

Research Article

# Analisis Daya Saing Teh Olahan (HS 210120) Indonesia di Pasar Global

## Analysis of The Competitiveness of Processed Tea (HS 210120) from Indonesia in The Global Market

Mayda Rekha Azizah<sup>1</sup>, Kralawi Sita<sup>2</sup>, Sotya Tresna Anggita<sup>2</sup>, Fadil Bagaskara<sup>2</sup>, and Arini Wahyu Utami<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Departemen Sosial Ekonomi, Pusat Penelitian Teh dan Kina

\* Correspondence: maydarekhaazizah@mail.ugm.ac.id

**Abstract:** The tea plantation sector contributes the lowest amount of foreign exchange to the country compared to other plantation commodities. Processed tea products (HS 210120) have great potential due to their high added value. However, Indonesia's processed tea exports have fluctuated over the past ten years and are at their lowest level compared to the 15 major exporting countries. This study analyses the market structure, competitiveness, and trade specialisation index of processed tea in the global market using secondary data from 1989 to 2023 from UN Comtrade. The analysis methods include the Herfindahl-Hirschman Index (HHI), Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD), Export Competitiveness Index (ECI), and Trade Specialisation Index. The results show that the processed tea market has an HHI concentration of 154.94 with a monopolistic competitive structure.  $RCA < 1$  indicates low comparative competitiveness, but  $ECI > 1$  indicates strong competitive competitiveness. The processed tea market is highly potential, so a development strategy is needed for Indonesia to compete sustainably in the global tea market

Received: 24 September 2025

Accepted: 12 Mei 2026

Published: 10 Juni 2026

Jurnal Sains Teh dan Kina  
Pusat Penelitian Teh dan Kina  
Desa Mekarsari, Kec. Pasirjambu,  
Kab. Bandung, Jawa Barat 40972  
redaksijptk@gmail.com  
(022)

**Keywords:** processed tea; export competitiveness; global market

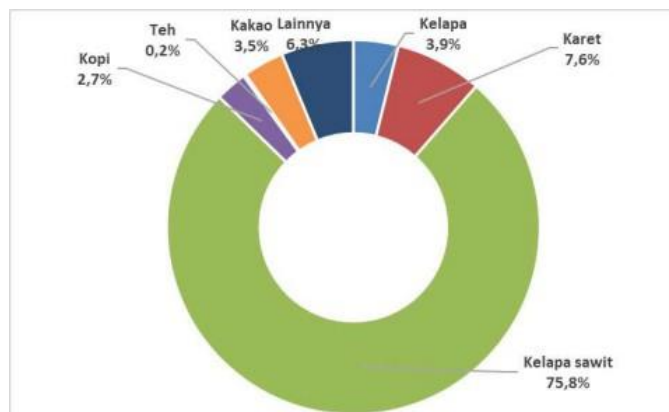
**Abstrak:** Sektor perkebunan teh menyumbang devisa negara dengan kontribusi terendah dibandingkan komoditas perkebunan lain. Produk teh olahan (HS 210120) memiliki potensi besar karena nilai tambahnya yang tinggi. Namun, ekspor teh olahan Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami fluktuasi dan berada di posisi terendah dibandingkan 15 negara eksportir utama. Penelitian ini menganalisis struktur pasar, daya saing, dan indeks spesialisasi perdagangan teh olahan di pasar global menggunakan data sekunder 1989-2023 dari UN Comtrade. Metode analisis meliputi Herfindahl-Hirschman Index (HHI), Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD), Export Competitiveness Index (ECI), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan. Hasil menunjukkan pasar teh olahan memiliki konsentrasi HHI sebesar 154,94 dengan struktur persaingan monopolistik.  $RCA < 1$  menunjukkan daya saing komparatif rendah, namun  $ECI > 1$  menunjukkan daya saing kompetitif yang kuat. Pasar teh olahan sangat potensial sehingga strategi pengembangan diperlukan agar Indonesia dapat bersaing berkelanjutan di pasar global.

**Kata Kunci:** teh olahan; daya saing ekspor; pasar global

### 1. Pendahuluan

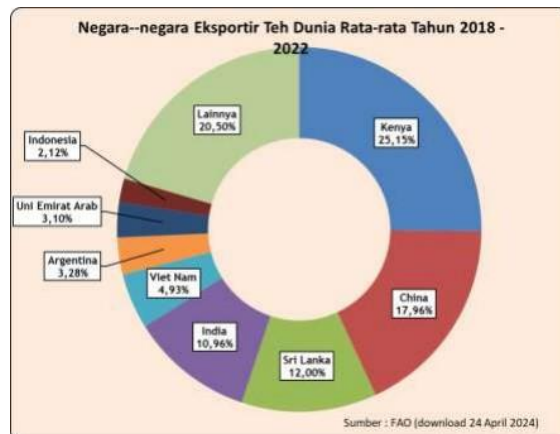
Sektor Pertanian merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian negara, terutama negara-negara berkembang seperti negara Indonesia. Pertanian berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan di Indonesia, terbukti dengan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja terbesar yakni sekitar 28,18% dari total tenaga kerja nasional (Badan Pusat Statistik, 2024). Sektor ini juga berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku dengan tingkat kontribusi sebesar 12,61% dengan sumangan tertinggi berasal dari subsektor perkebunan sebesar 4,17% (Badan Pusat Statistik, 2025). Selain itu, sektor pertanian juga memiliki peranan sebagai salah satu sektor penghasil devisa negara melalui kegiatan ekspor. Menurut BPS (2024) sektor ini memiliki kontribusi nyata dalam kegiatan ekspor, karena mampu menyumbang kontribusi sebesar 1,81% dari total ekspor non migas. Pertanian dikategorikan ke dalam sektor non migas dalam kegiatan perdagangan internasional terutama ekspor. Ekspor pertanian dibagi menjadi beberapa bidang meliputi bidang hasil pertanian, kehutanan dan perikanan. Pada bidang hasil pertanian, ekspor masih dikategorikan lagi menjadi ekspor perkebunan, tanaman semusim, tanaman hias dan pengembangbiakan tanaman.

Bidang perkebunan atau tanaman tahunan dikelompokkan lagi menjadi beberapa komoditas seperti komoditas teh, kopi, kakao, sawit dan komoditas lainnya.



Gambar 1.1 Kontribusi Nilai Ekspor Perkebunan Tahun 2023 (Kementerian Pertanian, 2024)

Diketahui sebaran kontribusi nilai ekspor perkebunan pada tahun 2023, dimana komoditas teh menyumbang kontribusi nilai paling rendah dibandingkan dengan komoditas lainnya, yaitu sebesar 0,2%. Kontribusi nilai ekspor yang rendah pada tahun 2023, didukung dengan data tren penurunan tingkat produksi teh di Indonesia selama 5 tahun terakhir yaitu pada rentang tahun 2015-2023. Walaupun demikian, menurut Kementerian Pertanian (2022) diketahui bahwasanya negara Indonesia pernah menjadi negara eksportir teh terbesar di dunia yaitu berada pada posisi ke-9 pada rentang tahun 2018-2022. Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Negara Eksportir Teh Dunia Tahun 2018-2022 Sumber : Kementerian Pertanian, 2024

Gambar 1.2 dilihat dari segi persaingan ekspor, pada tahun 2018-2022 negara Indonesia masih termasuk dalam 9 negara eksportir teh terbesar di dunia bersama negara China, Kenya, India, Sri Lanka, Vietnam, Argentina dan Uni Emirat Arab. Artinya, komoditas teh di Indonesia masih potensial untuk dikembangkan apabila dikelola dan diolah dengan manajemen yang tepat. Salah satu upaya manajemen pada industri teh adalah melalui inovasi dan hilirisasi. Hal itu dikarenakan adanya pengembangan produk pada sektor hilir komoditas teh seperti penambahan rasa,

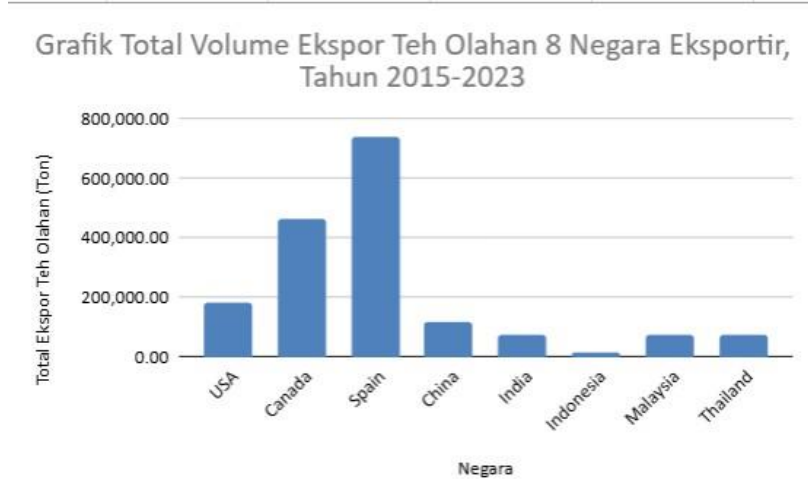
produk olahan teh dan teh dalam kemasan yang lebih menarik dinilai dapat mendorong peningkatan permintaan teh (Ichwani et al., 2019).

Produk olahan teh yang diwakilkan dengan produk berkode HS 210120 merupakan produk olahan dari ekstrak, esens dan konsentrat teh yang dibuat dari bahan teh. Teh olahan HS 210120 umumnya memiliki bentuk cair, bubuk, instant tea yang telah diberi bahan tambahan seperti pemanis, jasmine dan bahan herbal lainnya. Indonesia mulai memproduksi dan melakukan ekspor produk teh olahan 210120 sejak tahun 1989. Pada 10 tahun terakhir kontribusi ekspor teh olahan sangat fluktuatif dengan total ekspor tertinggi pada tahun 2022, dan mengalami penurunan signifikan pada tahun 2023. Produk teh olahan (HS 210120) mulai berkembang di Indonesia bahkan sudah mulai di ekspor ke negara lain semenjak tahun 1989.



Grafik 1.1 Total volume ekspor teh olahan di Indonesia Sumber UN Comtrade, diolah 2025

Produk teh olahan HS 210120 turut menyumbang devisa melalui kegiatan ekspor ke pasar dunia. Ekspor teh olahan mengalami fluktuasi volume ekspor setiap tahunnya seperti pada Grafik 1.2.



Grafik 1.2 Total Volume Ekspor Teh Olahan 8 Negara Eksportir, Tahun 2015-2023 (Sumber : UN Comtrade, diolah 2025)

Berdasarkan Grafik 1.2, diketahui volume total ekspor teh olahan (HS 210120) negara negara eksportir teh di dunia. Negara USA, Canada dan Spain merupakan negara eksportir teh olahan (HS 210120) terbesar di pasar dunia. India dan China merupakan salah satu negara eksportir teh olahan dimana negara ini juga merupakan negara produsen teh terbesar di dunia. Kemudian Indonesia, Malaysia dan Thailand merupakan negara eksportir teh olahan yang merupakan negara bagian dari ASEAN. Dilihat dari total volume ekspor teh olahan (HS 210120) negara Indonesia menempati posisi terendah karena volume ekspornya terendah dibandingkan dengan 8 negara lainnya. Oleh karena itu, dilakukan penelitian terkait dengan 'Analisis Daya Saing Teh Olahan Indonesia (HS 210120) di pasar global untuk mengetahui posisi dan daya saing teh olahan di pasar global.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Ramadhan (2021) metode deskriptif kuantitatif merupakan kombinasi antara pendekatan kuantitatif dan deskriptif. Pendekatan kuantitatif mengacu pada analisis sistematis menggunakan perhitungan matematis dan statistik, dimana seluruh variabel dapat diukur. Sementara itu, pendekatan deskriptif mengacu pada cara menjabarkan dan menginterpretasi hasil dari perhitungan yang telah dilakukan. Data penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat *time series* pada periode tahun 1989-2023 dari *website* resmi UN Comtrade. Data yang digunakan berupa data nilai ekspor teh olahan (HS 210120) dari 15 negara eksportir teh olahan dan data nilai total ekspor komoditas teh olahan (HS 210120) dari seluruh negara ke pasar dunia. Negara eksportir teh olahan (HS 210120) yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 15 negara, meliputi negara Indonesia, Spain, Canada, USA, China, India, Germany, Mexico, Thailand, Malaysia, Argentina, Turkey, Singapura, Filipina, dan Myanmar. Pemilihan negara eksportir didasarkan pada fakta bahwa negara tersebut secara konsisten selama 10 tahun terakhir termasuk dalam bagian 30 negara eksportir teh olahan terbesar di dunia. Dari 30 negara tersebut diambil 15 negara eksportir terbesar yang merupakan irisan dari negara eksportir teh olahan (HS 210120) dunia dengan negara penghasil teh terbesar di dunia dan negara yang merupakan bagian dari ASEAN.

Tabel 2.1 Irisan Negara Eksportir Teh Olahan (HS 210120), Periode Tahun 2014, 2019, 2022 (Setelah Covid-19) dan 2023

No	Negara	Eksportir teh olahan terbesar di dunia	Produsen teh terbesar di dunia	Negara ASEAN
1	Spain	v		
2	Canada	v		
3	USA	v		
4	China	v	v	
5	India	v	v	
6	Germany	v		
7	Mexico	v		
8	Thailand	v		v
9	Malaysia	v		v
10	Argentina	v	v	
11	Turkey	v	v	
12	Singapura	v		v
13	Filipina	v		v
14	Myanmar	v		v
15	Indonesia		v	v

Sumber : UN Comtrade 2025, diolah

Negara eksportir teh olahan (HS 210120) meliputi negara Spain, Canada, USA, Germany dan Mexico. Kemudian negara China, India, Argentina dan Turki merupakan irisan dari negara eksportir teh olahan (HS 210120) sekaligus negara produsen teh terbesar di dunia. Negara Indonesia, Singapore, Malaysia, Myanmar, Philippines dan Thailand adalah negara negara eksportir teh olahan yang juga merupakan negara bagian ASEAN.

### 2.1. Struktur Pasar

Menurut Putro & Hidayat, (2023) struktur pasar merupakan faktor yang mempengaruhi keterlibatan pihak dalam kegiatan ekonomi perdagangan internasional. Struktur pasar berkaitan erat dengan diversifikasi produk, keterlibatan negara dalam pasar internasional dan pangsa pasar. Pangsa pasar diartikan sebagai salah satu elemen pembentuk struktur pasar dan memiliki hubungan dengan konsentrasi dan distribusi pasar. Struktur

ekspor teh olahan Indonesia dapat dianalisis menggunakan metode HHI atau Herfindahl-Hirschman Index. Herfindahl-Hirschman Index (HHI) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui konsentrasi pasar yang pada akhirnya akan menggambarkan struktur pasar suatu komoditas tertentu. Dalam analisisnya, HHI dilakukan melalui beberapa tahap perhitungan. Proses analisis HHI dimulai dengan menghitung pangsa pasar masing-masing negara, yaitu dengan membandingkan nilai ekspor teh olahan (kode HS 210120) dari suatu negara terhadap total ekspor global untuk komoditas yang sama.

$$S_{ij} = \frac{X_{ij}}{TX_j}$$

Keterangan..... (Hasibuan, 1993)

S<sub>ij</sub> = Pangsa pasar komoditas teh olahan (HS 210120) di pasar dunia

X<sub>ij</sub> = Nilai total ekspor teh olahan (HS 210120) dari 15 negara(Spain, Canada, Mexico, Germany, USA, India, China, Argentina, Turkey, Myanmar, Indonesia,, Malaysia, Philippines, Thailand, dan Singapore) ke pasar dunia

TX<sub>j</sub> = Nilai total ekspor komoditas teh olahan dari seluruh negara ke dunia

Setelah memperoleh data pangsa pasar, langkah selanjutnya adalah menghitung indeks HHI dengan menjumlahkan kuadrat dari setiap pangsa pasar negara yang dianalisis

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Keterangan..... (Putro & Hidayat, 2023)

S<sub>i</sub> : Pangsa pasar

i : Negara eksportir

n : Jumlah negara eksportir ke negara tujuan

Hasil perhitungan HHI menunjukkan struktur pasar, apabila bernilai tinggi artinya pasar tersebut merupakan pasar monopoli. Sedangkan, HHI yang menunjukkan nilai rendah dapat diartikan bahwa pasar tersebut terdistribusi dengan baik atau merupakan pasar persaingan. Untuk mengetahui pengelompokkan nilai HHI, dapat dilihat melalui tabel dibawah ini :

Tabel 2.2 Pengkategorian nilai Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

Nilai HHI	Keterangan konsentrasi pasar
HHI < 1.000	Konsentrasi pasar rendah
1.000 < HHI < 1.800	Konsentrasi pasar sedang
1.800 < HHI < 10.000	Konsentrasi pasar tinggi

(Putro & Hidayat, 2023)

Menurut Hasibuan (1993) hasil perhitungan *Hirschman Herfindahl Index* dapat dikategorikan kedalam beberapa kelompok, seperti berikut :

Tabel 2.3 Pengkategorian nilai Herfindahl-Hirschman Index (HHI) (Hasibuan, 1993)

Nilai HHI	Kategori Pasar
HHI < 100 (0-99,9)	Pasar persaingan sempurna
100 < HHI < 2.500 (100-999,9)	Pasar persaingan monopolistik
2500 < HHI < 10.000	Pasar oligopoli
HHI mencapai 10.000 (HHI = 10.000)	Pasar monopoli

1.1. Analisis Daya Saing

Analisis daya saing ekspor suatu komoditas teh olahan di pasar global, dapat dilakukan melalui beberapa metode analisis. Metode yang umum diterapkan dalam analisis daya saing adalah analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Analisis RCA digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif teh olahan Indonesia. Suatu komoditas dikatakan memiliki keunggulan komparatif apabila suatu negara memiliki nilai ekspor yang lebih besar dibandingkan dengan pangsa pasar komoditas terkait pada ekspor negara tujuan (Jannati *et al.*, 2020). Perhitungan RCA suatu komoditas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_i}{X_{iw} / X_w}$$

Keterangan ..... (Jannati *et al.*, 2020)

- $X_{ij}$  : Nilai ekspor produk teh olahan negara Indonesia
- $X_j$  : Nilai total ekspor negara Indonesia
- $X_{iw}$  : Nilai ekspor produk teh olahan dunia
- $X_w$  : Nilai total ekspor dunia

Hasil perhitungan RCA pada suatu komoditas ekspor negara memiliki nilai lebih dari satu ( $RCA > 1$ ) menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dan bernilai kurang dari satu ( $RCA < 1$ ) menunjukkan bahwa negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif pada komoditas terkait (Itamary & Hendrati, 2022).

*Export Performance Determinants* (EPD) merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai indikator daya saing suatu komoditas atau keunggulan kompetitif suatu komoditas. Metode EPD digunakan untuk mengukur kinerja ekspor suatu komoditas di pasar tujuan. Pertumbuhan ekspor suatu negara yang berkelanjutan memiliki peluang yang besar untuk menjadi sumber pendapatan negara (Immanuel *et al.*, 2019). Metode EPD dapat dijadikan pelengkap metode analisis RCA untuk mengukur keunggulan suatu komoditas tersebut. *Export Performance Determinants* memiliki 2 aspek penting yaitu kemampuan bisnis yang dimodelkan pada sumbu x dan daya tarik pasar yang dimodelkan dengan sumbu y. Untuk perhitungan 2 sumbu yang dimiliki oleh metode *Export Performance Determinants* dapat dilihat melalui rumus berikut :

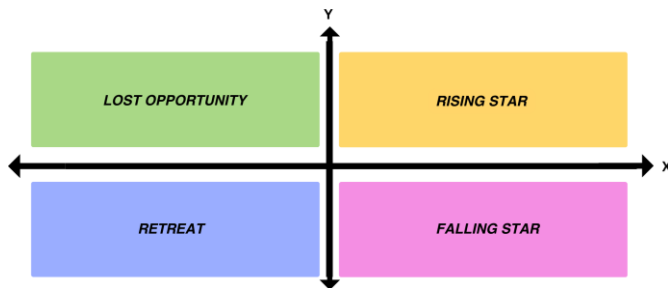
$$Sumbu X = \frac{\sum_{t=1}^T ((\frac{X_{ij}}{X_w})_t \times 100) - ((\frac{X_{ij}}{X_w})_{t-1} \times 100)}{T} \dots\dots\dots(Putro \& Hidayah, 2023)$$

$$Sumbu Y = \frac{\sum_{t=1}^T ((\frac{X_j}{X_w})_t \times 100) - ((\frac{X_j}{X_w})_{t-1} \times 100)}{T}$$

Keterangan :

- T : Total tahun analisis
- T : tahun analisis

*Export Performance Determinants* memiliki matriks posisi pasar sebagai berikut :



Berdasarkan Matriks EPD diatas posisi pasar ekspor suatu komoditas diklasifikasikan menjadi 4 kelompok, yaitu *lost opportunity*, *rising star*, *retreat* dan *falling star*. Menurut Immanuel *et al.*, (2019) posisi *rising star* merupakan posisi tertinggi atau yang paling ideal, yang menunjukkan bahwa negara eksportir berhasil memperoleh pangsa pasar teh yang mengalami pertumbuhan permintaan cepat. Sementara itu, posisi *lost opportunity* menggambarkan penurunan pangsa pasar pada produk yang memiliki sifat

dinamis, yang dapat berakibat pada hilangnya pangsa ekspor. Pada posisi *rising star*, terjadi peningkatan pangsa pasar ekspor dengan permintaan yang cenderung stabil, sehingga posisi ini dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan *lost opportunity*. Posisi terakhir, yaitu *retreat*, dianggap paling tidak menguntungkan karena mencerminkan situasi di mana eksportir kehilangan pangsa ekspor dan permintaan produk tidak berkembang. Kemudian, untuk analisis keunggulan kompetitif tidak hanya menggunakan EPD namun juga bisa menggunakan metode *Export Competitive Index (ECI)*. *Export Competitive Index* digunakan untuk mengetahui perbandingan antara rasio ekspor suatu tahun dengan rasio ekspor tahun sebelumnya. Dalam analisisnya ECI dapat dihitung menggunakan rumus dibawah ini :

Keterangan :

$X_{ij}$  : Nilai ekspor olahan teh Indonesia  $X_w$  : Nilai ekspor olahan teh dunia

T : Periode sekarang

t-1 : Periode sebelumnya

$$ECI = \frac{\left( \frac{X_{ij}^T}{X_w^T} \right)}{\left( \frac{X_{ij}^{t-1}}{X_w^{t-1}} \right)}$$

Berdasarkan perhitungan, hasil ECI dikelompokkan menjadi 2 bagian :

1.  $ECI > 1$ , memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan
2.  $ECI < 1$ , memiliki keunggulan kompetitif yang rendah

Metode *X-Model Potential Export Product* merupakan metode pengelompokan hasil kolaborasi antara metode RCA dengan metode EPD. Metode ini digunakan untuk melihat kondisi pasar ekspor baik dari sisi keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatifnya (Mustofa *et al.*, 2023).

Tabel 2.4 pengelompokan metode *X-Model Potential Export Product*:

Klasifikasi RCA	Klasifikasi EPD	Pengelompokan X-Model Potential Export Product
RCA>1	<i>Rising Star</i>	Pasar Optimis
	<i>Lost Opportunity</i>	Pasar Potensial
	<i>Falling Star</i>	Pasar Potensial
	<i>Retreat</i>	Kurang potensial
RCA<1	<i>Rising Star</i>	Pasar Optimis
	<i>Lost Opportunity</i>	Pasar Potensial
	<i>Falling Star</i>	Pasar Potensial
	<i>Retreat</i>	Kurang potensial

### 1.2. *Export Competitiveness Index (ECI)*

Posisi pasar ekspor teh olahan Indonesia dapat dianalisis menggunakan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan atau ISP. Menurut Turnip *et al.*, (2016) penggunaan metode ISP bertujuan untuk mengukur keunggulan kompetitif dan mengetahui posisi pasar ekspor teh olahan di pasar tujuan. Perhitungan ISP dapat dilakukan melalui formulasi berikut :

$$ISP = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Keterangan :

ISP : Indeks spesialisasi Perdagangan

$X_{ij}$  : Nilai ekspor teh olahan Indonesia

$M_{ij}$  : Nilai impor teh olahan Indonesia

Menurut Turnip *et al.*, (2016) perhitungan nilai ISP menunjukkan nilai diantara 1 dan +1, walaupun demikian nilai ISP dapat berupa angka 0. Nilai ISP sebesar 0 menunjukkan bahwa suatu negara memiliki jumlah volume ekspor dan impor yang sama besar untuk suatu komoditi tertentu atau suatu negara hanya

melakukan kegiatan impor ke negara lain namun tidak melakukan ekspor untuk suatu komoditi yang sama. Kemudian, nilai ISP yang bernilai positif atau ISP di antara 0 hingga +1 artinya suatu negara yang melakukan ekspor komoditas tertentu memiliki daya saing yang cukup kuat dan tergolong sebagai salah satu negara eksportir komoditi terkait di pasar global.

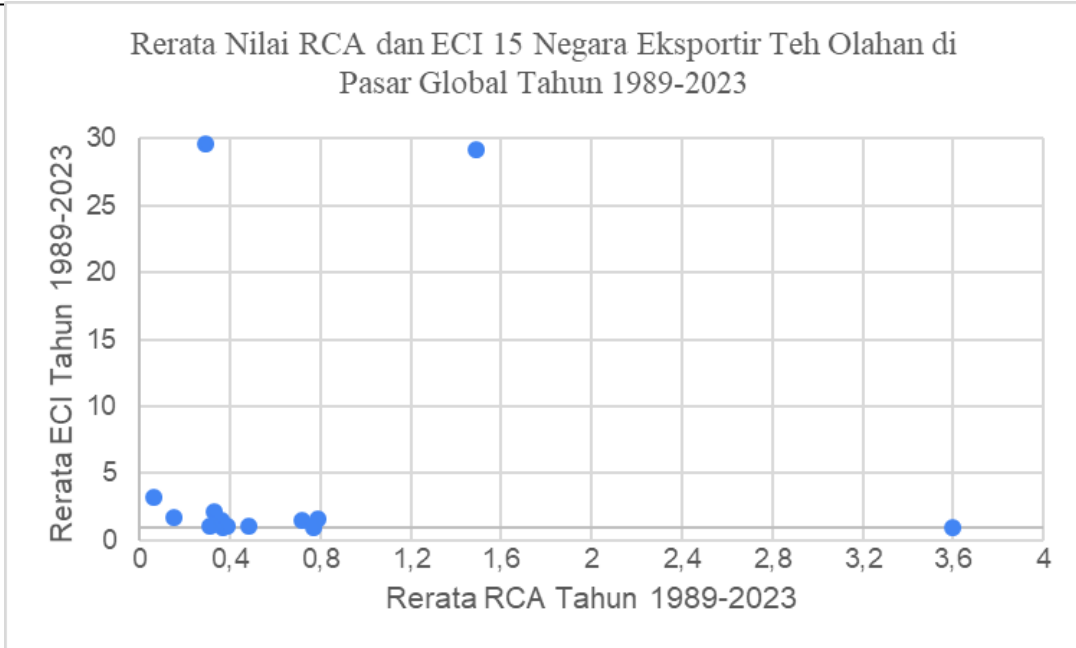
## 2. Hasil dan Pembahasan

### 2.1. Struktur Pasar Teh Olahan HS 210120 di Pasar Global

Struktur pasar merujuk pada karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi berbagai elemen di dalamnya seperti sifat persaingan, harga, konsentrasi pasar serta hambatan yang dihadapi suatu komoditas tertentu pada pasar tersebut. Struktur pasar sangat dipengaruhi oleh pangsa pasar suatu komoditas. Pada penelitian ini, struktur pasar dianalisis menggunakan metode *Hirschman Herfindahl Index* (HHI) menggunakan data selama 34 tahun mulai dari tahun 1989 hingga 2023. Diperoleh rerata nilai *Hirschman Herfindahl Index* (HHI) sebesar 154,94. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa komoditas teh olahan dunia memiliki struktur pasar dengan konsentrasi rendah karena memiliki rerata HHI kurang dari 1000. Nilai HHI yang menunjukkan angka kurang dari 1000 menunjukkan bahwa struktur pasar komoditas terkait berbentuk pasar persaingan sempurna atau pasar persaingan monopolistik atau cenderung oligopoli (Rahman *et al.*, 2021). Komoditas teh olahan memiliki rerata HI sebesar 154,94 dapat dispesifikan lagi ke dalam pasar monopolistik karena memiliki nilai rerata pada rentang angka 100 hingga 999,9 (Hasibuan, 1993). Menurut Arum (2021) pasar monopolistik merupakan pasar dengan karakteristik ekstrem karena memiliki kombinasi sifat dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Pasar monopolistik ditandai dengan banyaknya jumlah konsumen dan produsen. Setiap produsen teh olahan memiliki kekuatan yang setara, tanpa ada yang mendominasi pasar. Banyaknya jumlah produsen dengan posisi yang setara membuat produsen memiliki tingkat pengaruh yang rendah dalam pembentukan harga produk di pasar. Akibatnya terdapat peluang yang besar untuk bersaing dalam hal keragaman produk teh olahan. Hal itu tercermin dari keberagaman komoditas teh olahan yang ditawarkan oleh masing masing negara eksportir baik dari segi variasi teh olahan, rasa dan bentuknya.

### 2.2. Analisis Daya Saing Teh Olahan HS 210120 di Pasar Global

Teh olahan merupakan salah satu komoditas yang kompetitif dan perkembangannya yang cukup dinamis. Komoditas ini memiliki struktur pasar monopolistik dengan jumlah produsen yang banyak dan tidak adanya dominasi pasar dari salah satu produsen secara signifikan. Hal tersebut membuat daya saing antar negara produsen sangat ketat dan kompetitif. Daya saing dapat dianalisis menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Export Competitive Index* (ECI) dan *Export Performance Determinants* (EPD). Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengetahui daya saing ekspor teh olahan yang dilihat dari keunggulan komparatifnya sedangkan analisis *Export Competitive Index* (ECI) digunakan untuk menganalisis daya saing teh olahan yang dilihat dari keunggulan kompetitifnya. Berdasarkan analisis menggunakan metode analisis RCA dan ECI diperoleh sebaran hasil daya saing 15 negara eksportir teh olahan di pasar dunia pada rerata tahun 1989-2023 seperti pada Grafik 3.1.



Grafik 3.1 Rerata Nilai RCA dan ECI 15 Negara Eksportir Teh Olahan di Pasar Global Tahun 1989-2023 Sumber : UN Comtrade (diolah)

Berdasarkan Grafik 3.1 diketahui rerata nilai RCA yang tercermin pada sumbu x (horizontal) dan rerata ECI pada sumbu y sistem koordinat kartesius. Diketahui bahwa negara dengan rerata nilai RCA lebih dari satu ( $RCA > 1$ ) adalah negara Kanada dan India. Dilihat dari rerata ECI diketahui bahwa negara dengan daya saing yang tinggi adalah negara Argentina dan Kanada karena memiliki rerata nilai ECI lebih dari satu ( $ECI > 1$ ). Kemudian untuk negara Indonesia memiliki daya saing yang tinggi apabila ditinjau dari rerata ECI yang bernilai lebih dari satu. Hal itu menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dalam bersaing di pasar global untuk komoditas teh olahan. Ditinjau dari keunggulan komparatifnya, negara Indonesia memiliki daya saing yang cukup rendah karena memiliki rerata RCA kurang dari satu. Sedangkan untuk negara lain, cenderung memiliki daya saing yang rendah, dengan detail lebih lanjut yang dapat dilihat melalui Tabel 3.1 dibawah.

Tabel 3.1 Rerata nilai RCA dan ECI 15 Negara Eksportir Teh Olahan Tahun 1989-2023

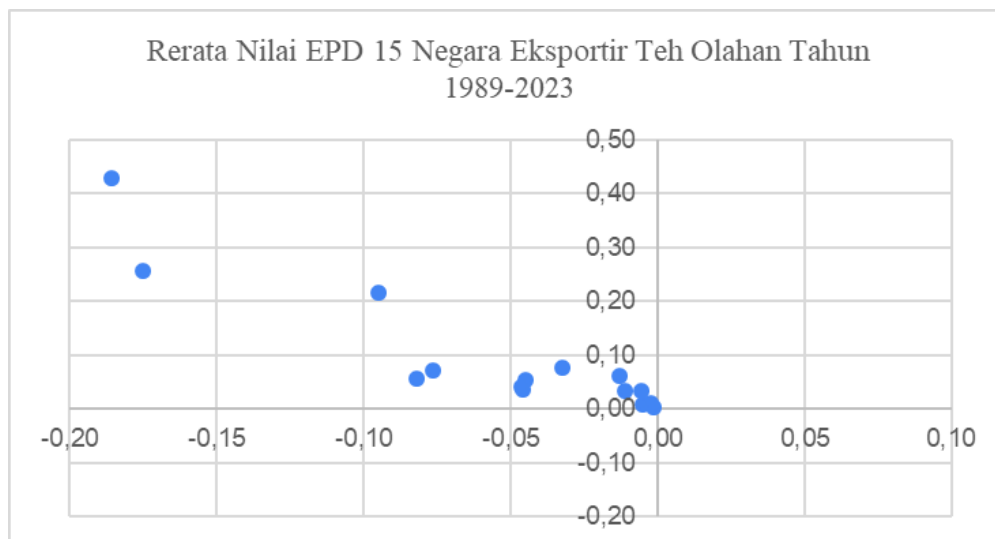
Negara	RCA	ECI
Argentina	0,29	29,54
Myanmar	0,33	2,17
Canada	1,49	29,16
China	0,37	1,08
Germany	0,37	0,98
Indonesia	0,15	1,73
Mexico	0,36	1,46
Philippines	0,31	1,12
India	3,60	0,99
Singapore	0,39	1,06
Spain	0,79	1,66
Thailand	0,48	1,11
Türkiye	0,06	3,22
Malaysia	0,72	1,45
USA	0,77	1,00

Sumber : UN Comtrade 2025 (Diolah)

Berdasarkan hasil analisis keunggulan komparatif teh olahan (HS 210120) ke pasar global, India dan Kanada memiliki keunggulan komparatif yang tercermin dari rerata nilai RCA lebih dari satu ( $RCA > 1$ ). Akan tetapi, Türkiye dan Indonesia memiliki daya saing ekspor teh olahan yang rendah karena kurang memiliki

keunggulan komparatif dibandingkan dengan negara pesaing lainnya. Hal tersebut dilihat dari rerata RCA negara Turkiye dan Indonesia kurang dari satu ( $RCA < 1$ ) bahkan menempati posisi dua terendah dari 15 negara pesaing ekspor teh olahan di dunia. Meskipun demikian, negara Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang lebih unggul dibandingkan dengan negara India yang tercermin dari rerata ECI Indonesia sebesar 1,73 ( $ECI > 1$ ) dan India sebesar 0,99 ( $ECI < 1$ ). India kurang kompetitif pada komoditas teh olahan karena mengalami keterlambatan adopsi teknologi pengolahan teh yang menghambat efisiensi produksi teh olahan. Kemudian India juga masih dipengaruhi oleh tradisi atau praktik tradisional yang telah berlangsung lama dalam proses pengolahan teh sehingga kurang responsif terhadap perkembangan teknologi dan pasar (Vishwanathan & Shah, 2014). Sementara itu, Kanada menunjukkan daya saing yang signifikan, yang tercermin dari rerata ECI dengan posisi tertinggi kedua setelah Argentina.

Daya saing ekspor teh olahan dari segi keunggulan kompetitif dapat diketahui melalui hasil analisis *Export Performance Determinants* (EPD). Analisis ini digunakan untuk menilai kinerja komoditas teh olahan pada 15 negara eksportir apakah bersifat dinamis atau tidak. *Export Performance Determinants* juga menunjukkan kondisi posisi pasar ekspor teh olahan pada masing masing negara yang diteliti. Grafik 3.2 Menunjukkan hasil rerata analisis perhitungan EPD 15 negara eksportir teh olahan pada pasar dunia.



Grafik 3.2 Matriks Hasil Analisis EPD pada 15 Negara Eksportir Teh Olahan Tahun 1989-2023 Sumber UN Comtrade (diolah)

Berdasarkan Grafik 3.2 diketahui bahwa ekspor komoditas teh olahan pada 15 negara eksportir di pasar dunia berada pada kuadran II dengan kategori *lost opportunity*. Negara dengan kategori pasar *lost opportunity* memiliki kondisi pasar teh olahan yang cenderung mengalami penurunan pangsa pasar (Nurhayati *et al.*, 2019). Posisi ini merupakan posisi kondisi pasar ekspor yang tidak diinginkan karena mengharuskan negara tersebut melakukan perluasan pangsa pasar ekspor di pasar global untuk meningkatkan daya saing komoditas teh olahan pada masing masing negara. Untuk mengatasi hal ini, perluasan pangsa pasar ekspor menjadi langkah strategis yang krusial yang dapat diterapkan dengan meningkatkan kualitas dan konsistensi produk teh olahan agar dapat bersaing dengan negara pesaing dan produk substitusinya. Selain itu, perluasan pangsa pasar dapat dilakukan dengan memperluas jaringan negara tujuan ekspor teh olahan, menjangkau negara negara yang belum tersentuh oleh negara pesaing lainnya. Pemerintah juga dapat turut serta dalam upaya perluasan pangsa pasar, melalui kebijakan ekspor, pengurangan tarif ekspor serta melakukan perjanjian dan menjalin kerjasama dengan negara terkait (Wati *et al.*, 2023)

Hasil analisis keunggulan komparatif menggunakan metode RCA dan analisis keunggulan kompetitif menggunakan metode EPD dapat dikombinasikan menjadi analisis *X-Model Potential*

*Export Product*. Analisis ini digunakan untuk pengelompokan produk teh olahan pada negara eksportir ke dalam pasar perdagangan yang lebih terfokus (Nurhayati *et al.*, 2019).

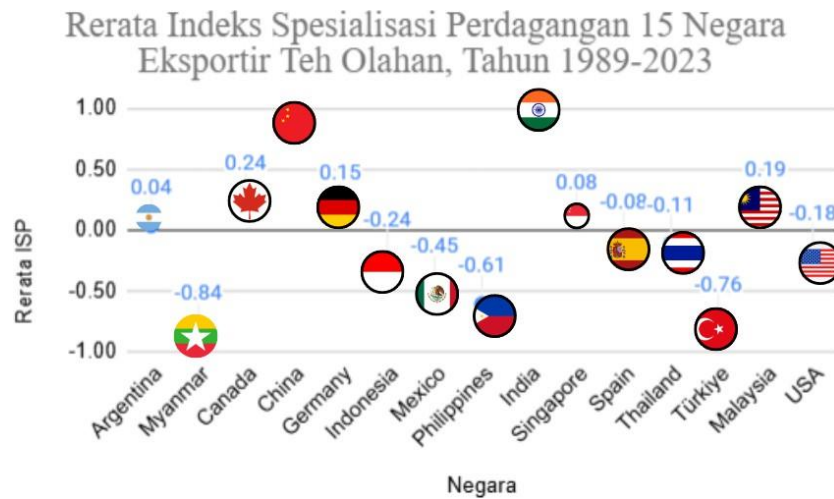
Tabel 3.2 Hasil Analisis X-Model *Potential Export Product* 15 Negara Eksportir Teh Olahan di Pasar Global Tahun 1989-2023

Negara	RCA	EPD	X-Model
Argentina	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Myanmar	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Canada	RCA>1	Lost opportunity	Pasar potensial
China	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Germany	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Indonesia	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Mexico	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Philippines	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
India	RCA>1	Lost opportunity	Pasar potensial
Singapore	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Spain	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Thailand	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Türkiye	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
Malaysia	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial
USA	RCA<1	Lost opportunity	Pasar kurang potensial

Sumber : UN Comtrade Tahun 2025 (Diolah)

Berdasarkan hasil analisis X-Model *Potential Export Product*, komoditas teh olahan pada 15 negara eksportir teh olahan dunia memiliki 2 kategori hasil yaitu kategori pasar potensial dan kategori pasar kurang potensial. Dari 15 negara eksportir hanya 2 negara yang memiliki kategori pasar potensial yaitu negara Kanada dan India. Kedua pasar tersebut merupakan pasar yang paling potensial untuk dikembangkan dibandingkan dengan 15 negara eksportir lainnya. Menurut Jagadeesh *et al.*, (2024) India dinilai memiliki potensi pasar yang cukup menjanjikan untuk komoditas teh olahan karena India merupakan salah satu negara dengan tingkat produsen dan konsumen terbesar didunia. Dilihat dari kapasitas produksinya, negara India memiliki tingkat produksi teh yang cukup signifikan, baik untuk memenuhi permintaan pasar domestik yang cukup tinggi dan mengekspor produknya ke berbagai negara dunia. Potensi pasar teh olahan India juga didukung dengan perkembangan dan perluasan pasar di dunia terutama di beberapa negara yang belum dimanfaatkan secara optimal, seperti Hongkong, USA hingga Italy. Kanada memiliki kategori pasar potensial, terbukti dari tingkat daya saing komparatifnya tinggi dengan nilai RCA lebih dari satu. Kemudian, untuk negara Indonesia dan negara lainnya termasuk dalam kategori pasar kurang potensial. Hal itu disebabkan oleh daya saing ekspor teh olahan pada negara Indonesia dan 12 negara lainnya memiliki kategori yang rendah serta posisi ekspor yang kurang menguntungkan karena adanya penurunan pangsa pasar (Nurhayati *et al.*, 2018).

## 2.3. Indeks Spesialisasi Perdagangan Teh Olahhan HS 210120 Indonesia di Pasar Global



Grafik 3.3 Rerata Indeks Spesialisasi Perdagangan 15 Negara Eksportir Teh Olahhan, Tahun 1989-2023

Sumber : UN Comtrade (diolah)

Hasil perhitungan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas teh olahan 15 negara eksportir teh olahan dengan negara tujuan utama dunia selama rentang tahun 1989-2023 ditunjukkan pada Grafik 3.2. Berdasarkan Grafik 3.2 dapat diketahui bahwa rerata ISP tertinggi dimiliki oleh negara India dengan rerata nilai ISP sebesar 0,92 dan rerata ISP terendah berada pada negara Myanmar dengan rerata sebesar -0,84. Pada pasar dunia beberapa negara seperti negara Argentina, Canada, China, Germany, India, Singapore, dan Malaysia memiliki kecenderungan posisi perdagangan sebagai negara eksportir teh olahan. Negara rerata ISP yang menunjukkan nilai rentang antara 0 hingga positif 1 ( $0 < \text{ISP} < 1$ ) artinya negara tersebut berperan dalam pasar perdagangan dunia sebagai eksportir teh olahan. Kemudian, negara dengan rerata ISP yang menunjukkan nilai rentang antara -1 hingga 0 ( $-1 < \text{ISP} < 0$ ) artinya negara tersebut berperan sebagai importir teh olahan dalam pasar dunia (Jannati *et al.*, 2020). Negara yang dikategorikan sebagai negara dengan posisi perdagangan sebagai importir teh olahan meliputi negara Myanmar, Mexico, Philippines, Spain, Thailand, Turkiye dan USA.

Menurut Rahmah *et al.*, (2021) posisi perdagangan teh olahan Indonesia di pasar dunia menunjukkan nilai rerata ISP sebesar -0,24 yang artinya Indonesia cenderung menjadi negara importir teh olahan karena memiliki rerata ISP bernilai negatif. Ketika rerata ISP memiliki rentang -0,51 hingga 0,00 dapat diartikan bahwa negara Indonesia sebagai importir dikategorikan dalam tahapan substitusi impor. Substitusi impor terjadi karena negara Indonesia cenderung lebih banyak melakukan impor dibandingkan melakukan ekspor, negara ini biasanya juga memiliki skala produksi yang rendah hanya untuk memenuhi permintaan domestik saja. Selain Indonesia, negara Mexico, Spain, Thailand dan USA juga dikategorikan sebagai negara importir teh olahan dengan tahapan substitusi impor. Kemudian, apabila dibandingkan dengan negara Myanmar, Philippines, dan Turkiye, negara Indonesia memiliki posisi perdagangan yang lebih tinggi di pasar global, hal itu dikarenakan ketiga negara tersebut termasuk dalam negara dengan tahapan pengenalan atau merupakan negara yang baru memulai ekspor produk baru tersebut. Tahapan kematangan ekspor dimiliki oleh negara dengan rerata ISP berada pada rentang 0,01 hingga 0,80 yang meliputi negara Argentina, Canada, Germany, Singapore dan Malaysia. Negara yang berada pada tahapan pertumbuhan ekspor biasanya memiliki skala produksi yang cukup besar di pasar domestiknya sehingga jumlah penawarannya lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah permintaannya. Kecenderungan jumlah penawaran yang tinggi mendorong negara negara tersebut untuk melakukan ekspor ke negara lain. Negara China dan India berada pada tahapan kematangan ekspor yang mana produk teh olahan sudah terstandarisasi yang baik menggunakan teknologi teknologi modern dalam proses produksinya.

Berdasarkan 15 negara eksportir teh olahan di pasar global, negara dengan daya saing tertinggi dilihat dari hasil analisis ISP adalah negara India yang kemudian disusul oleh negara China. Negara dengan spesialisasi perdagangan terendah dimiliki oleh negara Myanmar, hal itu dikarenakan Myanmar baru mulai melakukan ekspor teh olahan ke pasar dunia pada tahun 2013. Walaupun demikian, Myanmar patut diperhitungkan dalam analisis ini karena memiliki perkembangan ekspor teh olahan yang cukup signifikan. Dilihat dari negara anggota ASEAN, negara Malaysia merupakan negara dengan posisi spesialisasi tertinggi dengan kecenderungan sebagai negara eksportir, sedangkan negara dengan posisi perdagangan terendah adalah negara Myanmar. Dibandingkan dengan negara bagian ASEAN, Indonesia memiliki spesialisasi perdagangan pada posisi ke-4 dari 6 negara yang digunakan sebagai pembanding.

### 3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan 'Analisis Daya Saing Teh Olahan Indonesia (HS 210120) di Pasar Global' didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Struktur pasar komoditas teh olahan (HS 210120) di pasar global berbentuk pasar persaingan monopolistik melalui pendekatan *Herfindahl-Hirschman Index*
2. Pasar teh olahan Indonesia (HS 210120) dikategorikan ke dalam pengembangan pasar yang kurang potensial (melalui pendekatan *X-Model Potential Export Product*) dengan daya saing komparatif teh olahan Indonesia rendah (melalui pendekatan *RCA*). Teh Olahan (HS 210120) memiliki daya saing kompetitif yang tinggi dengan nilai *ECI* yang dihasilkan bernilai positif. Namun teh olahan Indonesia dikategorikan dalam kategori *lost opportunity* atau kuadran II.
3. Indonesia memiliki posisi sebagai negara importir dalam pasar global teh olahan (HS 210120)

### Daftar Pustaka

- Aprita, S dan R. Adhitya. (2020). Hukum Perdagangan Internasional. Depok: Rajawali Pers.
- Arum, A.S. (2021). Analisis Daya Saing Ekspor Kakao Olahan Indonesia. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Analisis Komoditas Ekspor 2019-2023. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2024. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Indikator Pertanian 2024. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Hasibuan, N. (1993). Ekonomi Industri Persaingan Monopoli dan Regulasi. Jakarta: LP3ES.
- Ichwani, T.H., A. Daryanto., dan A.M. Fauzi. (2019). Strategi peningkatan keberlanjutan daya saing teh organik. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 5(1): 109-120.
- Immanuel, Suharno, dan A. Rifin. (2019). Hubungan pajak ekspor progresif dengan daya saing ekspor produk kelapa sawit Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 13(2) :211-233.
- Itamary, A.I., dan I.M. Hendrati. (2022). Analisis daya saing ekspor crude palm oil (cpo) indonesia di pasar india. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2): 208-217.
- Indonesian Trade Promotion Center OSAKA. (2022). Laporan Analisis Intelijen Bisnis. Indonesian Trade Promotion Center OSAKA
- Jagadeesh, M.S., H.T. Vinay., V. Pavithra., G.J. Abhishek., Veetshetty., A.S. Chikkalaki., and A.P. Jahnavi. (2024). India's tea export potential: stirring up global trade opportunities. *Journal of Experimental Agriculture International*, 46(9): 309-319.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2024). Outlook Komoditas Perkebunan Teh. Pusat Data dan Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Maulana, A. (2017). Analisis ekspor kakao olahan kesembilan negara tujuan tahun 2000-2014. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 17(2): 103-117.
- Maxiselly, Y., I.R.D. Anjarsari., dan D.N. Sari. (2023). Pemanfaatan Limbah Teh dan Kulit Kopi Sebagai Bentuk Hilirisasi ke dalam Beberapa Produk Layak Guna. *Deepublish Digital*, Yogyakarta.
- Mustofa, M.A., dan A. S. Choir. (2021). Diversifikasi pasar dan daya saing ekspor produk teh olahan kopi indonesia ke pasar emerging market terpilih. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2021.
- Nurhayati, E., S. Hartoyo., dan S. Mulatsih. (2019). Analisis pengembangan ekspor pala, lawang, dan kapulaga Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 19(2): 173-190.

- Putro, F.A.D dan N.K. Hidayat. (2023). Ekspor teh hitam indonesia ke jepang: struktur pasar dan daya saing. *Badan Riset dan Inovasi Nasional*, 17(2): 177-202.
- Rahmadoba, L., D. Nauliy., dan D.I. Putri. (2023). Analisis daya saing kakao olahan indonesia di negara tujuan utama dunia. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*, 8(1): 39-46.
- Rahmah, A., H. Fajeri., dan S.Ikhsan. (2021). Analisis daya saing ekspor kunyit indonesia di pasar internasional. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)*, 5(3): 30-39.
- Ramadhan, M. 2021. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rinaldy, E., D. Ikhlas., dan A. Utama. (2018). *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*. PT Bumi Aksara, Jakarta Timur.
- Simalango, M., C. Fadil., dan N. Imaningsih. (2023). Analisis daya saing ekspor teh indonesia di pasar global tahun 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8): 458-464.
- Sitepu, R.K., G.G. Tambunan., D.Y.N. Damanik., E.E.B. Tarigan., R.F. Salsabila., dan M.D. Stis. (2024). Ekspor lada indonesia ke vietnam, amerika serikat, dan india. *Jurnal GICI: Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16(1): 13-18.
- Turnip, S.M.L., Suharyono., dan M.K. Mawardi. (2016). Analisis daya saing crude palm oil (cpo) indonesia di pasar internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(1): 185-194.
- Vishwanathan, P., Shah, A. (2014). Has Indian tea plantation sector weathered the crisis? An assessment in the postreforms context. Di dalam: Das, K. (editor). *Globalization and standards: Issues and challenges in Indian business*. India Studies in Business and Economics. New Delhi: Springer. 275–291.
- Wati, A. E., I. F.F. Puteri., M. R. Lauzardi., M. A. Maksum., dan V. Y. S. Taryana. (2023). Pengaruh perjanjian indonesia-japan economic partnership agreement (ijepa) terhadap pangsa pasar produk indonesia di jepang. *Jurnal Economina*, 2(1): 218-229.