & Apprich, S. (2025). Fit for the future: An assessment of the sustainability parameters of liquid dairy product packaging in the DACH Region and the Implications of Upcoming Regulatory Changes. *Foods*, 14, 195. <https://doi.org/10.3390/foods14020195>

- Koech, R. K. (2025). Tea industry and economic development in Kenya: Export-growth linkages, household welfare, and macroeconomic challenges. *EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies (EBMS)*, 12(9). <https://doi.org/10.36713/epra1013|SJIF>
- Kusnaedi, P. M., & Ernah. (2024). Analisis daya saing komoditas teh hitam Indonesia di pasar global. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 1580–1588. <https://doi.org/https://doi.org/10.25157/ma.v10i1.13290>
- Kusumasari, S. (2024). Kajian industri minuman teh sebagai minuman halal di Indonesia: Kualitas sensori dan preferensi konsumen. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3975–3985. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.3028>
- Latiki, S., Rotinsulu, T. O., & Mandei, D. (2025). Analisis daya saing ekspor tekstil dan produk tekstil Indonesia ke negara tujuan Amerika Serikat Tahun 2018-2022. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 25(1), 1–12. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/60236>
- Lemmers, O., & Wong, K. F. (2019). Distinguishing between imports for domestic use and for re-exports: A novel method illustrated for The Netherlands. *National Institute Economic Review*, 249(1), 59–67. <https://doi.org/10.1177/002795011924900115>
- Mordor Intelligence. (2024). Europe tea market size & share analysis - growth trends and forecast (2026 - 2031). *Mordor Intelligence*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-tea-market>
- 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>
- Nefs, M., Zonneveld, W., & Gerretsen, P. (2022). The Dutch ‘Gateway to Europe’ Spatial Policy Narrative, 1980-2020: a Systematic Review. *Planning Perspectives*, 38(1), 49–68. <https://doi.org/10.1080/02665433.2022.2053879>
- Nosecka, B., & Zaremba, L. (2025). The international competitiveness of Polish Fruit and Their Preserves. *Article Agriculture*, 15(10), 1046. <https://doi.org/10.3390/agriculture15101049>
- Nurkhamid, M. (2024). Analysis of competitiveness of Indonesian plaitings products in the international market (RCA, EPD, dan X-Model Potential Export Product Analysis). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 4539–4553. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12274>
- Nursodik, H., Santoso, S. I., & Nurfadillah, S. (2022). Competitiveness of Indonesian tea export in Southeast Asia Markets. *SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian*, 16(1), 1–14. <https://doi.org/10.24843/soca.2022.v16.i01.p01>
- Patone, C. D., Kumaat, R. J., & Mandei, D. (2020). Analisis daya saing ekspor sawit Indonesia ke negara tujuan ekspor Tiongkok dan India. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(3), 22–32. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/jbie/article/view/30423>
- Porter M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Macmillan: London.
- Pratama, D. S., Robiani, B., & Rohima, S. (2026). Faktor sosial dan ketenagakerjaan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia tahun 2015-2024. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 15(1), 14–27. <https://doi.org/10.24843/EEB.2026.v15.i01.p02>
- Putriani, D., & Kardha, D. (2020). Penerapan teknologi dalam memaksimalkan penjualan teh di Indonesia. *AGRINECA*, 20(1), 16–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.36728/afp.v20i1.994>
- Putro, F. A. D., Widyastutik, W., & Hidayat, N. K. (2024). Export destinations mapping of Indonesian tea products in the international market. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 21, 47–58. <https://doi.org/10.17358/jma.21.1.47>
- Qin, K., & Zhou, L. (2024). Analysis of the high quality development path of China’s tea export. *Plos One*, 21(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0342827>
- Rafani, I., Andoko, E., Ekasari, I., & Sudaryanto, T. (2022). Indonesian tea development outlook: Challenges and opportunities. *FFTC Agricultural Policy Platform*, 1–14. <https://ap.ffc.org.tw/article/3056>
- Rai, A., & Faisal, A. (2022). Daya saing komoditas pertanian unggulan Indonesia: Perbandingan dengan negara lain di Asean dan potensinya. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 19(1), 72–81. <https://doi.org/10.20961/sepa.v19i1.53322>
- Ronauli, M., & Arka, S. (2024). Pengaruh produksi, luas areal lahan, kurs Dolar AS, dan krisis ekonomi global terhadap volume ekspor Teh Indonesia Tahun 1987-2022. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10442–10453. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Sadih, F. U., & Ginting, A. L. (2024). Pengaruh perdagangan internasional ekspor migas dan nonmigas terhadap perdagangan di Indonesia. 06(1). *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi* <https://doi.org/https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3579>
- Safitri, M. G., Agustin, M., Syahrini, I., & Kurniati, E. (2025). Peran sektor pertanian dalam mewujudkan ketahanan pangan untuk pemberdayaan ekonomi di Pulau Sumatera. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(1), 195–204. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i1.1158>
- Samudra, D. (2026). *Ekonomi Internasional: Teori, Kebijakan, dan Dinamika Global*. Pemalang

- Sapto, S., Marwanti, S., Hastuti, D., & Fachriyani, H. A. (2024). Analisis daya saing ekspor teh Indonesia di pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 3(1), 57. <https://doi.org/10.20961/agrisema.v3i1.87516>
- Satriani, J. A., & Nihayah, A. N. (2025). Analisis pengaruh sektor energi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia: Pendekatan FMOLS periode 1993-2023. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 6(1), 157–167. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i1.2523>
- Sitepu, R. K. K., Susanti, A., Erlangga, G., Damayanti, E., Putri, S. K., & Anugraha, A. (2024). Analisis daya saing komoditas vanili Indonesia di pasar internasional. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 176–186. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.915>
- Sirait, J. H. E., Widayatsari, A., & Sidabalok, S. (2025). Analisis daya saing ekspor teh hitam Indonesia di pasar internasional tahun 2014-2023. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(9), 3769–3775. <https://doi.org/10.31604/jips.v12i9.2025.3769-3775>
- Sitohang, G. S., & Suhariantio, J. (2026). Analisis interdependensi nilai impor migas, cadangan devisa, kurs, inflasi dan BI Rate di Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 15(4), 519-547. <https://doi.org/10.24843/>
- Soesanto, E., Wahyuningrum, C., & Handayani, A. (2024). Ketergantungan ekonomi pada sektor migas: Diversifikasi sebagai upaya mengurangi risiko ekonomi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu TekniK*, 3(1), 10–21. <https://doi.org/10.55606/jurritek.v3i1.2485>
- Surya, S. A. (2023). Analisis Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Teh di Pasar Internasional. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1(3), 19–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/determinasi.v1i3.62>
- Suryanto, & Kurniati, P. S. (2022). Analisis perdagangan internasional Indonesia dan faktor-faktor yang memengaruhinya. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.6>
- Susdarwono, E. T., Rizal, M. S., & Wiranta, A. (2024). Geografi maritim terkait perairan darat, perairan kepulauan, dan laut wilayah Indonesia dalam perspektif hukum administrasi. *Journal of Studia Legalia*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61084/jsl.v5i01.86>
- Suwondo, J. P. R., Siswati, A., & Renaldi. (2026). Dinamika interdependensi pada kausalitas pertumbuhan ekonomi dan neraca pembayaran Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 15(3), 330–341. <https://doi.org/10.24843/EEB.2026.v15.i03.p06>
- UN Comtrade. (2023). United Nations Commodity Trade Statistics Database. Retrieved from <https://comtrade.un.org>
- Wambulwa, M. C., Meegahakumbura, M. K., Kamunya, S., & Wachira, F. N. (2021). From the wild to the cup: Tracking footprints of the tea species in time and space. *Frontiers in Nutrition*, 8, 1–8. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.706770>
- Wardhani, A. A. (2023). Analisis daya saing ekspors teh Indonesia di pasar Asean tahun 2017 - 2021 dengan pendekatan RCA, RSCA DAN ISP. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(2), 350–360. <https://doi.org/10.36985/ekuilmn.v5i2.799>
- Wirajaya, I. M. O., & Widanta, A. A. B. P. (2024). Determinan ekspor teh Indonesia. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(8), 826–846. <https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/208>
- Wirastiti, M., Widhyasa, A. A., & Yasin, M. (2024). Analisis struktur kinerja dan konsep keunggulan komparatif industri. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 63–71. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i3.2562>
- Worldbank. (2023). World Bank Group. https://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.AGRI.ZS?x_tr_hist=true
- Xiao, S., Li, Y., Jiang, H., Hou, S., Wang, Y., Wang, D., & Teng, J. (2025). Tea and its active ingredients in preventing and alleviating depression: A comprehensive review, 14, 1–26. <https://doi.org/10.3390/foods14122054>
- Yafi, M. A., & Adyanti, A. S. (2024). Kinerja daya saing teh hijau Indonesia di pasar internasional. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 21(2), 289–301. <https://doi.org/10.20961/sepa.v2i2.84185>
- Yu, W. (2023). The role of german economy in Europe. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 24(1), 151–155. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/24/20230686>
- Yurni, C. A., Sanjaya, N., Nurhayati, S., & Rohmi, M. L. (2025). Dampak perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia 2010–2021. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 485–499. <https://doi.org/10.63822/y2v7bg44>