

**ANALISIS PERDAGANGAN TEH INDONESIA
DI PASAR INTERNASIONAL**

SKRIPSI

OLEH:

Marchell Eben Yesaya Pasaribu

208220027



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repositorv.uma.ac.id)24/12/24

**ANALISIS PERDAGANGAN TEH INDONESIA
DI PASAR INTERNASIONAL**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

**OLEH:
Marchell Eben Yesaya Pasaribu
208220027**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PERDAGANGAN TEH
INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL
Nama : Marchell Eben Yesaya Pasaribu
NPM : 208220027
Fakultas : Pertanian

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing



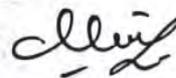
Faiz Ahmad Sibuca SP, M.Si
Pembimbing

Diketahui oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Sc

Dekan



Marizha Nurcahyani, M.Sc

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 27 Agustus 2024

iii

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 7 October 2024



Marchell Eben Yesaya Pasaribu
NIM : 208220027

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marchell Eben Yesaya Pasaribu

Npm : 208220027

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

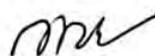
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis perdagangan teh indonesia di pasar internasional", beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : 7 Oktober 2024

Yang menyatakan



Marchell Eben Yesaya Pasaribu

v

ABSTRAK

Perdagangan internasional dilakukan oleh semua negara, mengabaikan perbedaan sumber daya nasional dan kapasitas untuk menghasilkan barang dan jasa untuk perdagangan. Ekspor adalah bagaimana suatu negara berpartisipasi dalam perdagangan internasional. Indonesia memiliki tarif yang lebih tinggi dari negara-negara lain, menjadikannya komoditas strategis bagi Indonesia. Studi ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan komparatif produksi ekspor Indonesia di negara-negara eksportir utama. Metode Reveled Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk membandingkan keuntungan teh Indonesia dengan eksportir teh utama di pasar internasional. Nilai RCA yang lebih tinggi menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif. Pada tahun 2022, produksi ekspor tertinggi di dunia adalah di Malaysia, diikuti oleh Polandia, Rusia, Australia, Jerman, India, dan China. Negara-negara dengan tingkat RCA yang lebih tinggi memiliki kinerja yang lebih baik dalam produksi ekspor. Analisis ISP digunakan untuk menentukan apakah suatu negara memiliki kecenderungan untuk menjadi importir atau eksportir produk tertentu. (2004). Indeks secara tidak langsung menunjukkan penawaran dan permintaan. Tidak seperti pasokan, permintaan mengacu pada ekspor domestik suatu negara. Nilai ISP menunjukkan bahwa nilai negatif diimpor sementara nilai positif di ekspor.

Kata Kunci: Teh, Perdagangan Internasional, Keunggulan Komparatif, Daya Saing, Indeks Spesialisasi Perdagangan, Ekspor, Impor

ABSTRACT

International trade is conducted by all countries, disregarding differences in national resources and capacities to produce goods and services for trade. Exporting is how a country participates in international trade. Indonesia's tea export tariffs are higher than other countries, making it a strategic commodity for Indonesia. This study aimed to analyze Indonesia's comparative advantage in tea exports among major exporting countries. The Revealed Comparative Advantage (RCA) method is used to compare Indonesia's tea advantages with other leading exporters in the international market. A higher RCA value indicates a country has a comparative advantage. In 2022, the world's top tea export producers were Malaysia, followed by Poland, Russia, Australia, Germany, India, and China. Countries with higher RCA values perform better in export production. The ISP analysis is used to determine whether a country tends to be an importer or exporter of a particular product. Unlike supply, demand refers to a country's domestic exports. The ISP value showed negative for imports and positive for exports.

Keywords: Tea, International Trade, Comparative Advantage, Competitiveness, Trade Specialization Index, Export, Import



RIWAYAT HIDUP

Marchell Eben Yesaya Pasaribu dilahirkan pada tanggal 20 July 2000 di Medan Provinsi Sumatera Utara. Anak ke Ketiga dari Tiga bersaudara dari pasangan Hendri Salomo Pasaribu dan Vivi Yanti Sabrina

Sekolah Dasar HKBP Sidorame medan dan Sekolah Menengah Pertama HKBP Sidorame medan selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas SMK Negeri 5 Medan

Pada bulan September 2020, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis. Selama menjadi mahasiswa, pada tahun 2023 penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Kebun Sei Putih, Kecamatan Munte, Kabupaten Karo dan pada tahun 2023 penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul “ANALISIS PERDAGANGAN TEH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL”.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang maha Esa atas segala rahmat, berkat, serta karunia-Nya yang telah melimpahkan berkat dalam penyusunan Skripsi ini, yang berjudul ANALISIS PERDAGANGAN TEH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Ini merupakan syarat untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Program Studi Agribisnis. Pada kesempatan ini Penulis Menyampaikan Ucapan Terimakasih Dan Rasa Hormat kepada:

1. Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si selaku Dekan fakultas Pertanian, Universitas Medan Area Sumatera Utara.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc Selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Faiz Ahmad Sibuea, SP, M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan saya selama masa penyusunan proposal penelitian ini.hingga sampai selesai.
4. Semua dosen dan karyawan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membantu dan memperhatikan program studi Agribisnis selama Pendidikan di Universitas Medan Area
5. Teristimewa untuk ibu dan ayah saya, Vivi Yanti Sabrina, dan Hendri Salomo Pasaribu, yang saya sayangi, yang telah mendidik dan

membesarkan saya dengan kasih sayang dan ketekunan. serta selalu memberikan dorongan moral dan materi kepada penulis.

6. Terima kasih kepada semua teman, terutama program studi agribisnis stambuk 2020, yang telah membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan proposal ini dengan cepat.

Penulis mengakui bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan mengharapkan kritik dan saran untuk membantu memperbaikinya. Pada akhirnya, penulis menyampaikan rasa terima kasihnya.

Medan, 2024

Marchell Pasaribu



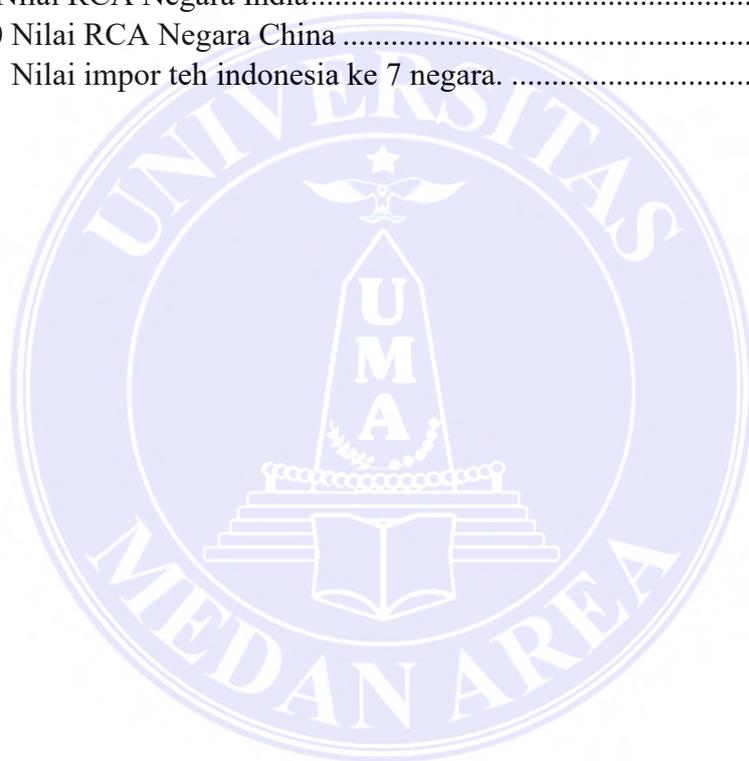
DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
1.5 kerangka pemikiran	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Klasifikasi Teh	8
2.2 Keragaman Jenis Teh Indonesia.....	9
2.3 Perdagangan Internasional	11
2.4 Daya saing	13
2.5 Keunggulan komparatif.....	15
2.6 Keunggulan kompetitif.....	16
2.7 Teori (<i>revealed Comparative advantage</i>)	18
2.8 Teori (Indeks Spesialisasi Perdagangan)	19
2.9 Penelitian terdahulu.....	20
III METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.3 Jenis Dan Sumber Data	24
3.4 Metode analisis data	25

3.4.1 RCA (<i>Revealed Comparative Advantage</i>)	25
3.4.2 ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan)	27
3.5 Definisi dan Batasan Operasional	29
IV GAMBARAN UMUM TEH	30
4.1 Sejarah Teh di Indonesia	30
4.2 Jenis Teh.....	31
4.2.1. Teh Putih (<i>White Tea</i>).....	31
4.2.2. Teh Hijau (<i>Green Tea</i>).....	31
4.2.3. Teh Oolong (<i>Oolong Tea</i>).....	32
4.2.4. Teh Hitam (<i>Black Tea</i>)	33
4.3 Sentra Teh Indonesia	33
4.4 Ekspor Teh indonesia	34
4.5 Kode HS teh (0902).....	35
4.1.5 <i>Matcha</i> (Teh Hijau Bubuk).....	35
4.2.5 <i>Koucha</i> (Teh Hitam)	35
V HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Analisis Keunggulan Komparatif Komoditas Teh Indonesia Di Pasar Internasional	36
5.2 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar Jerman.....	37
5.2.1 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar Poland.....	39
5.2.2 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar Rusia.....	41
5.2.3 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar Australia ...	43
5.2.4 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar Malaysia ...	45
5.2.5 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar India.....	47
5.2.6 Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Teh di Pasar <i>China</i>	50
5.4 Kinerja Perdagangan Teh	56
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

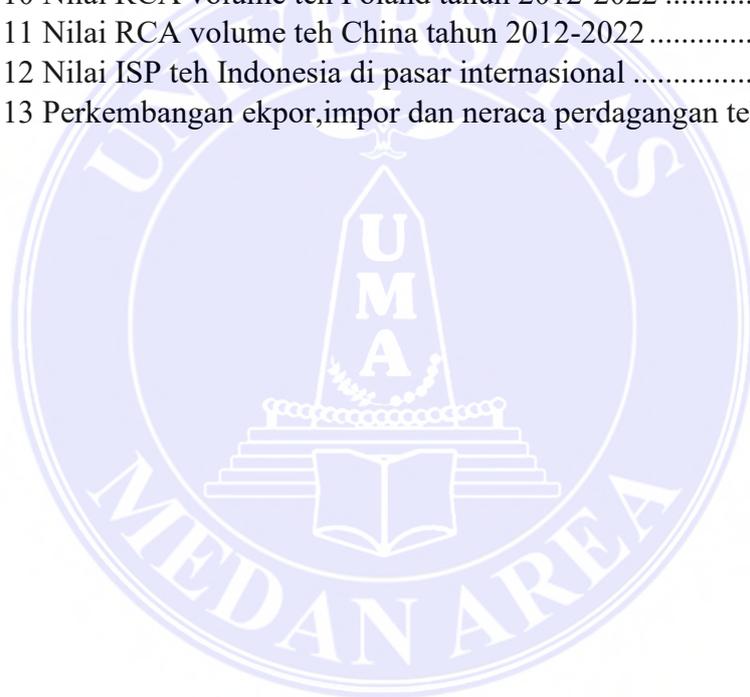
DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
Tabel 1	Jenis dan sumber data pendukung penelitian.....	25
Tabel 2	Cakupan produk teh (0902).....	35
Tabel 3	Nilai RCA teh indoneisa ke 7 negara.....	36
Tabel 4	Nilai RCA Jerman.....	38
Tabel 5	Nilai RCA Negara Poland.....	40
Tabel 6	Nilai RCA Negara Rusia.....	41
Tabel 7	Nilai RCA Negara Australia.....	43
Tabel 8	Nilai RCA Negara Malaysia.....	46
Tabel 9	Nilai RCA Negara India.....	48
Tabel 10	Nilai RCA Negara China.....	50
Tabel 11	Nilai impor teh indonesia ke 7 negara.....	52



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
Gambar 1	Perkembangan nilai ekspor komoditi teh Indonesia	2
Gambar 2	Perkembangan volume ekspor teh.....	3
Gambar 3	kerangka pemikiran	11
Gambar 4	Nilai RCA teh indonesia ke pasar internasional.....	37
Gambar 5	Nilai volume RCA teh Jerman tahun 2012-2022	38
Gambar 6	Nilai volume RCA Poland tahun 2012-2022	40
Gambar 7	Nilai Volume RCA teh Rusia tahun 2012-2022.....	42
Gambar 8	Nilai RCA volume teh Australia Tahun 2012-2022.....	44
Gambar 9	Nilai RCA volume Malaysia tahun 2012-2022.....	46
Gambar 10	Nilai RCA volume teh Poland tahun 2012-2022	48
Gambar 11	Nilai RCA volume teh China tahun 2012-2022	50
Gambar 12	Nilai ISP teh Indonesia di pasar internasional	53
Gambar 13	Perkembangan ekspor, impor dan neraca perdagangan teh.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Nilai ekspor teh 2012-2015	62
Lampiran 2	Nilai ekspor teh 2016-2019	63
Lampiran 3	Nilai eskpor teh 2020-2022	64
Lampiran 4	Nilai impor teh 2012-2015	65
Lampiran 5	Nilai impor teh 2016-2018	66
Lampiran 6	Nilai impor teh 2019-2022	67
Lampiran 7	Surat Pengantar riset	68
Lampiran 8	Surat Selesai Riset	69



I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris karena banyaknya sumber daya alamnya yang melimpah. Sebagian besar masyarakat bergantung pada sektor pertanian karena sumber daya alam Indonesia; 29,46% dari populasi bergantung pada ketenagakerjaan di sektor pertanian (kerja stastik Powern, 2019). Seperti halnya menyerap tenaga kerja, menyediakan pekerjaan, dan menyediakan bahan baku untuk industri dan industri makanan, pertanian memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi (Sukirno, 2002).

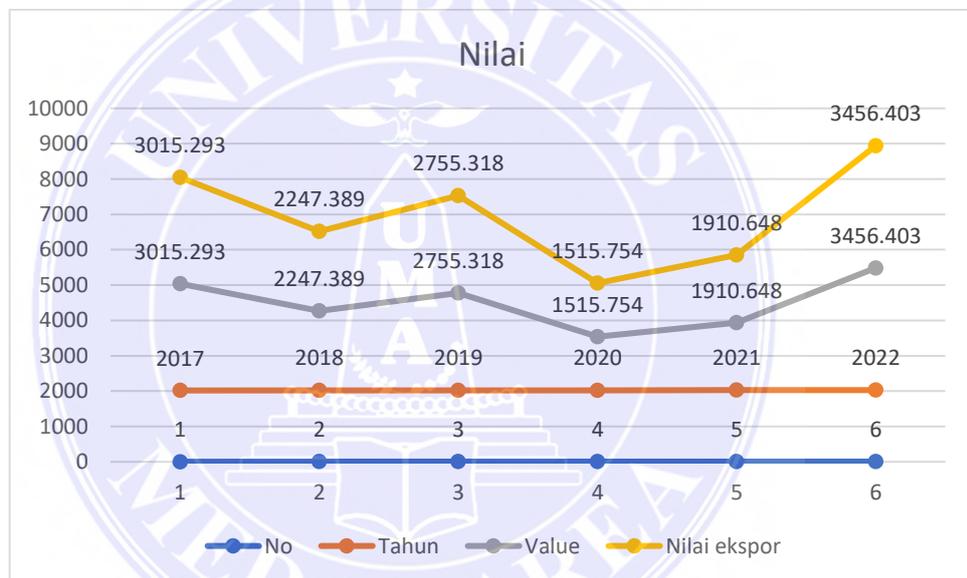
Perdagangan internasional dilakukan oleh semua negara. Ini didasarkan pada perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing negara dan kemampuan masing-masing negara untuk memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi permintaan. Ekspor adalah cara suatu negara berpartisipasi dalam perdagangan internasional.

Teh Indonesia dikenal memiliki kandungan anti oksidan yang lebih tinggi dibandingkan teh lain di dunia. Kandungan ini dapat membantu Anda melindungi diri dari radikal bebas antara lain dengan mengetahui bagaimana teh dikonsumsi oleh masyarakat, teh dianggap sebagai komoditas strategis penting untuk Indonesia. Manfaat ekonomi yang signifikan dari ekspor komoditas.

Kementerian Perdagangan melaporkan adanya penurunan ekspor teh disebabkan lahan perkebunan yang terbatas, kualitas yang buruk, dan target di Indonesia baik di tingkat nasional maupun internasional standarisasi belum cukup,

Ada banyak tanda bahwa negara-negara maju menerapkan kebijakan mereka yang mungkin mempersulit Indonesia untuk mengekspor teh

Subsektor perkebunan adalah subsektor utama bagi sektor pertanian Indonesia, yang masih memberikan kontribusi yang cukup besar. Salah satu komoditas perkebunan yang potensial adalah teh, menurut data Kementerian Pertanian; ekspor barang dagangan merupakan kontribusi perkebunan terhadap PDB Indonesia pada tahun 2017 sebesar Rp 432,4 triliun. Perkembangan nilai ekspor komoditi ekspor unggulan Indonesia disajikan pada Gambar 1



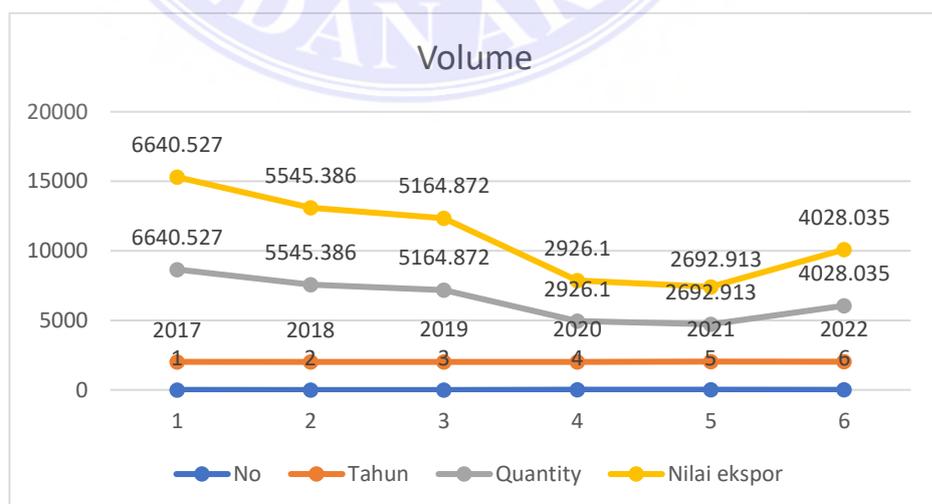
Gambar 1 Perkembangan nilai ekspor komoditi teh Indonesia

Gambar 1 menunjukkan perkembangan nilai ekspor komoditi ekspor teh yang meskipun menunjukkan variasi, tidak stabil atau naik dan menurun setiap tahunnya. Nilai ekspor Teh mencapai meningkat pada tahun 2017, sebesar USD 3015,293 ton Namun, sejak tahun 2018 ekspor teh menurun Karena budaya Indonesia tidak sering membeli teh dalam jumlah yang banyak sehingga Teh

diekspor lebih banyak daripada dijual di dalam negeri. pada tahun 2022 ekspor teh meningkat sekitar USD 3456,403 ton .

Kementerian Perdagangan mengatakan ekspor teh menurun karena lahan perkebunan yang terbatas, kualitas yang buruk, dan target nasional dan internasional yang kurang. Ada indikasi bahwa negara-negara maju memperketat kebijakan mereka untuk menghalangi ekspor teh Indonesia.

Bratt (2014) menyatakan bahwa ada dua cara untuk melihat hambatan nontarif. Itu berarti baik dan buruk. Secara positif, kerugian yang terkait dengan produk berkurang karena produk memiliki standar kualitas yang terjamin. Secara negatif, ekspor barang dagangan suatu negara menurun. Karena negara mitra bergantung pada negara pengekspor, standar kualitas produk yang tinggi tidak mungkin dipenuhi di negara pengekspor. Akibatnya, lebih banyak topik yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat membantu membawa Indonesia ke negara tujuan utama dengan menghasilkan implikasi kebijakan untuk perbaikan. Berikut ini adalah data volume ekspor teh Indonesia ke 7 negara tujuan utama



Gambar 2 Perkembangan volume eskpor teh

Gambar 2 Dapat dilihat dari grafik di atas menunjukkan bahwa penurunan yang signifikan terjadi pada volume ekspor Teh Indonesia tiap tahun Setelah bea keluar, produk teh mulai bergerak, biasanya lebih cepat. Meningkatnya ekspor teh olahan menunjukkan pertumbuhan industri pengolahan teh domestik. Didasarkan bahwa pemberian bea keluar teh meningkatkan ekspor teh olahan di Indonesia. Dengan kata lain, meningkat, ekspor produk teh juga akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Hanafi (2016), yang melihat bagaimana kebijakan bea keluar berdampak pada ekonomi.

Perdagangan internasional memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena negara tersebut berpartisipasi dalam sistem perekonomian terbuka. Ekspor produk pertanian adalah cara terbaik bagi Indonesia untuk meningkatkan PDB, dengan Kemendag (2011) mencatat bahwa sekitar 30% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia berasal dari kegiatan ekspor.

Indonesia adalah salah satu dari sepuluh negara terbesar pengeksport teh di dunia, dengan ekspor tahunan 74,58 juta USD, menjadikannya yang terbesar di dunia pada tahun 2022. Teh Indonesia memiliki potensi ekspor yang besar ke negara maju seperti Rusia, Inggris, Amerika Serikat, Jerman, dan Uni Emirat Arab. Namun, data PBB menunjukkan bahwa *Comtrade*, yang terkenal dengan ekspor teh ke negara-negara tujuan utama, menurun dari 2017 hingga 2021. Ini menunjukkan bahwa ada hambatan. Kebijakan non-tarif diterapkan oleh beberapa negara tujuan ekspor.

Berdasarkan penjelasan diatas sehingga penulis tertarik membuat penelitian dengan judul “Analisis perdagangan teh Indonesia di Pasar Internasional “.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana daya saing teh Indonesia di pasar internasional ?
2. Bagaimana kinerja perdagangan teh Indonesia di pasar internasional ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan daya saing teh Indonesia di Pasar Internasional dari tahun 2012-2022
2. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan kinerja teh Indonesia di pasar internasional dari tahun 2017-2021

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian mengenai analisis perdagangan teh Indonesia di pasar internasional sebagai berikut:

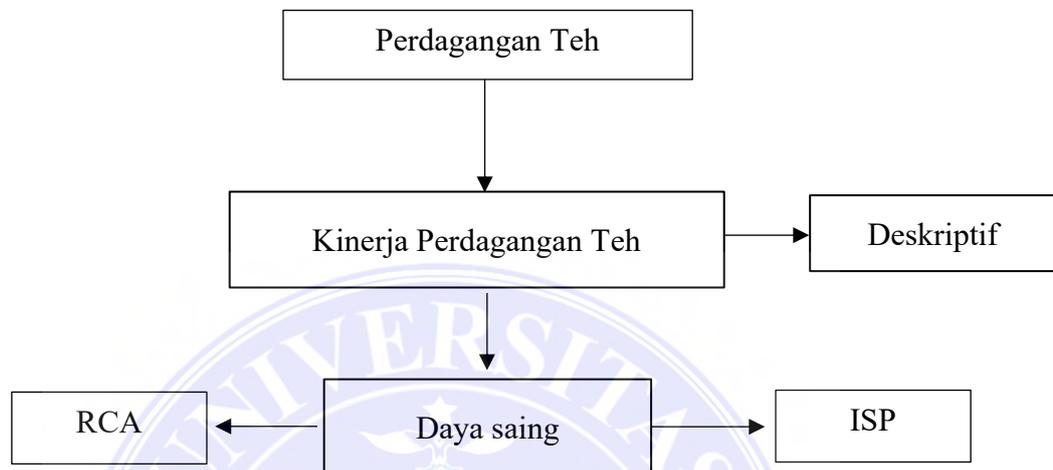
1. Bagi akademisi, sebagai bahan referensi serta menambah wawasan untuk kepentingan edukasi sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya, dan sumber informasi bagi pihak yang membutuhkan.
2. Bagi pengambil kebijakan, instansi serta lembaga terkait lainnya diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan guna mendukung daya saing ekspor teh Indonesia di pasar internasional.

1.5 kerangka pemikiran

Sektor pertanian adalah bagian penting dari sumber daya alam Indonesia yang beragam. Salah satu sektor yang paling berpengaruh dalam menghasilkan devisa negara adalah perkebunan. Indonesia memiliki berbagai macam sektor pertanian yang signifikan, termasuk peternakan, hortikultura, peternakan, tanaman pangan, dan perkebunan. Teh adalah salah satu komoditas perkebunan penting Indonesia. Sebagian besar teh Indonesia dikirim ke pasar internasional sebagai produk primer Setiawan, F. N. (2017).

Peningkatan konsumsi teh di seluruh dunia mendukung peluang ekspor teh Indonesia yang terus meningkat. Namun, kondisi perdagangan internasional saat ini sangat kompetitif, jadi Anda harus sangat kompetitif dalam perdagangan berbagai produk. Agar tidak kalah dengan negara pesaing lainnya, pemerintah Indonesia harus mampu meningkatkan daya saing produknya agar dapat bersaing di pasar internasional.

Diharapkan perusahaan yang bergerak di industri produk teh dapat menghasilkan berbagai macam produk berkualitas tinggi yang kompetitif, sehingga konsumen puas dan dapat bersaing dengan produk yang dibuat oleh negara lain. Namun demikian, di beberapa negara tujuan ekspor utama, terutama dalam hal masalah perdagangan komoditas ekspor produk teh Indonesia menghadapi berbagai tantangan. Oleh karena itu, kami akan memeriksa kebijakan yang diberlakukan pada komoditas teh Indonesia di negara-negara ekspor.



Gambar 3 Kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Klasifikasi Teh

Para ahli tanaman memberi nama tanaman teh *Camellia tehiifera*, yang merupakan tanaman tahunan. *Camellia sinensis* (L) O. Kuntze, *Camellia teha*, dan Teh *sinensis* adalah nama lain untuk tumbuhan ini. Tanaman ini memiliki lebih dari 82 spesies dan tersebar di seluruh Asia Tenggara hingga India, di garis lintang 30 di sebelah Utara dan Selatan khatulistiwa. Genus *Camellia* mencakup banyak jenis tanaman hias selain teh, yang dikonsumsi sebagai minuman penyegar (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2006:1):

Tanaman teh berasal dari daerah peralihan hutan tropis dan subtropis di sepanjang perbatasan negara-negara Cina Selatan (Yunan), Laos Barat Laut, Muangthai Utara, Burma Timur, dan India Timur Laut. Sistematika tanaman teh adalah sebagai berikut (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2006:1):

Kingdom: Plantae

Divisio: Spermatophyta

Sub divisio: Angiospermae

Class: Dicotyledoneae

Ordo: Guttiferales

Famili: Tehaceae

Genus: Camellia

Spesies: Camellia sinensis L.

Varietas: Sinensis dan Asamika

Tahun 1684, seorang Jerman bernama Andreas Cleyer membawa biji teh dari Jepang ke Indonesia untuk ditanam sebagai tanaman hias di Jakarta. Tanaman teh berhasil ditanam di Kebun Raya Bogor pada tahun 1826. Pada tahun 1827, mereka ditanam di kebun percobaan Cisarupan di Garut, Jawa Barat. Seorang ahli teh bernama Jacobus Isidorus Loudewijk Jacobson memulai usaha perkebunan teh dari Jawa setelah cobaan yang berhasil di Wanayasa (Purwakarta) dan Raung (Banyuwangi). Usaha ini tercatat pertama kali dilakukan di Amsterdam, Belanda, pada tahun 1835 (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia). 2006; 1

Teh Assam pertama kali tiba di Indonesia (Jawa) dari Sri Lanka (Ceylon) pada tahun 1877 dan ditanam di Kebun Gambung, Jawa Barat oleh R.E. Kerkhoven. Dengan masuknya teh Assam ke Indonesia, tanaman teh Cina secara bertahap digantikan oleh teh Assam. Pada tahun 1919, perkebunan teh mulai dibangun di daerah Simalungun di Sumatera Utara (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2006:1).

2.2 Keragaman Jenis Teh Indonesia

Teh adalah minuman yang dibuat dengan mengolah tanaman teh (*Camellia sinensis*). Biasanya, daun pucuk dengan dua hingga tiga helai daun muda di bawahnya digunakan. Sumber antioksidan dan kafein alami dapat ditemukan dalam teh. Tanaman teh biasanya tumbuh di lingkungan tropis dengan suhu 14-25 derajat Celcius, di ketinggian 200-2.000 meter di atas permukaan laut. Teh diklasifikasikan menurut metode pengolahan, seperti berikut:

1. Teh hijau alami. Teh hijau tidak mengalami fermentasi. Tanin, juga dikenal sebagai katekin, adalah senyawa tidak berwarna yang sangat penting untuk kualitas daun teh karena mengandung banyak tanin dalam teh hijau. Teh

hijau memiliki kemampuan untuk mencegah pertumbuhan penyakit kanker. Teh hijau juga membantu mencegah dan menurunkan tekanan darah tinggi, mengurangi kolesterol jahat, dan membuat kulit lebih halus.

2. Teh hitam, adalah jenis teh yang paling populer dan paling dikenal karena warnanya yang hitam. Fermentasi, proses kimiawi yang mengubah hampir semua tanin teh menjadi theaflavin atau thearubigin, mengubah warna daun teh dari hijau menjadi kecoklatan dan menjadi hitam selama proses pengeringan. Theaflavin atau thearubigin adalah pigmen teh berwarna hitam yang dihasilkan dari reaksi antara *gallokatokin* dan *anthraquinone* (turunan katekin).
3. Teh oolong biasanya dibuat dari tanaman teh yang tumbuh di wilayah semi-tropis. Teh oolong juga disebut sebagai teh semi fermentasi. Teh hijau dan teh hitam memiliki warna dan aroma yang sama, tetapi proses fermentasi mereka lebih singkat (sekitar 30 hingga 70 persen) dan setengah sempurna.
4. Teh putih adalah jenis teh terbaik karena hanya satu pucuk dari setiap pohon—pucuk tertinggi dan utama. Pucuk daun teh yang tidak mengalami proses oksidasi digunakan untuk membuat teh putih. Sebelum dipetik, pucuk daun teh dilindungi dari sinar matahari untuk mencegah pembentukan klorofil. Teh putih memiliki tingkat antioksidan tertinggi dari semua jenis teh. Daun teh menjadi putih saat layu secara alami. Teh putih lebih mahal karena dibuat dalam jumlah lebih sedikit dibandingkan dengan jenis teh lainnya.

Keempat jenis teh tersebut diekspor oleh Indonesia, tetapi ekspor teh putih dan oolong hanyalah sebagian kecil dari total ekspor. Menurut BPS (2019), teh hitam adalah teh yang mengalami proses oksidasi enzimatis atau pengeraman selama pengolahan, sehingga bau daunnya tidak hilang dan biasanya ditambahkan dengan bau pohon lain selain teh, seperti bunga melati. Teh hijau, di sisi lain, tidak mengalami proses oksidasi enzimatis atau pengeraman selama pengolahan, sehingga bau daunnya tidak hilang. Selain pucuk teh, tidak mengandung bahan lain.

2.3 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perniagaan yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (MNC) dari negara asal mereka (*country of origin*) ke negara tujuan mereka (*country of destination*) dengan tujuan mengubah merek dagang, barang dan jasa, modal, dan tenaga kerja (Waluya 2003). Ini menunjukkan bahwa melalui perdagangan internasional, suatu negara dapat memenuhi kebutuhan negara lain yang tidak dimilikinya. Negara berkembang sangat bergantung pada perdagangan internasional. Perdagangan internasional, terutama ekspor, harus mendorong ekonomi Indonesia dan devisa.

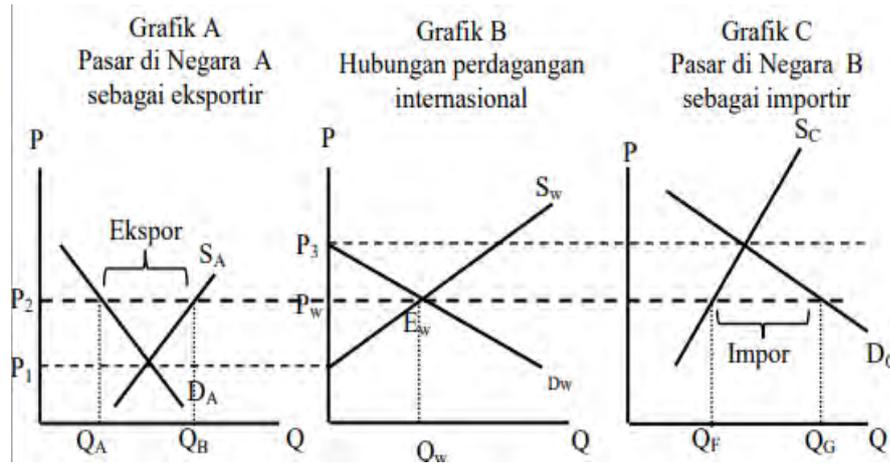
Perdagangan internasional, juga dikenal sebagai perdagangan internasional, adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan orang dan perusahaan di seluruh dunia, termasuk ekspor dan impor. Setiap negara berpartisipasi dalam perdagangan internasional untuk keuntungan mereka sendiri.

Peran penting yang dibutuhkan oleh Indonesia dalam perdagangan internasional diharapkan dapat mendorong peningkatan produksi domestik sehingga mampu menghasilkan ekspor yang berkelanjutan dan dalam jumlah yang signifikan. Pemerintah, perusahaan multinasional, eksportir, dan importir adalah

pelaku perdagangan internasional yang berusaha mendapatkan pangsa pasar baru di negara-negara potensial. Menurut Teori Keunggulan Absolut Adam Smith, sebuah negara harus memiliki spesialisasi dalam produksi sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang memiliki keunggulan mutlak dan dapat diperdagangkan dengan negara lain.

Memasuki era globalisasi saat ini, situasi pasar internasional semakin kompetitif, yang mengakibatkan peningkatan tingkat persaingan perdagangan di seluruh dunia. Perdagangan global mengharapkan setiap negara produsen, termasuk Indonesia untuk memperkuat nilai dan volume ekspor produknya sehingga dapat rival kuat di pasar global. Salah satu produk perkebunan terkemuka di Indonesia yang dijual ke pasar global adalah produk teh.

Perdagangan yang menunjukkan hubungan dan saling ketergantungan di antara dua atau lebih negara disebut perdagangan internasional. Negara memiliki ciri-ciri sumber daya alam dan manusia yang berbeda-beda. Negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, Ekspor menawarkan kesempatan kerja dan produksi. dolar yang dapat digunakan untuk membayar berbagai barang luar negeri negara, yang saat ini tidak dapat diproduksi dan memiliki teknologi yang canggih yang tidak tersedia secara lokal.



Gambar 3 Terjadinya perdagangan internasional

David Ricardo menawarkan teori perdagangan internasional pertama, yang menyatakan bahwa jika suatu negara memiliki kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa dengan harga yang lebih rendah, negara tersebut akan memproduksinya daripada membeli dari negara lain atau mengimpornya. Namun, jika biaya produksi relatif lebih mahal dibandingkan dengan biaya produksi di negara lain, maka barang atau jasa tersebut akan dibeli dari negara lain atau diimpor dari negara lain. terhadap struktur ekonomi nasional. Teori perdagangan internasional juga menunjukkan keuntungan.

2.4 Daya saing

Daya saing adalah ide ekonomi yang membantu menjelaskan tentang upaya suatu negara untuk suatu barang atau jasa agar mampu unggul dalam perdagangan internasional sehingga dapat bersaing dengan produk internasional bahkan dapat mengalahkan produk serupa lainnya. Porter (1990) menyatakan bahwa daya saing sama dengan persaingan atau kompetitif, manfaat, dan keduanya berhubungan dan terikat dengan faktor satu dengan individu lain.

Secara garis besar, daya saing ekspor komoditi adalah kemampuan komoditi untuk masuk ke pasar dan mempertahankannya (Hadi dkk, 2012). Sementara daya saing produk adalah kemampuan komoditi untuk bersaing di pasar dan dapat bersaing (Maulana dkk, 2017).

Daya saing, menurut Menteri Pendidikan Nasional, adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih bermakna. Kemampuan berikut dimaksudkan: kemampuan untuk meningkatkan pangsa pasarnya; kemampuan untuk berhubungan dengan lingkungannya,

Keunggulan bersaing suatu perusahaan—juga dikenal sebagai keunggulan kompetitif—bergantung pada jumlah sumber daya relatif yang dimilikinya. Daya saing sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi karena tiga alasan:

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional maupun jumlah pelaku ekonomi, sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
3. Keyakinan bahwa efisiensi ditingkatkan melalui mekanisme pasar

Menurut Simanjuntak (1992) dalam Wulansari et al. (2016), daya saing didefinisikan sebagai kemampuan produsen untuk memproduksi barang dengan kualitas yang baik dan ongkos produksi yang rendah sehingga dapat dibuat dan dijual pada harga yang terjadi di pasar global dengan mendapatkan keuntungan yang cukup untuk mempertahankan proses produksi.

Nilai daya saing suatu negara dihitung berdasarkan jumlah komoditas yang diekspornya. Salah satu subsektor perkebunan yang memiliki kontribusi signifikan

terhadap ekspor Indonesia adalah produk perkebunan; data ekspor pertanian menunjukkan bahwa sektor perkebunan adalah penyumbang ekspor tertinggi Indonesia. pembangunan bisnis. Perkebunan yang baik akan memastikan bahwa makanan tersedia dan dapat diakses sesuai dengan kemampuan finansial penduduk, yang merupakan komponen penting dari pembangunan negara bagian (Rohana dan Duakaju, 2008).

2.5 Keunggulan komparatif

Keunggulan komparatif adalah keunggulan yang dimiliki perusahaan atau organisasi setelah membandingkannya dengan perusahaan atau organisasi lain ketika biaya produksi barang pasti atau absolut lebih rendah daripada biaya sumber daya untuk memproduksi barang yang sama di negara lain, negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan. Konsep keunggulan absolut kemudian berkembang menjadi keunggulan komparatif, yang berarti bahwa meskipun dua negara tidak mutlak unggul dalam produksi, negara tersebut tetap mendapat keuntungan dari aktivitas perdagangan. Karena potensi sumber daya alam, kemampuan teknis, dan kemampuan administrasi suatu negara untuk mengelola kegiatan ekonomi yang bersangkut, keunggulan komparatif kegiatan ekonomi suatu negara ditunjukkan (Munandar, J. M.2020).

Pada dasarnya, kemampuan suatu negara untuk bersaing dalam perdagangan internasional ditentukan oleh dua faktor: keunggulan komparatif (yang dapat dianggap sebagai faktor alami) dan keunggulan kompetitif.

Teori keunggulan komparatif David Ricardo sebenarnya merupakan perluasan dari teori Adam Smith tentang keunggulan absolut, di mana keunggulan

absolut adalah kasus khusus dari keunggulan komparatif (Griffin, 2006:76). Menurut Nopirin (1999:125), dasar teori Ricardo adalah bahwa setiap negara akan mengekspor barang yang memiliki keunggulan komparatif, yaitu barang yang dapat dibuat dengan menggunakan faktor produksi yang dimiliterisasi (Griffin, 2006:76). Oleh karena itu, peran perdagangan internasional dalam pertumbuhan ekonomi sangat signifikan. Potensi pertumbuhan ekonomi akan meningkat sebagai akibat dari peningkatan perdagangan.

2.6 Keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif terkait dengan faktor penentu daya saing di tingkat perusahaan yang beroperasi di negara maju. Menurut Wastra (2016), keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan atau organisasi untuk mengatur strategi sehingga membuatnya berada pada posisi menguntungkan dibandingkan perusahaan atau organisasi lain.

Pada tahun 1992, Porter menyatakan bahwa kemampuan perusahaan nasional untuk menghasilkan produk yang kompetitif bergantung pada keunggulan suatu negara. Kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang dan jasa berdasarkan harga yang berlaku di pasar yang sering terdistorsi dikenal sebagai keunggulan kompetitif, menurut Hadi dan Sinuraya (2014).

Empat hal menentukan keunggulan kompetitif suatu negara: keadaan faktor-faktor produksi, permintaan dan tuntutan mutu, industri dan pendukung yang kompetitif dan strategi, struktur, dan sistem penguasaan perusahaan (Lumintang, 2015:6).

Menurut Porter (1994:49-50), keunggulan kompetitif suatu negara ditentukan oleh empat determinan utama sebagai berikut :

a. Keadaan sumber daya

Sumber daya suatu negara terdiri dari lima kategori: sumber daya manusia, sumber daya alam, sumber daya kapital, sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi, dan infrastruktur.

b. Permintaan dalam negeri

Komposisi pasar domestik, pola dan ukuran pertumbuhan pasar domestik, pertumbuhan yang cepat, dan tren permintaan global adalah beberapa dari faktor-faktor ini.

c. Struktur industri dalam negeri yang kuat, terutama industri yang terkait dan mendukung.

Ini diperlukan untuk mempertahankan dan mempertahankan keunggulan daya saing. Ini dapat dicapai melalui koordinasi dan kontak yang baik dengan pemasok, keterkaitan produksi antar industri, dan spesialisasi yang didasarkan pada distribusi kerja internasional.

d. Sistem pasar yang memiliki persaingan bebas sepenuhnya

melibatkan strategi bisnis, struktur organisasi, dan modalnya, serta kondisi persaingan di dalam negeri, di mana persaingan yang kuat biasanya mendorong bisnis untuk mengembangkan produk dan teknologi, meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan.

2.7 Teori (*revealed Comparative advantage*)

Nilai RCA adalah jika suatu negara lebih besar dari 1, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang signifikan dalam komoditas ekspor teh dan dapat memiliki daya saing yang kuat. Oleh karena itu, negara tersebut harus terus mengembangkannya dengan memperbaiki dan berfokus pada komoditi tersebut. Salah satu faktor yang dapat menunjukkan perubahan pada keunggulan komparatif adalah nilai indeks RCA. Indeks ini dapat menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor suatu komoditas atau sekelompok komoditas pada suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut di seluruh dunia. Dengan kata lain, indeks RCA dapat menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas terhadap pangsa ekspor komoditas lainnya di seluruh dunia dengan menunjukkan nilai RCA tersebut (Ramadhani, F.2013)

Metode RCA dapat digunakan untuk memperkirakan produksi setiap barang tertentu yang berasal dari suatu negara tertentu dengan membandingkan produksi barang negara tersebut dengan barang tersebut secara keseluruhan di seluruh dunia. Secara numerik.

Namun, ada beberapa kelemahan dengan sistem RCA: ia bersifat statis, sehingga nilainya dapat berubah-ubah setiap tahun, dan asumsi bahwa setiap negara mengekspor komoditas yang sama dengan yang diamati. Nilai RCA juga dapat berubah setiap tahun karena bergantung pada volume atau nilai ekspor negara atau komoditas tersebut. Selain itu, aplikasinya terbatas pada komoditas ekspor saja.

2.8 Teori (Indeks Spesialisasi Perdagangan)

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk menilai posisi atau tahapan perkembangan suatu produk. ISP dapat menunjukkan apakah negara tertentu cenderung menjadi importir atau eksportir produk tertentu. Kemendag (2018) menyatakan bahwa indeks ini secara implisit mempertimbangkan penawaran dan permintaan. Dalam situasi ini, impor sebanding dengan permintaan domestik dan ekspor sebanding dengan suplai domestik. Ini juga sesuai dengan teori net surplus, atau teori perdagangan internasional. Barang akan dieksporasi jika memiliki manfaat. Nilai indeks berkisar antara 0 dan 1; nilai positif antara 0 dan 1 menunjukkan bahwa komoditi tersebut memiliki daya saing yang kuat, atau bahwa negara tersebut cenderung menjadi negara importir net Ratnasari, D. E., & Sundari, M. S. (2020)

Tingkat pertumbuhan suatu komoditi dalam perdagangan dapat dihitung dengan menggunakan indeks spesialisasi perdagangan, yang dibagi menjadi lima tahap yaitu.

Adapun penjelasan tahap-tahapan indeks spesialisasi perdagangan adalah sebagai berikut :

1. Tahap Pengenalan: Impor dapat digunakan untuk memasukkan produk ke dalam negara. Konsumsi domestik naik perlahan, dengan nilai ISP antara -1 dan -0,5.
2. Tahap Penggantian Impor: Ketika persaingan industri masih rendah, produk domestik mulai menggantikan impor, nilai impor mulai menurun, dan ekspor mulai meningkat. Nilai ISP berkisar antara -0.5 dan 0.
3. Tahap Pertumbuhan: Pada fase ini, persaingan ekspor menjadi lebih ketat,

perusahaan melakukan produksi dalam skala besar dan mulai mengekspor. Nilai ISP adalah antara 0 dan 0,

4. Tahap Kematangan: Nilai indeks berkisar dari 0,81 hingga 1,00. Pada saat ini, produk telah mencapai tahap standarisasi teknologi. Pada titik ini, negara latercomer berfungsi sebagai negara eksportir net.
5. Tahap Mengimpor nilai indeks ISP turun lagi antara 1,00 dan 0,00. Pada titik ini, industri negara forerunner berkompetisi di pasar domestiknya dengan industri negara latercomer. Permintaan domestik lebih besar daripada produksi domestik.

2.9 Penelitian terdahulu

Menurut penelitian Zakariyah, Mochamad Yuzi, Ratya Anindita, and Nur Baladina. "Analisis daya saing teh Indonesia di pasar internasional." *Jurnal Agrimeta* 4.08 (2014). Hasil penelitian yang dilakukan adalah (1) Jabatan daya saing teh india relatif lebih rendah dibandingkan di Kenya, Sri Lanka, India Namun, masih lebih tinggi dibandingkan Cina sementara secara kompetitif menunjukkan bahwa teh Indonesia daya saing komoditas yang kuat karena faktor internal dan eksternal dalam produksinya teh sudah tersedia, meskipun ada beberapa faktor yang harus diperhatikan lebih lanjut, (2) Spesialisasi perdagangan teh Indonesia menunjukkan eksportir teh Indonesia, (3) struktur pasar yang dihadapi Indonesia di pasar teh internasional adalah pasar oligopoli. Posisi Indonesia di teh Internasional adalah pengikut pasar

Menurut penelitian Jannati, Firda, Edy Marsudi, and Teuku Fauzi. "Analisis daya saing ekspor teh Indonesia dan teh Vietnam di pasar dunia." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 5.1 (2020): 181-190. Hasil analisis yang didapat adalah (1)

Komoditi teh Indonesia dan Vietnam memiliki daya saing ekspor yang kuat di pasar dunia, pasar Rusia dan pasar Pakistan, namun indeks RCA yang ditunjukkan berbeda-beda di ketiga pasar tersebut. Di pasar dunia dan pasar Pakistan, indeks RCA teh Vietnam lebih besar dibandingkan indeks RCA teh Indonesia, sehingga daya saing teh Vietnam lebih kuat dibandingkan daya saing teh Indonesia, sedangkan dipasar Rusia yang terjadi adalah sebaliknya; (2) Teh Indonesia dan Vietnam memiliki daya saing yang kuat dinilai dari indeks ISP yang menunjukkan hasil positif, sehingga Indonesia dan Vietnam memiliki kecenderungan sebagai negara pengekspor komoditi teh di pasar dunia, pasar Rusia dan pasar Pakistan.

Menurut penelitian Saragih, Mastri Pristiani, and Lies Sulistyowati. "Analisis factor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh Indonesia dalam kurun waktu 1987-2016" *Jurnal Hexagro* 4.1 (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan faktor produksi, luas lahan, harga teh domestik, harga ekspor teh, konsumsi dalam negeri dan kurs Rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat berpengaruh terhadap volume ekspor teh Indonesia. Sedangkan secara parsial faktor luas lahan dan konsumsi teh Indonesia berpengaruh negatif terhadap volume ekspor teh Indonesia sedangkan faktor produksi, harga teh domestik, harga ekspor teh, dan kurs Rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat berpengaruh positif terhadap volume ekspor teh Indonesia.

Menurut penelitian Sidabalok, Supriani. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Teh Indonesia." *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 2.2 (2017): 276-281. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga ekspor teh Indonesia di luar negeri terhadap volume ekspor teh Indonesia, (2) untuk menganalisis bagaimana pengaruh

nilai tukar rupiah terhadap dolar AS terhadap volume ekspor teh Indonesia, (3) untuk menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan negara pengimpor teh terbesar terhadap volume ekspor teh Indonesia, dan (4) untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga kopi sebagai barang substitusi dari teh terhadap volume ekspor teh Indonesia. Data yang digunakan adalah *time series* dari tahun 2002 sampai 2013 dan data *cross section* dari 5 negara pengimpor teh Indonesia yaitu Rusia, Pakistan, Malaysia, Jerman, dan AS. Metode analisis yang digunakan adalah model regresi Ordinary Least Square-Pooled Data dengan bantuan software Eviews versi 6.0. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel nilai tukar (EX), harga ekspor teh (PL), pendapatan nasional negara pengimpor (PDB), dan harga kopi (PC) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi atau perubahan variabel volume ekspor teh Indonesia sebesar 86,36% sedangkan sisanya 13,64% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model estimasi

Menurut penelitian Purba, Helena Juliani, et al. "Dampak kebijakan perdagangan terhadap pengembangan industri biodiesel Indonesia." Jurnal Agro Ekonomi 36.1 (2018): 51-74. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kebijakan pajak ekspor oleh pemerintah Indonesia maupun larangan impor oleh Uni Eropa berdampak positif bagi perkembangan industri biodiesel Indonesia, namun berdampak negatif terhadap penerimaan devisa Indonesia. Dampak negatif terhadap penerimaan devisa dapat diatasi dengan kebijakan peremajaan kelapa sawit (replanting). Manakala Uni Eropa melakukan pelarangan impor minyak sawit, maka disarankan Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan domestic market obligation dan replanting.

Menurut penelitian Suhardoyo, Favian Arsyi, Syafrial Syafrial, and Abdul Wahib Muhaimin. "Dampak Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Kinerja Ekonomi Kopi di Indonesia." *Habitat* 27.3 (2016): 109-121. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan kopi domestik merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kinerja ekonomi kopi di Indonesia, dan dampak penerapan kebijakan pajak pertambahan nilai akan mengurangi kinerja ekonomi kopi di Indonesia, serta alternatif kebijakan yang sesuai adalah penghapusan kebijakan pajak pertambahan nilai di Indonesia

Menurut penelitian Zakariyah, Mochamad Yuzy, Ratya Anindita, and Nur Baladina. "Analisis daya saing teh Indonesia di pasar internasional." *Jurnal Agrimeta* 4.08 (2014). Hasil penelitian yang dilakukan adalah (1) Posisi daya saing teh Indonesia relatif lebih rendah daripada di Kenya, Sri Lanka, India, namun masih lebih tinggi dari China sementara pada dasar kompetitif menunjukkan bahwa komoditas teh Indonesia daya saingan yang kuat karena faktor internal dan eksternal dalam produksi teh tersedia dengan mudah, meskipun ada beberapa faktor yang harus ditangani lebih lanjut, (2) Spesialisasi perdagangan teh Indonesia menunjukkan bahwa eksportir teh Indonesia, (3) struktur pasar yang dihadapi Indonesia di pasar teh internasional adalah pasar oligopoli. Posisi Indonesia di International Tea adalah pengikut pasar.

III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian membantu penelitian berjalan dengan baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yang menggunakan banyak angka sejak pengumpulan data, penafsiran data, dan penampilan hasilnya (Arikunto 2010).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dengan mengadopsi data informasi pada daya saing teh melalui *website trademap*, *wordbank* dan *Comtrade*. Waktu penelitian dilakukan dari 10 Maret 2024 – 14 April 2024.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Data adalah informasi yang diberikan tentang sesuatu yang diperiksa. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari berbagai Lembaga perdagangan global seperti Bank Dunia, WTO, *trade map*, *UN Comtrade*, ITC, dan CEPII. Teh adalah subjek penelitian (Hs 0902). Membuat data tersedia yang tidak diperbarui secara teratur adalah tantangan besar untuk pengumpulan data non-politik tarif, juga dikenal sebagai NTM. Penelitian ini menggunakan analisis cross-sectional menemukan bahwa menyajikan waktu pelaksanaan kebijakan juga menjadi kendala dalam analisis menggunakan metode seri waktu. Pengamatan dilakukan pada tahun 2023, dan data cross-sectional digunakan untuk menganalisis dampak Tarif Bea Cukai dan kebijakan lain terhadap ekspor teh Indonesia. Ke 7 negara tujuan yang terlibat dalam observasi yaitu Jerman, Poland, Rusia, Australia, Malaysia, India dan China dari tahun 2012-2022 dengan Tipe data yang digunakan dalam penelitian ini sumbernya Studi ini disajikan secara lebih rinci dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1 Jenis dan sumber data pendukung penelitian

Jenis Data	Sumber	Satuan
volume	Trademap,	Ton
eskpor	Trademap	Ton
Impor	Trademap	Ton

Sumber : Lembaga Perdagangan Dunia, 2024

3.4 Metode analisis data

Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan dianalisis untuk mencari solusi untuk masalah penelitian yang pertama untuk menentukan keunggulan komperatif dan kompetitif teh digunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) data dimasukkan menggunakan software Microsoft Excel 2020 dan untuk tujuan atau rumusan masalah kedua yaitu kinerja teh dibahas secara deskriptif .

3.4.1 RCA (*Revealed Comparative Advantage*)

Setelah diberlakukannya bea keluar terhadap teh penelitian ini akan menyelidiki keunggulan komparatif produk olahan teh di negara tujuan ekspor utama. (RCA) adalah indeks yang menunjukkan keunggulan ekspor suatu produk pada suatu negara terhadap produk yang sama pada level wilayah yang lebih tinggi. Untuk mengetahui daya saing produk ekspor sutau suatu negara terhadap produk ekspor negara lain, perbandingannya adalah ekspor global. Sebagai contoh, perhitungan RCA dapat diuraikan dengan rumus di bawah ini:

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_{in}}{X_{rj} / X_{rn}}$$

Dimana:

X_{ij} = Nilai ekspor komoditi i dari negara j ke pasar Internasional (ton)/ Tahun

X_{in} = Total nilai ekspor komoditi i dari negara j ke pasar Internasional (ton)/ Tahun

X_{rj} = Nilai ekspor dunia komoditi i ke pasar Internasional (ton)/ Tahun

X_{rn} = Total nilai ekspor dunia komoditi i ke pasar Internasional (ton)/ Tahun

Keterangan:

RCA = Indikator daya saing (keunggulan komparatif).

I = Komoditi i

j = Negara Jerman, Poland, Russia, Australia, Malaysia, China, dan India

t = Dunia

Nilai RCA yang ditunjukkan hasilnya menunjukkan bahwa komoditas memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang rendah. Sebaliknya, jika nilai RCA lebih besar dari 1, maka komoditas memiliki keunggulan komparatif atau daya saing yang lebih besar. Semakin tinggi nilai RCA, semakin besar keunggulan komparatif atau daya saing komoditas ekspor dan ukuran non-tarif terhadap variabel nilai ekspor di negara tujuan.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Balassa, 1965):

- $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya saing kuat.
- $RCA < 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya lemah.

Untuk menentukan apakah setiap produk teh memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan ekspornya, nilai RCA dinilai dari 0 hingga 1 dan dianggap sebagai garis pemisah antara keunggulan dan ketidakunggulan komparatif Daya saing negara bersangkutan untuk produk yang diukur di atas rata-rata global ($RCA \geq 1$), sedangkan $RCA \leq 1$ menunjukkan daya saingnya di bawah rata-rata (Tambunan, 2004).

3.4.2 ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan)

Ambang batas di mana suatu komoditas tertentu dapat diperdagangkan ditentukan oleh metode indeks spesialisasi perdagangan atau ISP dapat menunjukkan apakah Indonesia masih merupakan negara importir atau eksportir teh. Secara umum, diperkirakan bahwa ISP dapat menggunakan rumus di bawah ini.

$$ISP = \frac{(Xi - Mi)}{(Xi + Mi)}$$

Dimana:

ISP = Indeks Spesialisasi Perdagangan

Xi = Nilai ekspor komoditas teh Indonesia (Ton)/ Tahun

Mi = Nilai impor komoditas teh Indonesia (Ton)/ Tahun

I = Komoditas teh

A = Negara Jerman, Poland, Russia, Australia, Malaysia, china, india

Keterangan: ISP adalah Spesialisasi perdagangan teh Negara, Xi adalah Nilai ekspor komoditas teh dari negara i (ton), Mi adalah Nilai impor komoditas teh dari negara i (ton), i adalah Negara Indonesia dan Negara Pemanding

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $ISP > 0$ (diatas 0 hingga +1) = memiliki daya saing kuat dan cenderung sebagai eksportir.
- Jika nilai $ISP = 0$ (sama dengan 0) = memiliki daya saing yang sama kuat atau lemah dan cenderung sebagai eksportir atau importir.
- Jika nilai $ISP < 0$ (dibawah 0 hingga -1) = memiliki daya saing yang lemah dan cenderung sebagai importir.

Nilai indeks ini berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai ISP positif di atas 0 hingga 1 (di atas $ISP < 1$), negara tersebut cenderung sebagai pengeksportir komoditas tersebut karena suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik. Sebaliknya, jika nilai ISP negatif di bawah 0 hingga -1 (di bawah $ISP < 0$), negara tersebut cenderung sebagai importir. Nilai ISP akan meningkat, dan daya saing juga akan meningkat, atau sebaliknya. Selain itu, ISP juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa berkembang suatu komoditas dalam perdagangan. Kementerian Perdagangan (2014) menyatakan,

3.5 Definisi dan Batasan Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menyamakan pemahaman konsep dan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Jumlah teh yang di ekspor dan impor ke negara tujuan utama, tidak termasuk ekspor ilegal, dalam satuan ton disebut sebagai ekspor teh nasional.
2. Keunggulan komparatif adalah ketika sebuah negara memiliki kemampuan untuk memproduksi suatu produk dengan lebih efisien atau lebih baik daripada produk lain
3. Keunggulan kompetitif adalah karakteristik perusahaan atau negara yang berbeda dari yang lain, dan produknya dianggap memiliki sesuatu yang signifikan.
4. Total nilai ekspor adalah jumlah atau kuantitas keseluruhan dari semua komoditi ekspor yang dinyatakan per tahun (ton/tahun).
5. Nilai impor adalah nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan bea masuk yang dinyatakan per tahun (ton/tahun).
6. Negara tujuan utama ekspor teh Indonesia ialah Negara Jerman, Poland, Rusia, Australia, Malaysia, India dan China.
7. Daya saing ekspor teh adalah kemampuan komoditi teh Indonesia memasuki pasar internasional yang diukur dengan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Export dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai analisis perdagangan teh Indonesia di pasar internasional didapat beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Daya saing teh Indonesia di pasar internasional memiliki keunggulan komperatif dari tahun 2012-2022 untuk nilai RCA Dari 7 negara eskportir teh Indonesia negara yang memiliki nilai ekspor terbesar yaitu negara Malaysia dengan nilai sebesar RCA 30.984 ton. daya saing teh Indonesia jugak memiliki keunggulan kompetitif dari tahun 2012-2022 untuk nilai ISP dari 7 negara yang lebih unggul dalam mengimpor teh yaitu India, Australia dan *China* negara yang memiliki nilai impor terbesar yaitu negara India dengan nilai sebesar ISP-0.95756 ton sedangkan negara lebih unggul mengekspor yaitu Jerman, Poland, Rusia, Australia, Malaysia dan *China* negara yg memiliki nilai ekspor terbesar yaitu Austalia dengan nilai ISP sebesar 0 ,985437 ton.
2. Kinerja teh Indonesia di pasar internasional dari tahun 2017-2021 menunjukkan ada perkembangan yang cukup baik tiap tahun dengan neraca perdagangan teh menunjukkan nilai surplus terkecil terjadi pada tahun 2017 sebanyak sebesar USD 29,84 juta nilai surplus terbesar terjadi pada tahun 2018 sebesar 87.9 juta.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah disampaikan maka penulis akan memberi saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Daya saing teh Indonesia dapat menggunakan pupuk atau cara perawatan yang lebih baik agar teh Indonesia dapat bersaing di pasar global, karena saat ini kualitas teh Indonesia masih di bawah rata-rata dibandingkan negara lain sehingga teh Indonesia kurang diminati di pasar global.
2. untuk peningkatan kualitas teh Indonesia dalam rangka mengurangi gap antara kualitas yang diproduksi dengan yang diharapkan para pembeli teh dunia tersebut. Diharapkan para produsen teh di Indonesia dapat memperbaiki kualitas produk teh yang dihasilkannya sesuai dengan yang diharapkan oleh target pasar ekspornya dengan cara memberi subsidi atau pelatihan khusus terhadap para petani dan memperbanyak tenaga kerja agar bisa memenuhi permintaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [Ditjenbun] Direktorat Jenderal Perkebunan. (2016). Statistik Perkebunan Teh Indonesia Tersedia pada: <http://ditjenbun.pertanian.go.id/>.
- Agricultural Export Commodities. ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting, 1(1), 81–100.
- Anjarsari IRD. 2016. Katekin teh Indonesia: prospek dan manfaatnya. Jurnal Kultivasi 15(2). Indonesia.
- Arifin, B. (2013). On the Competitiveness and Sustainability of teh Indonesian Atase Perdagangan London. 2013. Market Intelligence: Peluang Pasar Produk
- Atmaja MIP, Maulana H, Shabri, Riski GP, Fauziah A, Harianto S. 2021. Indonesia. Jurnal Standardisasi 23(1).
- Cakra, G. A., & Munandar, J. M. (2020). Analisis Daya Saing Komoditas Teh Hitam
- Christy, Y., Roessali, W., & Nurfadillah, S. (2023). RISK ANALYSIS OF BLACK Curah Indonesia di Pasar Global (Studi Kasus di Negara Russia). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 11(1), 57-70 *Humaniora*, 2(2), 276-281. Evaluasi kesesuaian mutu produk teh dengan persyaratan Standar Nasional
- Febriyanti, S. A. (2008). Skripsi. Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Teh Indonesia di Pasar Internasional, 1-111.
- Febriyanti, Sri Anna. 2008. Analisis Daya saing Ekspor Komoditas Teh Indonesia di Pasar Internasional. [Skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Food and Agricultural Organization. 2014. Intergovernmental Group on Tea : Report of The Working Group on Maximum Residue Levels. Food and Agricultural Organization.
- Kementerian Perdagangan. 2017. Siaran Pers : Misi Advokasi Teh Indonesia Menunjukkan Sinyal Positif. Biro Hubungan Masyarakat, Jakarta.
- Nayantakaningtyas, J. S., Daryanto, A., & Saptono, I. T. (2017). Competitiveness of Indonesian Tea in International Market, 3(1), 14–23.
- PT. Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT. KPBN) 2018 Auction Teh Perdana 2018 : PT. KPBN Berharap Penjualan Teh Dapat Berkembang. www.kpbn.co.id. Online. Diakses pada 25 Januari 2018 pk.09.52 WIB
- Ramadhani, F. (2013). Daya saing teh Indonesia di pasar internasional. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4).
- Ratnasari, D. E., & Sundari, M. S. (2020). Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Teh Indonesia dan Vietnam Serta Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Teh Indonesia. *CALYPTRA*, 8(2), 132-151.

- Safitri, A. A. (2018). *Analisis Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Internasional* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Samudera, J., Daryanto, A., & Saptono, I. T. (2017). Competitiveness of Indonesian tea in International market. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 3(1), 14-14.
- Sari, D. N. I. (2023). Analisis pengendalian mutu produksi teh hitam ortodoks di pt. perkebunan nusantara viii unit rancabali kabupaten bandung. *Agrista*, 10(4).
- Satryana, M. H., & Karmini, N. L. (2016). Analisis daya saing ekspor teh Indonesia ke pasar ASEAN Periode 2004-2013. *E-jurnal ekonomi Pembangunan universitas udayana*, 5(5), 165172.
- Setiawan, F. N. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Dunia tahun 2007-2016.
- Sidabalok, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Teh Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial*
- Simalango, Mikhael, Cholid Fadil, and Niniek Imaningsih. "Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia Di Pasar Global Tahun 2017-2021." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9.18 (2023): 458-464.
- Sudaryat, Y., Kusmiyati, M., Pelangi, C. R., Rustamsyah, A., & Rohdiana, D. (2015). Aktivitas antioksidan seduhan sepuluh jenis mutu teh hitam (*Camellia sinensis* (L.) O. Kuntze) Indonesia. *Jurnal Penelitian Teh dan Kina*, 18(2), 95-100.
- Suprihatini, R. (2005). Indonesian tea export competitiveness in the world's tea market. *Jurnal Agro Ekonomi*, 23(1), 1-29.
- Suprihatini, R. (2015). Analisis supply chain teh Indonesia. *Jurnal Penelitian Teh dan Kina*, 18(2), 107-118.
- TEA PRODUCTION AT PTPN IV BAH BUTONG SIMALUNGUN REGENCY. *Agrisociconomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(3), 599
- Teh di Inggris Raya. London (UK): Kementerian Perdagangan Republik
- Yuliando, H., K, N. E., S, A. C., & Supartono, W. (2015). Agriculture and Agricultural Science Procedia The Strengthening Factors of Tea Farmer Cooperative: Case of Indonesian Tea Industry, 144-148.
- Zakariyah, M. Y., Anindita, R., & Baladina, N. (2014). Analisis daya saing teh Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Agrimeta*, 4(08)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai ekspor teh 2012-2015

Importers	2012	2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	70071	70842	66399	61915
Russian Federation	10441	10006	9175	11445
Malaysia	7223	8877	10307	8604
Pakistan	8876	8221	7435	5464
Germany	4919	5184	4326	4953
United States of America	4000	4813	4414	3842
China	1933	3040	4112	3583
United Kingdom	9121	6657	2913	2493
Poland	3558	3802	2510	2476
Taipei, Chinese	758	982	1618	2168
United Arab Emirates	2048	2640	3013	2150
Australia	2003	2045	1913	1752
Thailand	193	367	420	1205
Singapore	809	882	1052	977
Japan	761	972	1090	973
Philippines	60	62	100	904
Ukraine	1021	1222	954	876
New Zealand	1027	917	868	815
India	1114	1415	1869	711

Lampiran 2 Nilai ekspor teh 2016-2019

Importers	2015	2016	2017	2018	2019
	Exported quantity, Tons				
World	61915	51317	54195	49030	42811
Malaysia	8604	8309	8795	8996	8537
Russian Federation	11445	9742	9324	7367	5508
United States of America	3842	3995	3666	2947	3699
Pakistan	5464	3801	4277	4136	3125
China	3583	1517	1641	1774	2656
Germany	4953	4105	3571	3279	2374
Australia	1752	1840	1754	1744	1815
Taipei, Chinese	2168	1764	2161	1596	1811
Poland	2476	2406	2715	2860	1701
United Arab Emirates	2150	2674	2465	1808	1364
Thailand	1205	585	839	902	1170
Singapore	977	1095	1438	1256	1126
Japan	973	717	1256	765	995
United Kingdom	2493	996	1434	1623	967
Viet Nam	506	645	688	994	896
New Zealand	815	942	890	914	853
Ukraine	876	750	978	673	523
India	711	865	633	947	513

Lampiran 3 Nilai ekspor teh 2020-2022

Importers	2020	2021	2022
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	45055	42654	44767
Malaysia	7413	7467	8566
Russian Federation	8048	6674	6618
United States of America	3576	3426	3259
Germany	1786	1854	2194
China	2130	2381	2780
Poland	1993	1375	2531
Taipei, Chinese	2202	2217	1964
Thailand	1031	1144	1449
Pakistan	2621	1647	2746
Japan	1348	1321	1207
Viet Nam	1261	1266	1607
Australia	1824	1775	1636
United Arab Emirates	1599	2151	2379
Singapore	1013	1049	1105
New Zealand	925	737	808
United Kingdom	683	1026	661
India	1232	1166	887

Lampiran 4 Nilai impor teh 2012-2015

Exporters	2012	2013	2014	2015
	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons
World	23043	19932	28102	27510
India	14780	15284	18015	20902
Viet Nam	461	91	5677	3403
China	2752	3719	3334	797
Malaysia	4614	456	358	1559
Korea, Republic of	103	22	199	1559
Russia Federation	23	33	114	27
Brazil	1		72	21
Malawi		52	68	18
United States of America	37	42	44	39
Ethiopia			38	26
Spain	29	51	38	263
Mozambique		13	37	32
Germany	22	114	30	32
Thailand	153	17	26	28
Australia	17	16	18	36
Pakistan			14	1
Netherlands	8	12	12	
Poland	18	28	32	21

Lampiran 5 Nilai impor teh 2016-2018

Exporters	2016	2017	2018
	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons
World	31878	43772	40166
India	23817	37277	33959
China	4615	5321	5179
Viet Nam	1850	567	398
Uganda			146
Malaysia	536	298	121
United States of America	43	37	84
Poland	385	55	73
Australia	26	31	48
Spain	41	48	45
Japan	6	9	30
Korea, Republic of	54	45	29
Germany	59	74	19
Italy		1	15
Netherlands	12	10	13
Thailand	9	5	4
United Arab Emirates	11	6	2
Côte d'Ivoire			1
Hong Kong, China			0
Russia Federation	27	26	35

Lampiran 6 Nilai impor teh 2019-2022

Exporters	2019	2020	2021	2022
	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons
World	44720	35416	54608	48727
India	39939	28809	48638	40914
China	3903	5441	5300	6574
Malaysia	48	432	183	505
Viet Nam	313	178	132	409
Spain	71	124	106	114
Poland	162	212	28	36
Korea, Republic of	68	51	57	31
Taipei, Chinese	26	34	27	26
United States of America	45	56	33	20
Thailand	4	6	50	19
Netherlands	5	7	16	18
Japan	10	6	10	17
Russian Federation	20	13	25	54
Australia	44	38	16	12
Germany	24	46	59	79

Lampiran 7 Surat Pengantar riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7365878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id **E-Mail:** univ.medanarea@uma.ac.id

Nomor : 727/FP.2/01.10/III/2024

Medan, 08 Maret 2024

Lamp. : -

H a l : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.
Kepala Laboratorium Statistik dan Komputasi Data
Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
di _____
Tempat

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

N a m a : Marchell Eben Yesaya Pasaribu
NIM : 208220027
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Perdagangan Teh Indonesia di Pasar Internasional**".

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 8 Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolek Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20132
Website : www.uma.ac.id E-Mail : univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN SKRIPSI

Nomor : 1267/FP.2/06.4/N/2024

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Marchell Eben Yesaya Pasaribu
NPM : 20 822 0027
Prodi : Agribisnis

Judul Skripsi : Analisis Perdagangan Teh Indonesia di Pasar Internasional

Waktu Pelaksanaan : 10 Maret s/d 14 April 2024
Tempat : Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area

Dosen Pembimbing : 1. Faiz Ahmad Sibuea, SP, M.Si

Adalah benar telah selesai melaksanakan penelitian dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari "Trade Map" di Laboratorium Statistik dan Komputasi Data Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Demikian Surat Keterangan ini diterbitkan untuk dapat dipergunakan sesuai dengan keperluannya.

Medan, 07 Mei 2024

Dekan

Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

