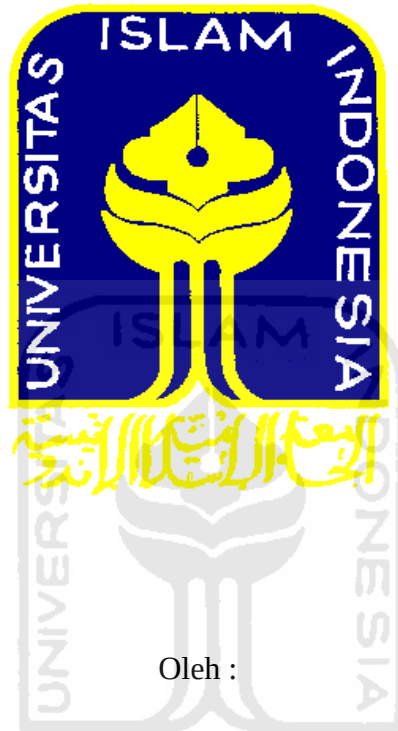


**DAYA SAING ESKPOR TEH INDONESIA
DI PASAR TEH DUNIA
(PERIODE 2011-2015)**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Miratun Hidayati

Nomor Mahasiswa : 15313213

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2016**

DAYA SAING EKSPOR TEH INDONESIA
DI PASAR TEH DUNIA
(PERIODE 2011-2015)
SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi,
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Miratun Hidayati

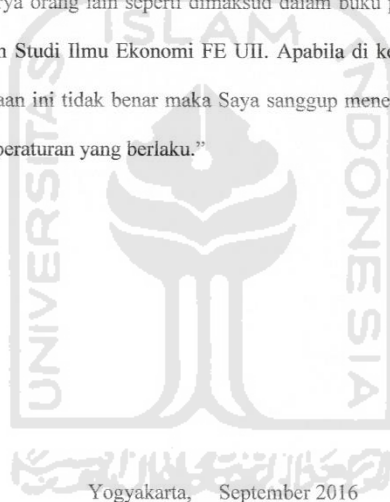
Nomor Mahasiswa : 15313213

Jurusan : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, September 2016

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Miratun', is written over the 'Penulis' label.

Miratun Hidayati



PENGESAHAN SKRIPSI

Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia
(Periode 2011-2015)

Nama : Miratun Hidayati
Nomor Mahasiswa : 15313213
Jurusan : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, September 2016

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,


Drs. Akhsyim Affandi., M.A., Ph. D

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**DAYA SAING EKSPOR TEH INDONESIA DI PASAR TEH DUNIA
(PERIODE 2011-2015)**

Disusun Oleh : **MIRATUN HIDAYATI**

Nomor Mahasiswa : **15313213**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 16 November 2016

Penguji/Pembimbing Skripsi : Akhsyim Afandi, Drs., M.A., Ph. D.

Penguji : Sarastri Mumpuni R, Dra., M.Si.

Indah Susantun, Dra., M.Si.

46
.....
.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“SEMANGAT, SABAR DAN BERDOA”

*“...adalah kunci menuju kesuksesan dan menjadi yang terbaik dengan selamat
penuh ridho kehadiran Allah SWT.”*

*“MAN JADDA WAJADA, MAN SHABARA ZHAFIRA, MAN SARA ALA DARBI
WASHALA”*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala Puji bagi Allah SWT. Atas segala nikmat yang selalu diberikan kepadaku, sehingga skripsi ini dapat penulis persembahkan untuk Bapak, Ibu beserta keluarga yang memberikanku amanah untuk menuntut ilmu.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim....

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia”. Selesaiannya skripsi ini, tidak lepas dari pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang sangat berarti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. D. Agus Hardjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Drs. Akhsyim Afandi., M.A., Ph. D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen, prodi beserta staf akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Kedua orangtuaku Bapak Kasmir dan Ibu Rostiatin atas segala doa dan kasih sayangnya kepadaku.
5. Adikku Abib Al- Faraby, Abangku Eman Rimawan, serta keluarga Yogyakarta atas doa dan dukungan semangatnya kepadaku.
6. Sahabatku cecepiter's (Oktaria Dyah P, Elsa Diva Rahadi, Riza Noor Annisa, Rizky Rahma Pertiwi, Ernita Nindy Astuti, Kartika Arifin).
7. Sahabatku SMA dan Sahabatku di Diploma Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Semoga segala doa dan dukungannya dapat menjadi amal sholeh yang senantiasa di Ridhoi Allah SWT. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih semoga skripsi ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis tetapi juga untuk masyarakat luas.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, September 2016

Miratun Hidayati



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN UJIAN	iv
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Manfaat Penelitian	6
1.5.Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Tanaman Teh (Camelia Sinensis)	12
2.2.2. Perdagangan Internasional	16
2.2.3. Keunggulan Mutlak (<i>Absolute Advantage</i>)	18
2.2.4. Keunggulan Komparatif (<i>Comparative Advantage</i>)	19
2.2.5. Kebijakan Ekonomi Internasional	20
2.2.6. Ekspor	21
2.2.7. Peranan dan Manfaat Ekspor	24
2.2.8. Konsep Daya Saing	27
BAB III METODE PENELITIAN	29

3.1. Jenis dan Sumber Data	29
3.1.1. Jenis Data	29
3.1.2. Sumber Data	29
3.2. Metode Analisis	29
Pertumbuhan Standar	31
Efek Komposisi Produk	32
Efek Distribusi Pasar	32
Efek Daya Saing	32
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	33
4.1. Perkembangan Pangsa Ekspor dari Negara-negara Pengekspor Teh Dunia ..	33
4.2. Pertumbuhan Ekspor Teh Dunia	40
4.3. Komposisi Ekspor Teh Indonesia Periode 2012-2015	41
4.4. Distribusi Pasar	47
4.4.1. Teh Hijau Curah	48
4.4.2. Teh Hijau Kemasan	57
4.4.3. Teh Hitam Curah	66
4.4.4. Teh Hitam Kemasan	74
4.5. Posisi Daya Saing Teh Indonesia	81
4.5.1. Teh Hijau Curah	81
4.5.2. Teh Hijau Kemasan	89
4.5.3. Teh Hitam Curah	98
4.5.4. Teh Hitam Kemasan	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	116
Lampiran	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Nilai Ekspor Beberapa Komoditi dari Hasil Pertanian Dunia Tahun 2011-2015.....	3
Tabel 4.1. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2011	35
Tabel 4.2. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2012.	36
Table 4.3. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2013	37
Tabel 4.4. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2014	39
Tabel 4.5. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2015	41
Tabel 4.6. Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor dari Negara-negara Pengekspor Teh Dunia pada Tahun 2012- 2015	42
Tabel 4.7. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2012 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia	44
Tabel 4.8. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2013 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia	45
Tabel 4.9. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2014 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia.....	46
Tabel 4.10. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2015 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia	47
Tabel 4.11. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia pada Tahun 2012.....	49
Tabel 4.12. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia pada Tahun 2013.....	50
Tabel 4.13. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia pada Tahun 2014.....	52
Tabel 4.14. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia pada Tahun 2015.....	54
Tabel 4.15. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2012.....	57
Tabel 4.16. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2013.....	59
Tabel 4.17. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2014.....	61
Tabel 4.18. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2015.....	63

Tabel 4.19. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2012.....	66
Tabel 4.20. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2013.....	69
Tabel 4.21. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2014.....	70
Tabel 4.22. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2015.....	71
Tabel 4.23. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2012.....	74
Tabel 4.24. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2013.....	76
Tabel 4.25. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2014.....	77
Tabel 4.26. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2015.....	79
Tabel 4.27. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2012.....	82
Tabel 4.28. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2013.....	84
Tabel 4.29. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2014.....	86
Tabel 4.30. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesiapada Tahun 2015.....	88
Tabel 4.31. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2012.....	92
Tabel 4.32. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesiapada Tahun 2013.....	93
Tabel 4.33. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2014.....	94
Tabel 4.34. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia pada Tahun 2015.....	96
Tabel 4.35. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia)pada Tahun 2012.....	99
Tabel 4.36. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2013.....	100
Tabel 4.37. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesiapada Tahun 2014.....	102
Tabel 4.38. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia pada Tahun 2015.....	103
Tabel 4.39. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesiapada Tahun 2012.....	106
Tabel 4.40. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2013.....	108
Tabel 4.41. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesiapada Tahun 2014.....	109

Tabel 4.42. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia pada Tahun 2015.....	112
--	-----



DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Indonesia tahun 2000-2015...	4
Grafik 1.2. Perkembangan Produksi Perkebunan Teh Indonesia menurut Status Pengusahaan tahun 2000-2015.	5
Grafik 4.1. Perkembangan Komposisi Ekspor Teh Indonesia Tahun 2012-2015.	47
Grafik 4.2. Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hijau Curah Indonesia Tahun 2012-2015.....	55
Grafik 4.3. Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hijau Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015.....	64
Grafik 4.4. Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hitam Curah Indonesia Tahun 2012-2015	72
Grafik 4.5. Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hitam Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015	80
Grafik 4.6. Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hijau Curah Indonesia Tahun 2012-2015	89
Grafik 4.7. Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hijau Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015	97
Grafik 4.8. Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hitam Curah Indonesia Tahun 2012-2015	104
Grafik 4.9. Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hitam Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	118
Lampiran 2	119
Lampiran 3	120
Lampiran 4	125
Lampiran 5	130
Lampiran 6	133
Lampiran 7	163



ABSTRAK

Perdagangan internasional dapat memicu semangat untuk meningkatkan daya saing ekspor produk Indonesia, sehingga dapat menghentikan produk luar negeri yang masuk ke Indonesia. Sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia dan dalam kegiatan perdagangan internasional. Teh merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Teh juga salah satu komoditi ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara sesudah minyak dan gas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Jenis data berupa data sekunder dan diambil dari *International Trade Center*. Data pertumbuhan ekspor teh dunia. masalah- tersebut disebabkan karena komposisi produk teh yang diekspor Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar, negara-negara tujuan ekspor teh Indonesia kurang ditujukan ke negara-negara pengimpor teh yang memiliki pertumbuhan impor teh tinggi, seperti negara Russian, United Kingdom (UK), United State of America (USA), United Emirate Arab (UAE), Pakistan, Kenya, Egypt, Pakistan, Iran dan Morocco. Daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia yang masih lemah. Untuk meningkatkan pertumbuhan ekspor teh Indonesia, diperlukan upaya untuk meningkatkan komposisi produk teh melalui peningkatan ekspor teh Indonesia dalam bentuk produk-produk hilir (teh hitam kemasan dan teh hijau kemasan) dan teh hijau curah. selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengaruh distribusi pasar. Pada aspek daya saing, daya saing Indonesia masih tergolong rendah bila dibandingkan negara-negara produsen lain lainnya.

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Adanya perdagangan internasional dapat memicu semangat untuk meningkatkan daya saing ekspor produk Indonesia, sehingga dapat menghentikan produk luar negeri yang masuk ke Indonesia. Seperti yang dinyatakan oleh (Wellyanti, 2015), perdagangan internasional merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan penggerak bagi pertumbuhan, sedangkan menurut (Dwipayana, 2015) menyatakan bahwa perdagangan internasional merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Secara umum proses perdagangan internasional terdiri dari dua kegiatan, yaitu ekspor dan impor. Ekspor dalam perdagangan internasional adalah kegiatan menjual barang dan jasa yang dihasilkan suatu negara ke negara lain. Sedangkan impor arus kebalikannya yaitu kegiatan membeli hasil barang dan jasa dari negara lain. Sebuah negara akan mengekspor komoditi yang menggunakan faktor produksi yang melimpah secara intensif dan akan mengimpor komoditi yang faktor produksinya langka (Krugman, 2012).

Negara eksportir yang memiliki kelebihan sumber daya dan pengalokasian dilakukan dengan mendistribusikan ke negara lain dikarenakan permintaan dalam negeri yang telah tercukupi. Kinerja ekspor dari suatu negara tergantung pada daya saing produk ekspor di pasar dunia (Andriani, 2015). Menurut Latruffe dalam (David, 2013), daya saing adalah kemampuan suatu negara untuk menawarkan produk dan layanan yang memenuhi standar kualitas, harga pasar dan nilai baik dalam negeri maupun luar negeri serta mendapatkan keuntungan

yang memadai sebagai pengganti sumber daya yang digunakan dalam proses produksi mereka.

Sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, dan (Permatasari, 2015) juga menyatakan bahwa sektor pertanian Indonesia adalah pilar penting dalam kegiatan perdagangan internasional. Hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 13,52 persen pada tahun 2015 atau merupakan sektor yang cukup kuat menghadapi goncangan ekonomi dan ternyata dapat di adakan dalam pemulihan perekonomian nasional. Salah satu sub sektor yang cukup besar potensinya adalah sub sektor perkebunan kontribusi sub sektor perkebunan dalam PDB yaitu sekitar 3,57 persen pada tahun 2015 atau merupakan urutan pertama di sektor Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian. Sub sektor ini merupakan penyedia bahan baku untuk sektor industri, penyerap tenaga kerja dan penghasil devisa (Badan Pusat Statistik, 2015).

Menurut Rosihan dan Nesia (2008) mengungkapkan tren ekspor perkebunan yang terus meningkat memberikan gambaran bahwa komoditi perkebunan mampu bersaing di pasar internasional sehingga mampu memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam devisa perdagangan.

Tabel.1.1: Perkembangan Ekspor Indonesia dari Beberapa Komoditi Hasil Perkebunan atau Pertanian Dunia Tahun 2011-2015

Komoditas	Ekspor Dunia (Tons)				
	2011	2012	2013	2014	2015
Kopi	346,493	448,591	534,025	384,828	502,021
Teh	75,450	70,071	70,842	66,399	61,915
Kayu Manis	45,695	40,403	52,507	58,314	55,027
Jahe	6,123	4,581	27,129	68,427	37,763
Vanilla	309	278	270	247	355

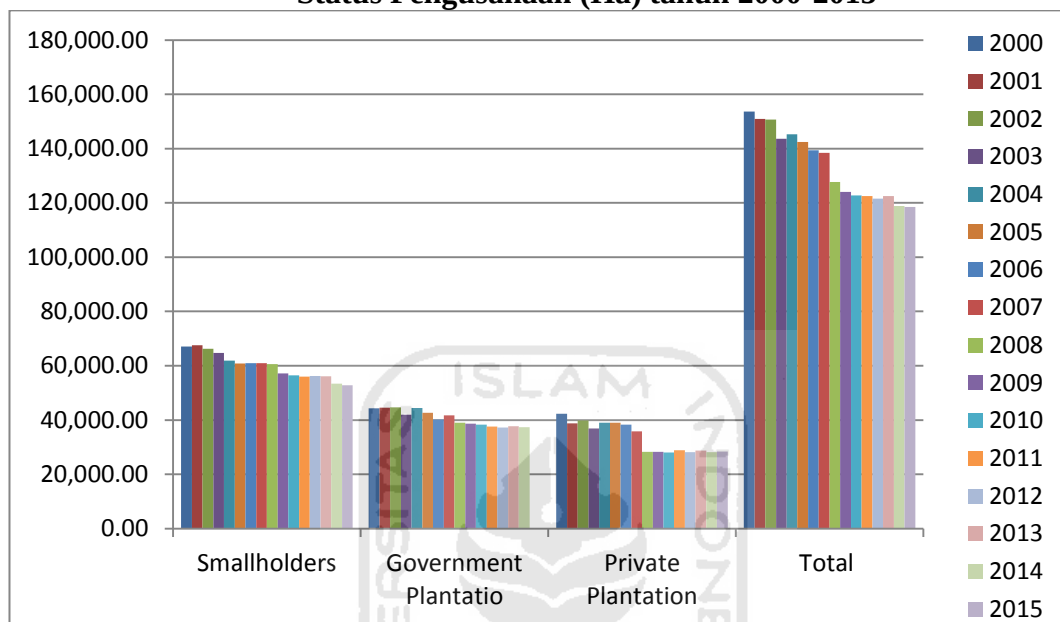
Sumber: *International Trade Center*, (2016).

Teh merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan di Indonesia yang banyak di ekspor setelah komoditi kopi. Dapat dilihat dari **tabel 1.1.** ekspor teh Indonesia cukup tinggi dari komoditas lainnya seperti kayu manis, jahe, dan vanilla. Karena teh merupakan salah satu minuman yang disukai oleh banyak orang atau dapat dikatakan teh merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi dunia, sehingga banyak permintaan ekspor oleh negara-negara pengimpor teh. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa teh mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Jika Indonesia mengekspor teh dan mendapat keuntungan, maka dapat menambah penerimaan devisa negara. Dengan demikian, kekayaan negara bertambah karena devisa merupakan salah satu sumber penerimaan negara.

Jika dilihat dari perkembangan luas area perkebunan teh selama tiga tahun terakhir cenderung menurun (Tabel 1.2). Pada tahun 2013 luas area perkebunan teh Indonesia tercatat seluas 122,49 ribu hektar, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2014 yaitu sekitar 3,02 persen menjadi 118,90 ribu hektar. Dan pada

tahun 2015 luas areal perkebunan teh Indonesia mengalami penurunan kembali menjadi 118.44 ribu hektar atau sekitar 0,39 persen.

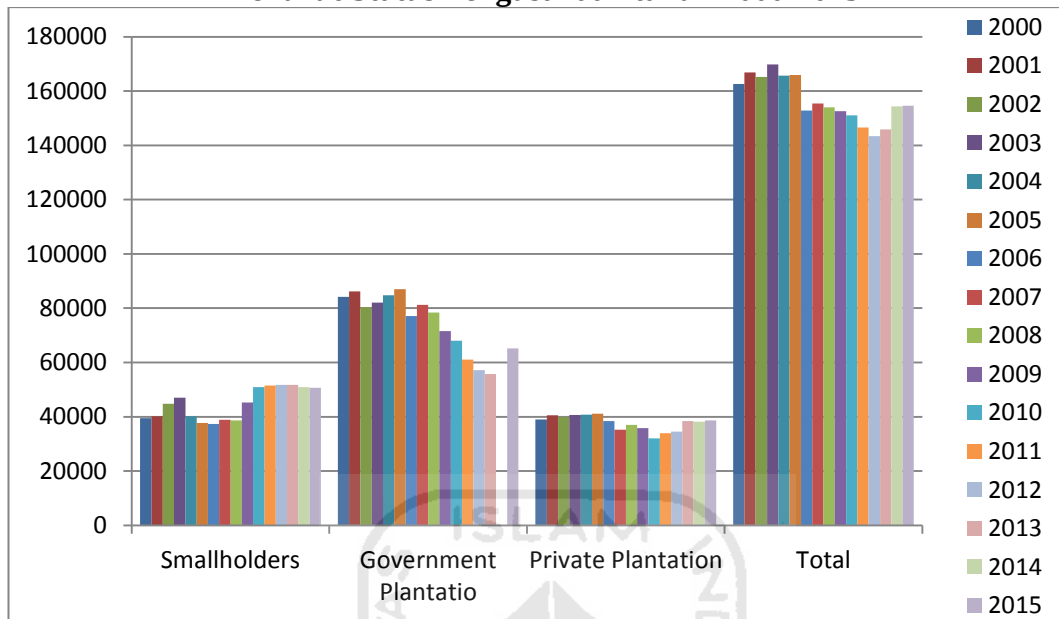
Perkembangan Luas Areal Perkebunan Indonesia menurut Status Pengusahaan (Ha) tahun 2000-2015



Grafik: 1.1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Indonesia tahun 2000-2015.
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2015).

Sebaliknya, menurut Badan Pusat Statistika, (2015) untuk perkembangan produksi teh di Indonesia selama tiga tahun terakhir terlihat cenderung naik. Dapat dilihat dari tabel 1.3. Pada tahun 2013 produksi teh dalam wujud kering mencapai 145,86 ribu ton, kemudian pada tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi 154,37 ribu ton. Pada tahun 2015 produksi teh terus mengalami kenaikan yaitu sebesar 154.60 ribu ton.

Perkembangan Produksi Perkebunan Teh Indonesia menurut Status Pengusahaan tahun 2000-2015



Grafik: 1.2. Perkembangan Produksi Perkebunan Teh Indonesia menurut Status Pengusahaan tahun 2000-2015.

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2015).

Data *International Tea Committee* pada tahun 2013, menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi ke tujuh dunia di antara negara penghasil teh utama setelah China, India, Kenya, Sri Lanka, Vietnam dan Turki. Pada data tersebut menyebutkan, Indonesia hanya memproduksi 145,460 ton atau 3,2 persen dari produksi teh dunia sebesar 4,6 juta ton, (detik finance, 2015).

Potensi yang dimiliki Indonesia memang cukup besar, namun sama halnya dengan ekspor produk pertanian Indonesia lainnya ke pasar dunia atau internasional, komoditi teh juga menghadapi persoalan yang selalu berulang. Adanya masalah seperti penurunan volume, rendahnya harga teh Indonesia memberikan dampak negatif pada perkembangan industry teh, lemahnya daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia.

Jika dilihat dari perkembangan ekspor teh Indonesia ke negara tujuan ekspor dari tahun 2013 sampai tahun 2015 terus mengalami penurunan. Pada tahun 2013 volume ekspor teh Indonesia sebanyak 70.84 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 157,50 juta, kemudian pada tahun 2014 volume ekspor teh mengalami penurunan sebesar 6,7 persen atau sebesar 66,40 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 134,58 juta. Dan ternyata pada tahun 2015 volume ekspor teh terus mengalami penurunan yaitu tercatat sebanyak 61,92 ribu ton dengan nilai sebesar US\$ 126,05 juta, (Badan Pusat Statistik, 2015).

Dengan adanya penurunan volume ekspor teh Indonesia tersebut diharapkan tidak mempengaruhi daya saing ekspor teh Indonesia di pasar dunia. Oleh karena itu, dari latar belakang diatas penulis akan melakukan penelitian Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Dunia periode 2011-2015.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, bahwa rumusan maslaah dalam penelitian ini adalah bagaimana daya saing ekpor teh Indonesia di pasar `dunia pada periode tahun 2011-2015?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor teh Indonesia di pasar dunia pada periode tahun 2011-2015.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum penelitian ini dapat membantu melihat persaingan ekspor teh Indonesia di pasar teh dunia dengan beberapa negara pengekspor utama lainnya pada periode tahun 2011-2015.

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penulisan skripsi, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi pendokumentasian dan pengkajian hasil dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan pada area yang sama dan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori-teori yang didapat ini kanmenjadi landasan bagi penulis untuk melakukan pembahasan dan pengambilan kesimpulan mengenai judul yang penulis pilih.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan penjelasan satu pembahsan mengenai metode analisa yang digunakan dalam penelitian dan jenis data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV: HASIL DAN ANALISA

Dalam bab ini berisi semua temuan-temuan yang dihasilkan dlam penelitian dan analisa statistik.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan sarana merupakan bagian yang menyimpan keseluruhan dari hasil penelitian serta menjelaskan secara lengkap implikasi yang didapat dan secara langsung menjadi bentuk jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Bramanna, (2009) melakukan penelitian tentang “Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia ke Inggris”. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional merupakan salah satu cara untuk memakmurkan perekonomian suatu negara yang melakukan kegiatan ekspor. Komoditas teh merupakan salah satu komoditas perdagangan internasional. Teh memegang peranan penting sebagai penyumbang besar bagi komoditas ekspor non migas Indonesia. Dalam penelitian ini penawaran ekspor teh dilihat dari nilai ekspor teh yang diukur dengan mata uang dollar Amerika. Hasil produksi teh Indonesia sebagian besar di ekspor. Tujuan utama ekspor teh Indonesia tersebar di benua Amerika, Asia, dan Eropa. Pasar paling potensial berada di negara Inggris karena tingkat konsumsi the paling tinggi di dunia.

Dalam penelitian ini digunakan analisis pendekatan sisi penawaran. Dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa selama tahun 1985-2006, nilai kurs rupiah terhadap dollar Amerika Serikat, harga teh internasional, harga kopi internasional (diasumsikan kopi sebagai barang substitusi teh) positif secara signifikan terhadap nilai ekspor teh Indonesia ke Amerika Serikat. Sedangkan untuk variabel produksi teh dalam negeri tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini disebabkan karena ketatnya persaingan teh serta rendahnya kualitas teh negara Indonesia.

Selanjutnya penelitian oleh Satryana (2016) menganalisis kekuatan daya saing, pangsa pasar serta kestabilan daya saing ekspor teh Indonesia di kawasan ASEAN. Alat analisis yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Negara perbandingan yang digunakan adalah negara Vietnam, Malaysia, Singapura dan Thailand. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai rata-rata RCA Indonesia periode tahun 2004-2013 sebesar 2.184 dapat diartikan bahwa teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat di kawasan ASEAN. Nilai CMSA menyatakan bahwa teh Indonesia kurang diminati di pasar ASEAN karena efek komposisi komoditas yang negative, tetapi ekspor teh Indonesia terdistribusi ke negara-negara yang pertumbuhan impornya cepat serta memiliki daya saing yang kuat di pasar ASEAN.

Suprihatini (2005), melakukan penelitian tentang “Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia” dengan menggunakan data sekunder yang sebagian besar berasal dari ITC dan ATI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Data statistik menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor teh Indonesia jauh di bawah pertumbuhan ekspor teh dunia. Masalah tersebut disebabkan karena (1) komposisi produk teh yang diekspor Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar; (2) negara-negara tujuan ekspor teh Indonesia kurang ditujukan ke negara-negara pengimpor teh yang memiliki pertumbuhan impor teh tinggi; dan (3) daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia yang masih lemah. Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekspor teh Indonesia dalam

bentuk-bentuk hilir dan teh hijau curah. Selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengaruh distribusi pasar. Pada aspek daya saing, posisi daya saing teh Indonesia lebih lemah dibandingkan negara-negara produksi teh lainnya, kecuali Bangladesh.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nindiani Rizky Utami (2016) yaitu tentang “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia tahun 2005-2014”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkaji berbagai faktor yang berpengaruh terhadap volume ekspor kopi Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis data panel dengan metode *fixed effect*. Data yang digunakan adalah gabungan data *cross section* dan *time series* sejak tahun 2005-2014 dari masing-masing 5 negara berupa data Harga Ritel (RP), Pendapatan Negara Tujuan Ekspor (GDP), dan Nilai Tukar Rupiah (ER) dengan mata uang negara tujuan ekspor. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa variabel Harga Ritel (RP) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap ekspor kopi, sedangkan variabel Pendapatan (GDP) tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia, dan variabel Nilai tukar (ER) berpengaruh secara negative terhadap ekspor kopi Indonesia.

Penelitian Hadi, Prajogo U. dan Sudi Mardianto (2004) menganalisis komparasi antar negara ASEAN yang menyangkut pertumbuhan ekspor produk pertanian serta efek komposisi produk, distribusi pasar, dan daya saing terhadap ekspor produk pertanian ke kawasan ASEAN dengan menggunakan data sekunder deret waktu dan metode analisis “*Constant Market Share*”. Kesimpulan utama hasil analisis ini adalah sebagai berikut: (1) Pertumbuhan ekspor Indonesia ke

kawasan ASEAN selama periode 1997-1999 adalah yang tertinggi di antara negara-negara ASEAN, bahkan lebih tinggi daripada pertumbuhan ekspor dunia ke kawasan yang sama. Sedangkan pada periode 1999-2001 menurun dan lebih rendah dibanding Thailand, Filipina dan dunia; (2) Komposisi produk ekspor Indonesia adalah yang terbaik diantara negara-negara ASEAN, walaupun melemah pada periode 1999-2001 dibanding 1997-1999; (3) Distribusi pasar ekspor Indonesia pada periode 1997-1999 hanya kalah dari Singapura, tetapi pada periode 1999-2001 melemah dan kalah dari Singapura dan Vietnam; dan (4) Daya saing ekspor Indonesia pada periode 1997-1999 paling kuat di antara negara-negara ASEAN, tapi pada periode 1999-2001 melemah dan kalah dari Filipina dan Thailand. Disarankan agar di masa datang, Indonesia lebih mempertahankan lagi pemilihan yang lebih tepat mengenai komposisi produk dan negara tujuan ekspornya agar dapat lebih memenangkan persaingan dengan sesama negara ASEAN lainnya dan bahkan negara-negara non ASEAN.

Penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2011) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh di Provinsi Jawa Tengah dan mengetahui elastisitas ekspor teh di Jawa Tengah akibat perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi itu. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif analisis. Pengambilan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di Provinsi Jawa Tengah dengan pertimbangan bahwa provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang mengusahakan teh sebagai komoditas perkebunan utama dan melakukan ekspor teh. Data yang terkumpul dianalisis

menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) dalam bentuk regresi non linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui bahwa variabel harga domestik teh berpengaruh nyata terhadap volume ekspor teh di Provinsi Jawa Tengah pada tingkat kepercayaan 95%, dengan elastisitas 0.642. Hal ini dapat diartikan bahwa volume ekspor teh bersifat inelastic terhadap harga domestik teh. Variabel nilai tukar Dollar AS terhadap rupiah berpengaruh secara nyata terhadap volume ekspor teh di Provinsi Jawa Tengah pada tingkat kepercayaan 95%, dengan elastisitas -0.526. Hal ini dapat diartikan bahwa volume ekspor teh bersifat inelastic terhadap nilai tukar Dollar AS terhadap rupiah.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Tanaman Teh (*Camelia Sinensis*)

Tanaman teh berbentuk pohon. Tingginya bisa mencapai belasan meter. Namun, tanaman teh diperkebunan selalu dipangkas untuk memudahkan pemetikan, sehingga sehingga tingginya 90-120 meter. Menurut silsilah kekerabatan dalam dunia tumbuh-tumbuhan, tanaman teh termasuk ke dalam:

Kingdom : *Plantae*
Divisio : *Spermatophyta*
Sub division : *Angiospermae*
Class : *Discotyledoneae*
Famili : *Theaceae*
Genus : *Camelia*

Species : *Camellia sinensis*

(Tim Penulis PS, 1993).

Tanaman teh (*Camellia Sinensis*) diduga berasal dari Asia Tenggara. Pada tahun 2737 SM teh sudah dikenal di China. Bahkan sejak abad ke-4 M, teh telah dimanfaatkan sebagai salah satu komponen ramuan obat. Teh diperkenalkan pertama kali oleh pedagang Belanda sebagai komoditas perdagangan di Eropa pada tahun 1610 M dan menjadi minuman populer di Inggris sejak 1664 M (Ghani, 2002).

Tanaman teh dapat tumbuh mulai dari pantai sampai pegunungan. Di Pegunungan *Assam*, teh ditanam pada ketinggian lebih dari 2000 m dpl. Namun perkebunan teh umumnya dikembangkan di daerah pegunungan yang beriklim sejuk. Meskipun dapat tumbuh subur di dataran rendah, tanaman teh tidak akan memberikan hasil dengan mutu baik. Semakin tinggi daerah penanaman teh semakin tinggi mutunya (Ghani, 2002).

Berdasarkan sistem pengolahan, teh dapat dikelompokkan menjadi dua jenis sebagai berikut:

a. Teh hitam

Teh hitam diolah melalui fermentasi. Teh ini dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- 1) Teh *orthodox* adalah teh yang diolah melalui proses pelayuan sekitar 16 jam, penggulungan, fermentasi, pengeringan, sortasi, hingga terbentuk teh jadi.

- 2) Teh CTC (*Cutting Tearing dan Curing*) adalah teh yang diolah melalui perajangan, penyobekan, dan penggulungan daun basah menjadi bubuk kemudia dilanjutkan dengan fermentasi, pengeringan, sortasi, hingga terbentuk teh jadi.

b. Teh hijau

Teh ini diolah tanpa melalui fermentasi. The hijau dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:

- 1) Teh hijau (murni) adalah the yang diolah melalui pelayanan sekitar 3 menit, selanjutnya dilakukan penggulungan, pengeringan, sortasi, dan berbentuk teh jadi.
- 2) Teh oolong adalah teh yang diolah melalui semi pelayuan selama, 6-9 jam, selanjutnya diproses seperti teh hijau.
- 3) Teh gunga adalah the oolong yang diberi aroma tertentu, seperti bunga melati (Ghani, 2002).

Produk teh yang dijual di pasar internasional umumnya bukan berasal dari satu kebun atau pabrik, melainkan ramuan (*blend*) dari berasal dari beberapa pabrik bahkan Negara. Hal itu terjadi karena setiap perkebunan memiliki ciri mutu yang khas, sedangkan ciri mutu yang dijual ke konsumen Eropa, misalnya masyarakat kombinasi mutu yang harus dipenuhi oleh ramuan beberapa sifat khas. Atas dasar itu, dalam perdagangan teh dikenal pedagang perantara atau blender (peramu) dan packer (pembungkus: yang memasarkan langsung ke konsumen). Kondisi pemasaran demikian, menempatkan produsen pada posisi tawar yang

kurang menguntungkan. Kelebihan pasokan serta kuatnya dominasi blender dan packer mengakibatkan penentuan harga dikendalikan oleh pembeli (Ghani, 2002).

Jalur tata niaga komoditi teh untuk sampai ke tangan konsumen ada dua macam, yaitu sebagai berikut:

a. Jalur tata niaga dalam negeri

Jenis teh hijau dan teh hitam yang beredar didalam negeri mempunyai mata rantai tata niaga tersendiri. Sebenarnya jalur tata niaga teh hijau lebih pendek daripada jalur tata niaga teh hitam. Hal ini dikarenakan teh hitam yang banyak beredar diolah menjadi teh wangi, maka jalur tata niaga teh hijau menjadi bertambah.

Petani teh menjual pucuk-pucuk teh segar nya ke para pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menjualnya lagi ke pabrik teh wangi. Teh wangi selanjutnya dijual di warung-warung, toko-toko, atau pasar sehingga sampai ke tangan konsumen.

b. Jalur tata niaga luar negeri

Teh produksi Indonesia yang akan diekspor ke luar negeri pemasarannya dikoordinir oleh Kantor Pemasaran Bersama (KPB) setiap seminggu sekali menyelenggarakan penjualan teh lewat sistem lelang di Jakarta. Lelang biasanya diadakan di Hotel Indonesia setiap hari rabu. Pihak penjual yang berniat menjual hasil produksi tehnya ke luar negeri adalah beberapa PNP/PTP dan perusahaan-perusahaan swasta. Pihak pembeli adalah wakil dari importer (biasa disebut *buying agent*). Peranan swasta dalam penjualan teh lewat Kantor Pemasaran Bersama (KPB) masih relatif kecil. Ekspor teh tidak hanya

disalurkan lewat Kantor Pemasaran Bersama (KPB), tetapi ada juga ekspor teh yang dijual secara langsung lewat beberapa kota besar seperti Semarang, Medan, dan Belawan.

Hal yang menjadi penghambat dalam tata niaga ekspor teh Indonesia ke luar negeri adalah mahalanya biaya freight ke Timur Tengah. Hal ini dikarenakan biaya transshipment (pemindahan kapan) di Singapore. Mutu teh Indonesia yang dikirim ke luar negeri juga harus yang baik serta memenuhi kualitas yang ditentu, agar dapat, menguasai pasar dunia (Tim Penulis PS, 1993)

2.2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional membantu suatu negara dalam permasalahan ekonomi. Permasalahan pokok yang dihadapi dalam ekonomi internasional juga sama dengan ilmu ekonomi, yaitu masalah kelangkaan produk dan masalah pilihan produk, masalah tersebut muncul karena adanya permintaan atau *demand* akan kebutuhan dan keinginan manusia yang sifatnya tidak terbatas dan penawaran atau *supply* dari sumber daya yang sifatnya terbatas. Permasalahan ekonomi tersebut bersifat internasional karena adanya permintaan dan penawaran yang berasal dari dalam ataupun luar negeri (Hady, Hamdy, 2009).

Peyebab utamanya terjadi perdagangan luar negeri adalah perbedaan kemampuan dalam produksi. Dalam kondisi ekstrim, suatu negara tidak mampu untuk memproduksi suatu barang sehingga harus membeli dari negara lain. Perbedaan kemampuan dalam produksi dapat diartikan juga sebagai perbedaan tingkat efisiensi suatu negara dalam memproduksi suatu barang. Suatu negara

dikatakan memiliki keunggulan mutlak jika lebih efisien secara mutlak dalam memproduksi suatu barang. Sedangkan suatu negara dikatakan memiliki keunggulan komparatif jika lebih efisien secara relatif dalam memproduksi suatu barang.

Kemudian teori tentang perdagangan internasional sebagaimana diutip oleh Hasibuan (1994) menjelaskan lima teori sebagai berikut:

Teori perdagangan internasional yang pertama dikemukakan oleh David Ricardo, jika suatu negara dapat memproduksi suatu barang atau jasa lebih murah, maka negara tersebut akan memproduksi suatu barang atau jasa tersebut daripada membeli atau mengimpor dari negara lain. Tetapi jika biaya produksinya relatif lebih mahal bila dibandingkan ongkos produksi di negeri-negeri lainnya, maka barang dan jasa tersebut dibeli dari negara lain atau diimpor. Barang atau jasa dengan ongkos produksi yang relatif lebih rendah, di samping dapat dikonsumsi sendiri, juga dapat di ekspor.

Teori kedua, dikemukakan oleh John Stuart Mill. Beliau mengemukakan melalui teori permintaan timbal balik. Walaupun ongkos murah, jika tidak ada permintaan tentunya tidak terjadi perdagangan. John Stuart Mill lebih menekankan pada aspek permintaan.

Teori ketiga, dikemukakan oleh Heckscher-Ohlin misalnya, menjelaskan bahwa bila suatu negara mempunyai faktor-faktor yang berlimpah, maka negara tersebut akan mengekspor barang-barang dengan faktor yang berlimpah tersebut. Sebaliknya, bila suatu negara mengalami kelangkaan faktor produksi, maka barang-barang yang dihasilkan faktor tersebut perlu diimpor.

Teori keempat, dikemukakan oleh Vernon dan Hirsch dengan teorinya yaitu teori hipotesis siklus produk (*Produk Cycle Hypothesis*), teori ini hampir sama dengan teori *burung terbang* yang dikemukakan oleh penulis dari Jepang yakni Akamatsu. Teori ini dapat menjelaskan perkembangan industry, yang terdiri dari lima tahap. Tahap pertama adalah tahap pengenalan suatu produk. Lazimnya barang baru ini terlebih dulu diimpor oleh suatu negara. Volume konsumsi meningkat sampai batas tertentu, tetapi kemudian dapat dibuat di dalam negeri. Barang produksi dalam negeri ini berakibat mengurangi impor. Tahap kedua adalah terjadinya proses pengganti impor (*import-substitution*). Dalam tahap ini produk impor tadi semakin berkurang dan pasar diisi dengan produk buatan dalam negeri. Inilah tahap suatu negara menggunakan strategi pengganti impor. Tahap ketiga adalah tahap perluasan pasar, sedemikian rupa sehingga peranan barang impor semakin tidak berarti. Tahap ini lazimnya diikuti dengan kemampuan bersaing yang semakin tinggi, sehingga dapat melakukan penetrasi ke pasaran internasional. Tahap keempat adalah kematangan dengan ciri baik produksi di dalam negeri maupun ekspor mulai menurun. Lazimnya, tahap ini perlu diiringi dengan kegiatan penelitian dan pengembangan produk. Tahap terakhir adalah tahap mengimpor kembali. Karena produksi dalam negeri tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan, sedangkan daya saing pun menurun, maka harus mengimpor. Ada negara lain yang dapat memproduksi lebih murah.

2.2.3. Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*)

Adam Smith mengemukakan teori keunggulan mutlak dimana setiap negara akan memperoleh manfaat perdagangan internasional (*gain from trade*)

karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara tersebut memiliki keunggulan mutlak (Hady, Hamdy, 2009). Teori keunggulan absolut dari Adam Smith tersebut menganggap bahwa tenaga kerja merupakan salah satu variabel riil yang terpenting dalam proses produksi. Ketika tenaga kerja yang digunakan tinggi maka nilai suatu barang yang diproduksi suatu negara juga akan tinggi.

Anggapan bahwa homogen tenaga kerja bersifat homogen dan merupakan satu-satunya faktor produksi membuat teori nilai tenaga kerja ini terlihat sederhana. Namun pada kenyataannya bahwa tenaga kerja tidak bersifat homogeny dan tenaga kerja bukanlah satu-satunya faktor produksi serta mobilitas tenaga kerja bersifat tidak bebas. Teori nilai tenaga kerja memiliki dua manfaat: pertama, kemudahan untuk menjelaskan tentang spesialisasi perdagangan dan keuntungan dari pertukaran dengan cara yang lebih sederhana. Kedua, seiring perkembangan jaman semakin banyak teori-teori yang tidak menggunakan teori nilai tenaga kerja namun prinsip teori ini tetap berlaku.

2.2.4. Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Teori David Ricardo *Comparative Advantage* didasarkan pada nilai tenaga kerja atau *theory of labor value* yang menyatakan bahwa nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Menurut teori *cost comparative advantage*, suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara

tersebut berproduksi relatif kurang/ tidak efisien.

2.2.5. Kebijakan Ekonomi Internasional

Dalam arti luas kebijakan ekonomi internasional adalah tindakan atau kebijakan ekonomi pemerintah yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi komposisi arah serta bentuk dari pada perdagangan dan pembayaran internasional. Hal ini terkait dengan kebijakan fiskal dan moneter. Sedangkan dalam arti sempit adalah tindakan atau kebijakan ekonomi pemerintah yang secara langsung mempengaruhi perdagangan dan pembayaran internasional (Rosyidi, 2002), instrumen kebijakan ekonomi internasional terdiri dari:

1. Kebijakan internasional

Kebijakan ini mencakup tindakan pemerintah terhadap rekening yang sedang berjalan (*current account*) dari neraca pembayaran internasional, khususnya tentang ekspor dan impor barang. Kebijakan ini antara lain: tarif terhadap impor, pelarangan impor, kuota impor, subsidi, *bilateral trade agreement*, dan lain-lain.

2. Kebijakan Pembayaran Internasional

Menyangkut tindakan pemerintah terhadap rekening modal (*capital account*) dalam neraca pembayaran internasional seperti: *exchange control*, pengawasan lalu lintas jangka panjang dan lain-lain.

3. Kebijakan Bantuan Luar Negeri

Kebijakan ini terkait dengan bantuan luar negeri (*grants*) dan hutang (*loans*).

2.2.6. Ekpor

Menurut Michael P Todaro (2000), ekspor merupakan suatu kegiatan yaitu mengeluarkan sejumlah barang yang ada di masyarakat dan mengirimkannya untuk dijual ke luar negeri tetapi sesuai dengan ketentuan-ketentuan pemerintah dan mengharapkan sejumlah pembayaran dalam kegiatan ini dalam bentuk valuta asing atau ekspor merupakan suatu upaya melakukan penjualan komoditi yang kita miliki kepada bangsa lain atau negara lain. Dengan kata lain ekspor mencerminkan aktivitas perdagangan antar bangsa yang dapat memberikan dorongan dalam dinamika pertumbuhan perdagangan internasional, sehingga negara yang sedang berkembang kemungkinan untuk mencapai kemajuan perekonomian setara dengan negara-negara yang lebih maju. Menurut G.M. Meier dan Baldwin, ekspor adalah salah satu sektor perekonomian yang memegang peranan penting melalui perluasan pasar antara beberapa negara dimana perluasan dalam sektor industri, sehingga mendorong dalam industri lain.

Selanjutnya mendorong sektor lainnya dari perekonomian (Baldwin, 2008). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengiriman barang ke luar negeri (ekspor) yaitu:

1. Harga Internasional

Semakin besar selisih antara harga di pasar internasional dengan domestik akan menyebabkan jumlah komoditi yang akan di ekspor menjadi bertambah.

2. Nilai Tukar Uang (*Exchange Rate*)

Semakin tinggi nilai tukar uang suatu negara (mengalami apresiasi) maka harga ekspor negara tersebut di pasar internasional menjadi mahal.

Sebaliknya, semakin rendah nilai mata uang suatu negara (mengalami depresiasi) maka harga ekspor pada negara tersebut di pasar internasional menjadi lebih rendah.

3. Quota Ekspor-Import

Kuota adalah kebijakan pemerintah untuk membatasi jumlah barang yang diperdagangkan. Ada tiga macam kuota, yaitu:

- a. Kuota impor adalah pembatasan dalam jumlah barang yang diimpor
- b. Kuota produksi adalah pembatasan dalam jumlah barang yang diproduksi
- c. Kuota ekspor adalah pembatasan jumlah barang yang diekspor.

4. Kebijakan Tarif dan Non Tarif

Tarif adalah pajak yang dikenakan terhadap barang-barang dagangan yang melintasi daerah pabean (*custom area*). Sementara itu, barang-barang yang masuk ke wilayah negara dikenakan bea masuk. Efek kebijakan ini terlihat langsung pada kenaikan harga barang. Dengan pengenaan bea masuk yang besar, mempunyai maksud memproteksi industri dalam negeri sehingga meningkatkan pendapatan negara dan juga membatasi permintaan konsumen terhadap produk-produk impor dan mendorong konsumen menggunakan produk domestik.

Menurut D. Salvatore (2014) hambatan perdagangan internasional terdiri dari hambatan tarif dan non tariff sebagai berikut:

1. Hambatan Tarif

Tarif adalah pajak atau bea masuk yang dibebankan terhadap komoditas perdagangan yang memasuki suatu batas negara. Tarif ekspor adalah bea masuk komoditas ekspor. Negara berkembang sangat sangat bersandar pada tarif ekspor untuk meningkatkan penerimaan karena pungutan ringannya. Di sisi lain, negara industri (industri padat karya), serta kebanyakan menggunakan pajak pendapatan untuk meningkatkan penerimaan. Ada tiga macam tariff yaitu:

- 1) Tarif *ad valorem* dinyatakan sebagai persentase tetap harga komoditas perdagangan.
- 2) Tarif khusus dinyatakan sebagai jumlah tetap tiap satuan barang dari komoditas perdagangan.
- 3) Tarif gabungan merupakan kombinasi dari tarif khusus dan *ad valorem*.

2. Hambatan Non-Tarif

Instrument kebijakan perdagangan internasional selain tariff adalah berupa kebijakan non-tarif, yang terdiri dari:

1) Kuota

Kuota merupakan hambatan langsung berupa jumlah komoditas yang diperbolehkan untuk diimpor atau diekspor.

2) Kartel Internasional

Kartel internasional merupakan organisasi pemasok komoditas yang berlokasi di negara berbeda (atau sekelompok pemerintah) yang sepakat untuk membatasi output dan ekspor komoditas dengan tujuan memaksimalkan atau meningkatkan total keuntungan organisasi.

3) Dumping

Dumping merupakan ekspor komoditas dibawah biayanya atau setidaknya menjual komoditas dengan harga lebih rendah diluar negeri dibandingkan di dalam negeri.

4) Subsidi Ekspor

Subsidi ekspor adalah pembayaran langsung (atau bantuan keringanan pajak dan pinjaman bersubsidi) bagi eksportir negara tersebut atau eksportir berpotensi dan/ atau pinjaman berbunga rendah bagi pembeli asing untuk menggerakkan ekspor negara lain.

2.2.7. Peranan dan Manfaat Ekspor

Ekspor adalah salah satu sektor yang memegang peranan penting melalui perluasan pasar antar beberapa daerah dalam sektor industry, sehingga mendorong pengembangan industry lainnya (Baldwin, 2008). Dari definisi diatas dapat dilihat peranan sektor ekspor adalah:

- a. Pasar diseberang lautan memperluas pasar bagi barang-barang tertentu.
Sebagaimana ditekankan oleh para ahli ekonomi klasik, suatu industry dapat tumbuh dnegan cepat jika industry itu dapat menjual hasilnya diseberang lautan daripada hanya di pasar dalam negeri yang lebih sempit.
- b. Ekspor menciptakan permintaan efektif yang baru, akibatnya permintaan akan barang-barang di pasar dalam negeri meningkat. Terjadinya persaingan mendorong industri-industri dalam negeri mencari inovasi yang ditujukan untuk menaikkan produktifitas.

- c. Perluasan kegiatan ekspor mempermudah pembangunan karena industry tertentu tumbuh tanpa membutuhkan investasi dalam kapital sosial. Banyak yang dibutuhkan seandainya barang-barang itu akan dijual di dalam negeri misalnya karena sempitnya pasar dalam negeri akibat tingkat pendapatan riil yang rendah atau hubungan transportasi yang belum memadai.

Beberapa manfaat ekspor sebagai berikut:

- a. Meningkatkan hubungan antara dua negara

Adanya perdagangan antar negara, dapat mewujudkan hubungan di antara negara-negara yang mengadakan perdagangan. Hubungan ini apabila terjalin dengan baik dapat meningkatkan hubungan persahabatan diantara negara-negara tersebut. Negara-negara tersebut dapat semakin akrab dan saling membantu bila mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan.

- b. Memenuhi kebutuhan suatu negara

Dengan adanya perdagangan internasional, suatu negara yang masih kekurangan dalam memproduksi suatu barang dapat dipenuhi dengan pengimpor barang dari negara yang mempunyai kelebihan hasil produksi. Sebaliknya negara yang mempunyai kelebihan hasil produksi barang dapat mengekspor barang tersebut ke negara yang kekurangan. Dengan demikian kebutuhan setiap negara dapat tercukupi.

- c. Meningkatkan produksi barang secara maksimal

Salah satu tujuan negara melakukan perdagangan internasional yaitu untuk memperluas pasar di luar negeri. Semakin luasnya pasar diluar negeri dapat mendorong peningkatan produksi barang didalam negeri.

Dengan demikian akan mendorong para pengusaha untuk menghasilkan barang produksi secara besar-besaran.

d. Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi

Adanya perdagangan antarnegara memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien. Perdagangan luar negeri memungkinkan negara tersebut mengimpor mesin-mesin atau alat-alat modern untuk melaksanakan teknik produksi dan cara produksi yang lebih baik. Dengan demikian, adanya teknologi yang lebih modern dapat meningkatkan produktivitas dan dapat mempercepat pertumbuhan produksi.

e. Mengadakan spesialisasi produksi

Perdagangan internasional dapat mendorong setiap negara untuk mengadakan spesialisasi produksi dengan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan keahlian secara maksimal. Dengan demikian suatu negara akan memiliki produk-produk unggulan sehingga dapat bersaing dengan produk-produk dari luar negeri.

f. Memperluas lapangan kerja.

Semakin luasnya pasar di luar negeri, maka barang atau jasa yang dihasilkan juga semakin bertambah. Dengan meningkatnya hasil produksi, maka perusahaan akan semakin banyak membutuhkan tenaga kerja. Hal ini dapat membuka kesempatan kerja baru. Semakin luasnya kesempatan kerja maka pengangguran dapat dikurangi.

Dengan demikian, selain menanam peningkatan produksi barang untuk dikirim keluar negeri, ekspor juga menambah permintaan dalam negeri, sehingga secara langsung ekspor memperkuat *Output* industri-industri itu sendiri, dan secara tidak langsung permintaan di luar negeri mempengaruhi industri untuk menggunakan faktor produksinya, misalnya modal dan juga menggunakan metode-metode produksi yang lebih murah dan efisien sehingga harga dan mutu dapat bersaing di pasar perdagangan internasional.

2.2.8. Konsep Daya Saing

Konsep daya saing yang biasanya dihubungkan dengan konsep *comparative advantage* dikarenakan konsep ini memiliki unsur-unsur penunjang seperti halnya proses produksi yang memungkinkan suatu negara menarik investor untuk melakukan investasi di dalam negeri, bukan di negara lain. Kata *advantage* disini bisa diartikan sebagai kondisi yang memungkinkan investor mendapatkan keuntungan maksimal. Seperti halnya dengan menyediakan lahan murah, upah kerja murah, dan *supply* bahan mentah produksi dengan harga lebih murah daripada negara lain namun terjamin kualitasnya. Dengan kata lain, faktor modal dan teknologi tinggi menjadi faktor penentu peningkatan daya saing (penjualan produk) suatu negara. Pada kenyataannya negara-negara berkembang memiliki kelemahan pada kedua faktor penentu tersebut. Kelemahan tersebut biasanya dimanfaatkan oleh negara maju untuk mengembangkan negaranya.

Dilihat dari sudut pandang politik, selain modal dan teknologi faktor lain yang juga berperan penting dalam menentukan daya saing adalah kompetisi, khususnya kompetisi internal. Misalnya, sebelum produk yang dihasilkan oleh

suatu negara dikonteskan dengan produk negara lain, harus dipastikan bahwa produk tersebut sudah dikonteskan dalam negeri. Untuk itu bisa menghasilkan produk unggulan ditingkat internasional, perlu diciptakan persaingan di setiap lapisan masyarakat.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah disediakan oleh badan atau lembaga tertentu, dengan kata lain data sekunder merupakan data yang telah siap diolah oleh peneliti. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data *time series* dari tahun 2011 hingga tahun 2015. Data *time series* merupakan data dari objek yang terdiri dari beberapa periode waktu seperti harian, bulanan, triwulan, kuartalan, dan tahunan.

3.1.2. Sumber Data

Pengumpulan data sekunder penelitian ini bersumber dari *International Trade Centre*.

Peneliti memilih 15 negara pengekspor utama komoditi teh termasuk negara Indonesia, yaitu dengan pertimbangan negara-negara tersebut tetap melakukan ekspor teh selama lima tahun berturut-turut (tahun 2011-2015). Kemudian peneliti memilih 10 negara pengimpor teh tertinggi di dunia agar dapat membandingkan daya saing antar negara pengekspor utama teh (**Lampiran 7**).

3.2. Metode Analisis

Pendekatan yang digunakan untuk melihat posisi suatu produk teh di pasar dalam konteks pertumbuhan, komposisi, distribusi dan persaingan adalah dengan menganalisis pangsa pasar (*Constant Market Share*). Menurut (Rifai dan Tarumun, 2005), *Constant Market Share* atau CMS mengukur dinamika tingkat

daya saing ekspor yang menunjukkan pertumbuhan ekspor yaitu efek komposisi komoditas, distribusi pasar dan daya saing sehingga dapat mengetahui pangsa pasar suatu negara. Analisis ini merupakan alat untuk mengukur keragaan ekspor suatu negara relatif terhadap pesaingnya. Analisis ini menyediakan seperangkat indikator statistik untuk mengetahui apakah suatu negara eksportir mampu mengelola kontribusi ekspornya ke seluruh pasar pengimpor dalam suatu selang waktu tertentu. Terdapat empat termitologi pada model CMS yaitu (1) pertumbuhan standard; (2) pengaruh komposisi komoditas; (3) pengaruh distribusi; dan (4) pengaruh daya saing atau persaingan.

Mengacu pada formulasi umum seperti yang digunakan (Tyers et al, 1985), persamaan yang digunakan analisis *Constant Market Share* ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \frac{E(t) - E(t-1)}{E(t-1)} & \text{pertumbuhan standard} \\ \frac{\sum_i (g_i - g) E(t-1) i}{E(t-1)} & \text{pengaruh komposisi komoditas} \\ \frac{\sum_i \sum_j (g_{ij} - g_i) E(t-1) ij}{E(t-1)} & \text{pengaruh distribusi pasar} \\ \frac{\sum_i \sum_j (E(t) ij - E(t-1) ij - g_i E(t-1) ij)}{E(t-1)} & \text{pengaruh daya saing} \\ g = \frac{W(t) - W(t-1)}{W(t-1)} \\ g_i = \frac{W(t) i - W(t-1) i}{W(t-1) i} \\ g_{ij} = \frac{W(t) ij - W(t-1) ij}{W(t-1) ij} \end{aligned}$$

Keterangan:

$E_{(t) \cdot \cdot}$ = adalah nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh produk teh tahun t.

$E_{9(t-1) \cdot \cdot}$ = adalah nilai total ekspor Indonesia untuk seluruh produk teh tahun t-1.

$E_{(t)i}$ = adalah nilai total ekspor Indonesia tahun t untuk produk teh i (jenis produk teh tertentu).

$E_{(t)ij}$ = adalah nilai total ekspor indonesia tahun t untuk jenis teh i ke negara j.

$W_{(t)I}$ = adalah nilai total ekspor (negara-negara pengekspor tertentu) tahun t untuk produk i.

$W_{(t)j}$ = adalah nilai total ekspor (negara-negara pengekspor tertentu) seluruh komoditas teh tahun t ke negara tujuan j.

$W_{(t)ij}$ = adalah nilai total ekspor (negara-negara pengekspor tertentu) tahun t untuk produk i ke negara j.

$W_{(t)}$ = adalah nilai total ekspor (negara-negara pengekspor tertentu) untuk seluruh komoditas teh tahun t.

Pertumbuhan Standar

Dalam analisis ini, parameter pertumbuhan standard mengindikasikan standard umum pertumbuhan ekspor produk negara-negara dunia. Pertumbuhan ini mencerminkan kinerja ekspor dari negara atau kelompok negara pesaing terhadap Indonesia. Jika parameter pertumbuhan ekspor standar lebih tinggi (atau lebih rendah) dibanding parameter pertumbuhan ekspor Indonesia ke kawasan dunia atau internasional, berarti kinerja ekspor Indonesia lebih baik (atau lebih buruk).

Efek Komposisi Produk

Parameter efek komposisi produk bisa bernilai positif atau negatif. Parameter yang bernilai positif mengindikasikan bahwa negara pengekspor yang menjadi perhatian (misalnya Indonesia) mengekspor suatu produk ke negara yang mempunyai pertumbuhan impor produk itu lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan impor kelompok produk tersebut.

Efek Distribusi Pasar

Parameter efek distribusi pasar bisa bernilai positif atau negatif. Parameter akan bernilai positif jika negara pengekspor yang menjadi perhatian (misalnya Indonesia) mendistribusikan pasarnya ke pusat pertumbuhan permintaan.

Efek Daya Saing

Parameter efek daya saing mengindikasikan kenaikan atau penurunan bersih (*net gain or loss*) dalam pangsa pasar ekspor Indonesia secara relatif terhadap standard setelah memperhitungkan perubahan komposisi produk dan distribusi pasar. Asumsinya adalah bahwa efek daya saing yang didasarkan pada pangsa ekspor negara pengekspor yang menjadi perhatian misalnya Indonesia di pasar dunia (atau negara tertentu) untuk produk tertentu hanya dapat terjadi selama periode analisis sebagai respon terhadap perubahan harga relatif produk asal Indonesia. nilai parameter daya saing bisa positif atau negatif. Jika parameter bernilai positif, berarti Indonesia merupakan pesaing kuat dibawah potongan harga pesaingnya. Jika negatif, berarti Indonesia lemah dalam persaingan.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

4.1. Perkembangan Pangsa Ekspor dari Negara-negara Pengekspor Teh Dunia

Perkembangan pangsa nilai ekspor dari beberapa negara pengekspor teh dunia dari tahun 2011- 2015 disajikan pada tabel 1 sampai dengan tabel 5. Indonesia mengekspor berbagai jenis teh yaitu teh hitam curah, teh hitam kemasan, teh hijau curah dan teh hijau kemasan. Pangsa nilai ekspor teh Indonesia dari seluruh jenis teh yang diekspor Indonesia pada tahun 2011 mencapai 2,3% dari total nilai ekspor seluruh jenis teh yang di perdagangkan di pasar dunia (ITC, 2016).

Indonesia menempati posisi ketujuh sebagai pengekspor teh terbesar setelah Negara Sri Lanka yaitu sebesar 20,7% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Selanjutnya pada posisi kedua ditempati oleh Negara China yaitu sebesar 13,5% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau. Dan pada posisi ketiga ditempati oleh Negara India yaitu sebesar 12,1% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam kemasan. Pada posisi keempat ditempati oleh Negara United Kingdom (UK) yaitu sebesar 3,7% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Pada posisi kelima ditempati oleh Negara Germany yaitu sebesar 3,2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Pada posisi keenam ditempati oleh Negara Vietnam yaitu sebesar 2,9% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Dan pada posisi ketujuh ditempati oleh Negara.

Tabel 4.1. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2011

Negara pengekspor	Total pangsa ekspor seluruh jenis teh (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam kemasan (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau kemasan (%)
Belgium	1.4	3.4	0.3	0.3	2.1
China	13.5	3.4	3.8	55.2	54.2
France	0.7	1.4	0.1	0.7	1.9
Germany	3.2	3.6	2.3	6.2	4.1
Hongkong	0.3	0.7	0.1	0.4	0.2
India	12.1	5.4	19.3	1.6	2.3
Indonesia	2.3	0.2	3.4	0.5	3.6
Poland	2	5.2	0.2	0.5	3.2
Singapore	0.2	0.1	0.1	0.5	0.4
South Africa	0.4	0.4	0.4	0.3	0.1
Sri Lanka	20.7	34.7	19.7	0.8	4.8
Taipe	0.4	0.8	0.2	0.4	0.6
United Kingdom	3.7	9.8	0.8	1.1	4
United State of Amerika	1	1.7	0.3	0.9	2.5
Vietnam	2.9	0.1	2.8	18.7	0.3

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Tabel 4.2. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2012

Negara pengekspor	Total pangsa ekspor seluruh jenis teh (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam kemasan (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau kemasan (%)
Belgium	1.3	2.6	0.4	0.4	2.2
China	14.5	3.6	4.4	54.8	55.4
France	0.7	1.3	0.1	0.9	1.9
Germany	3.1	3.4	2.1	6.5	4.3
Hongkong	0.3	0.6	0.1	0.3	0.2
India	9.6	2.3	17.5	1.9	0.7
Indonesia	2.2	0.3	3.2	0.6	3.6
Poland	2.4	6.1	0.2	0.5	3.3
Singapore	0.2	0.1	0.1	0.3	0.5
South Africa	0.4	0.6	0.4	0.2	0.1
Sri Lanka	19.6	29.1	20.5	0.8	4.8
Taipe	0.5	0.8	0.3	0.5	0.8
United Kingdom	2.7	6.6	0.7	1	2.4
United State of Amerika	1.2	2.1	0.3	1.3	2.5
Vietnam	3.1	0.3	3.2	18.4	0.9

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa pada tahun 2012 Indonesia menempati posisi ketujuh sebagai pengekspor teh terbesar setelah Negara Sri Lanka yaitu sebesar 19,6% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Selanjutnya pada posisi kedua ditempati oleh Negara China yaitu sebesar 14,5% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau. Dan pada posisi ketiga ditempati oleh Negara India yaitu sebesar 9,6% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam kemasan. Pada posisi keempat ditempati oleh Negara Germany dan Vietman yaitu sebesar 3,1% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Pada posisi kelima ditempati oleh Negara United Kingdom (UK) yaitu sebesar

2,7% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Pada posisi keenam ditempati oleh Negara Poland yaitu sebesar 2,4% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah.

Table 4.3. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2013

Negara pengekspor	Total pangsa ekspor seluruh jenis teh (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam kemasan (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau kemasan (%)
Belgium	1.2	2.7	0.2	0.3	2.4
China	15.5	3.8	4.3	55.8	57.5
France	0.8	1.4	0.1	1.2	1.8
Germany	3.1	3.6	1.9	6.7	4.4
Hongkong	0.3	0.7	0.1	0.3	0.3
India	10.2	3.3	18.2	1.6	0.4
Indonesia	2	0.1	2.9	0.4	3.2
Poland	2.6	6.6	0.3	1.5	3.4
Singapore	0.2	0.2	0.1	0.3	0.4
South Africa	0.4	0.5	0.5	0.2	0.1
Sri Lanka	19	29.3	20	0.7	4.6
Taipe	0.5	0.8	0.3	0.4	0.9
United Kingdom	2.3	5.9	0.6	1	1.9
United State of Amerika	1.2	2.3	0.3	1	2.2
Vietnam	2.9	0.2	2.8	16.8	0.7

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Dari table 4.3 diketahui bahwa pada tahun 2013 Indonesia menempati posisi kedelapan sebagai pengekspor teh terbesar yaitu sebesar 2% setelah Negara Sri Lanka yaitu sebesar 19% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Selanjutnya pada posisi kedua ditempati oleh Negara China yaitu sebesar 15,5% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau. Dan pada posisi ketiga ditempati oleh Negara India yaitu sebesar 10,2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam

kemasan. Pada posisi keempat ditempati oleh Negara Germany yaitu sebesar 3,1% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Pada posisi kelima ditempati oleh Negara Vietnam yaitu sebesar 2,9% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Pada posisi keenam ditempati oleh Negara Poland yaitu sebesar 2,6% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Pada posisi ketujuh ditempati oleh Negara United Kingdom (UK) yaitu sebesar 2,3% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh the hitam curah.

Tabel 4.4. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2014

Negara pengekspor	Total pangsa ekspor seluruh jenis teh (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam kemasan (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau kemasan (%)
Belgium	1.2	2.2	0.3	0.2	2.3
China	16.2	4.7	4.4	52.1	57.5
France	0.8	1.3	0.1	0.8	2.2
Germany	3.2	3.2	2.1	6.7	4.5
Hongkong	0.3	0.7	0.1	0.3	0.2
India	8.3	2.7	15.7	1.6	0.3
Indonesia	1.7	0.1	2.6	0.3	3.1
Poland	3	0.1	0.8	2.7	3.1
Singapore	0.3	0.3	0.1	0.4	0.4
South Africa	0.4	0.5	0.5	0.2	0.1
Sri Lanka	20.4	31.2	2.9	1	4.2
Taipe	0.5	0.8	0.3	0.4	0.9
United Kingdom	2	4.5	0.5	1.2	1.5
United State of Amerika	1.4	2.6	0.4	1.1	2.2
Vietnam	2.9	0.1	2.5	18.7	0.1

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Dari table 4.4 diketahui bahwa pada tahun 2014 Indonesia menempati posisi kedelapan sebagai pengekspor teh terbesar yaitu sebesar 1,7% setelah

Negara Sri Lanka yaitu sebesar 20,4% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Selanjutnya pada posisi kedua ditempati oleh Negara China yaitu sebesar 16,2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau. Dan pada posisi ketiga ditempati oleh Negara India yaitu sebesar 8,3% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam kemasan. Pada posisi keempat ditempati oleh Negara Germany yaitu sebesar 3,2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Pada posisi kelima ditempati oleh Negara Poland yaitu sebesar 3% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau kemasan. Pada posisi keenam ditempati oleh Negara Vietnam yaitu sebesar 2,9% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Pada posisi ketujuh ditempati oleh Negara United Kingdom (UK) yaitu sebesar 2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah.

Tabel 4.5. Pangsa Nilai Ekspor dari Negara-Negara Pengekspor Utama Teh Dunia pada Tahun 2015

Negara pengekspor	Total pangsa ekspor seluruh jenis teh (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hitam kemasan (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau curah (%)	Pangsa ekspor jenis teh hijau kemasan (%)
Belgium	1.3	2.9	0.3	0.2	1.6
China	21	7.7	6	65.6	60.8
France	0.9	1.4	0.1	0.6	4.4
Germany	3.2	3.5	2	6.2	6.2
Hongkong	0.3	0.8	0.1	0.2	0.2
India	10.3	3.4	19.8	1.8	0.3
Indonesia	1.9	0.4	2.7	1.4	2.7
Poland	2.8	7.2	0.3	0.9	3.3
Singapore	0.3	0.4	0.1	0.5	0.6
South Africa	0.4	0.6	0.4	0.4	0.1
Sri Lanka	20.1	30.6	23.4	0.9	3.7
Taipe	0.8	1.4	0.4	0.5	1.2
United Kingdom	2.2	5.4	0.6	1.5	1.9
United State of Amerika	1.7	3.3	0.5	1.2	2.5
Vietnam	1.7	0.3	2.3	5.4	0.7

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Dari table 5.1 diketahui bahwa pada tahun 2011 Indonesia menempati posisi ketujuh sebagai pengekspor teh terbesar yaitu sebesar 1,9% setelah Negara China yaitu sebesar 21% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam hijau. Selanjutnya pada posisi kedua ditempati oleh Negara Sri Lanka yaitu sebesar 20,1% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah. Dan pada posisi ketiga ditempati oleh Negara India yaitu sebesar 10,3% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam kemasan. Pada posisi keempat ditempati oleh Negara Germany yaitu sebesar 3,2%

dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau. Pada posisi kelima ditempati oleh Negara Poland yaitu sebesar 2,8% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hijau curah. Pada posisi keenam ditempati oleh Negara United Kingdom (UK) yaitu sebesar 2,2% dari total pangsa pasar, hal ini dipengaruhi oleh total ekspor teh hitam curah.

4.2. Pertumbuhan Ekspor Teh Dunia

Daya saing teh suatu negara eksportir teh dapat dikaji secara umum dari kinerja pertumbuhan ekspor tehnya. Pertumbuhan ekspor negara-negara pengeksportir teh dunia periode 2011-2015 disajikan pada tabel 4.2 yang sudah diolah dengan Pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Negara-negara yang memiliki nilai positif pertumbuhan ekspornya pada tahun 2012 adalah Poland, Taipei, South Africa, United State of America, Vietnam, dan Hongkong. Pertumbuhan ekspor teh Indonesia bernilai negatif yaitu sebesar (-0,07129). Pada tahun 2013 Indonesia menempati urutan kesepuluh setelah Hongkong, Taipei, France, Poland, India, Sri Lanka, United Kingdom (UK), Singapore, China. Pada tahun 2014 dan 2015 pertumbuhan ekspor teh Indonesia kembali mengalami penurunan atau bernilai negatif yaitu sebesar (-0,06289) dan (-0,06753). Bahkan pada tahun 2015 pertumbuhan ekspor teh Indonesia semakin menurun bila dibandingkan tahun 2014.

Tabel 4.6. Hasil Analisis Pertumbuhan Ekspor dari Negara-negara Pengekspor Teh Dunia pada Tahun 2012- 2015

Negara pengekspor	Pertumbuhan ekspor teh 2012	Pertumbuhan ekspor teh 2013	Pertumbuhan ekspor teh 2014	Pertumbuhan ekspor teh 2015
Belgium	-0.00799	-0.17528	0.152677	0.008192
China	-0.02981	0.039297	-0.0697	0.079733
France	-0.01283	0.206088	0.039169	0.05869
Germany	-0.06128	0.007667	0.014035	-0.0853
Hongkong	0.088692	0.466802	-0.39683	-0.13858
India	-0.30218	0.132214	-0.16573	0.105952
Indonesia	-0.07129	0.011189	-0.06289	-0.06753
Poland	0.173968	0.178705	0.1007	-0.09065
Singapore	-0.19738	0.043091	-0.01211	0.296323
South Africa	0.466253	-0.24909	-0.08754	-0.14194
Sri Lanka	-0.00834	0.115745	-0.08475	-0.06194
Taipe	0.116519	0.246898	-0.04644	0.269467
United Kingdom	-0.21041	0.071228	-0.02891	-0.03266
United State of Amerika	0.24989	-0.02052	0.107927	0.04419
Vietnam	0.091959	-0.04001	-0.06218	-0.48112

Sumber: *International Trade Center* (2016)

4.3. Komposisi Ekspor Teh Indonesia Periode 2012-2015

Pada tabel 4.7 terlihat bahwa negara-negara yang memiliki komposisi produk positif merupakan negara-negara yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi pada ekspor teh dalam bentuk teh hitam kemasan (produk hilir), teh hijau kemasan (produk hilir) dan teh hijau curah. Pada tahun 2012 Indonesia mampu menghasilkan produk hilir yaitu yang terdiri dari teh hijau kemasan sebesar 8,17 persen, kemudian untuk teh hijau curah relatif lebih besar bila dibandingkan dengan ekspor teh hijau kemasan yaitu sebesar 33,58 persen, dan dalam produk hilir teh hitam kemasan Indonesia bernilai negatif yaitu sebesar -6,109.

Pada tahun 2012 Indonesia dalam memproduksi teh hitam kemasan dapat mencontoh negara-negara yang memiliki nilai positif pada komposisi ekspornya seperti negara Belgium, United Kingdom (UK), Sri Lanka, China dan India. Dan juga pada aspek komposisi produk yang diekspor pada produk teh hijau kemasan Indonesia harus mencontoh pada negara France, India, Hongkong, United State of America (USA), dan Taipei yang memiliki nilai positif tentunya diatas Indonesia dalam aspek komposisi produk yang diekspornya. Untuk produk teh hijau curahnya Indonesia berada di posisi ketiga setelah negara Vietnam dan Singapore.

Tabel 4.7. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2012 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia

Negara pengekspor	teh hitam curah (%)	teh hitam kemasan (%)	teh hijau curah (%)	teh hijau kemasan (%)
Belgium	-5.323	12.855	-8.836284	-0.716461
China	2.487	1.4194	17.42362	-3.983711
France	-17.378	-14.674	9.960941	123.56048
Germany	14.344	-7.181	8.995899	3.477822
Hongkong	-13.68	-1.198	-14.508	61.3003
India	-25.606	0.0187	-41.226	78.5186
Indonesia	72.188	-6.109	33.58737	8.173308
Poland	8.7044	-41.936	-5.214	5.4603
Singapore	48.9347	1.9431	34.9919	-32.436
South Africa	-46.625	-18.149	23.2995	-29.482
Sri Lanka	-2.884	2.107	-5.058	1.7465
Taipe	-9.613	-6.389	29.6479	9.4951
United Kingdom	-0.897	5.2974	-16.746	-0.473
United State of Amerika	3.0248	-22.224	1.0037	41.2082
Vietnam	4.6247	-2.787	277.0078	-7.409

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Pada tahun 2013 (**tabel 4.8**) Indonesia menghasilkan produk hilir yaitu yang terdiri dari teh hijau kemasan, dimana jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (tahun 2012) yang bernilai positif terlihat nilai komposisi ekspornya sangat menurun pada tahun ini (2013) menjadi sebesar -22,07 persen, kemudian untuk teh hijau curah juga mengalami penurunan yang sangat jauh pada komposisi ekspornya jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2012) yaitu sebesar 8.09 persen. Selanjutnya, pada produk hilir teh hitam kemasan Indonesia menunjukkan peningkatan pada tahun ini (2013) yaitu sebesar 2,3 persen.

Untuk meningkatkan nilai pada aspek komposisi ekspornya Indonesia dalam memproduksi teh hitam kemasan dapat mencontoh negara-negara yang memiliki nilai positif seperti France, Sri Lanka, Hongkong, Taipei, United State of America (USA), dan South Africa. Dan juga pada aspek komposisi produk yang diekspor pada produk teh hijau curah Indonesia berada pada urutan keempat negara yang memiliki nilai positif pada komposisi ekspornya yaitu setelah negara Belgium, South Africa, Germany. Komposisi ekspor pada produk teh hijau kemasan, Indonesia berada pada urutan terakhir atau memiliki nilai yang paling rendah bahkan negatif yaitu sebesar -22,07 persen.

Tabel 4.8. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2013 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia

Negara pengekspor	teh hitam curah (%)	teh hitam kemasan (%)	teh hijau curah (%)	teh hijau kemasan (%)
Belgium	20.1987	-41.835	44.34799	-20.77981
China	-11.009	-8.978	-2.536251	-7.47166
France	-21.746	127.4925	-8.916736	48.210848
Germany	-6.239	-1.379	8.992059	7.995515
Hongkong	35.2552	25.3405	-59.429	-74.369
India	12.9954	-0.269	-46.473	-14.596
Indonesia	-63.652	2.3008	8.095529	-22.071793
Poland	-9.643	-4.982	-6.628	218.0985
Singapore	29.5892	-17.876	5.9851	19.6579
South Africa	-11.192	4.1778	51.4574	0.5185
Sri Lanka	-18.031	36.4313	-23.828	-3.233
Taipe	2.4171	10.7184	-10.15	-19.364
United Kingdom	7.5596	-14.99	-2.596	32.1841
United State of Amerika	-8.726	10.248981	5.7838	-6.211
Vietnam	-33.339	-3.765	-21.628	9.7918

Sumber: *International Trade Center (2016)*.

Pada tahun 2014 (**tabel 4.9**) Indonesia menghasilkan produk hilir yaitu yang terdiri dari teh hijau kemasan, dimana jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (tahun 2013, yaitu sebesar -22,07 persen) mengalami peningkatan pada komposisi produk yang diekspor, walaupun masih bernilai negatif yaitu sebesar -5,83 persen. Kemudian untuk teh hijau curah terus mengalami penurunan pada komposisi ekspornya jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2012 dan 2013) yaitu sebesar 7,69 persen. Terakhir pada produk

hilir teh hitam kemasan Indonesia kembali menunjukkan penurunan terhadap komposisi ekspornya, bahkan bernilai negatif yaitu sebesar -0,56 persen.

Tabel 4.9. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2014 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia

Negara pengeksport	teh hitam curah (%)	teh hitam kemasan (%)	teh hijau curah (%)	teh hijau kemasan (%)
Belgium	-17.592	82.5183	-13.63804	-2.37E-07
China	3.4016	-9.116	4.099242	1.504046
France	-15.825	14.4504	14.466049	1.096263
Germany	-7.992	-0.773	2.455849	9.44784
Hongkong	6.0546	-13.78	-5.065	25.0829
India	8.4613	-0.867	-18.667	29.0463
Indonesia	-42.311	-0.563	7.699704	-5.83891
Poland	-10.869	146.7542	-8.854	-25.944
Singapore	36.6539	-14.839	-11.123	10.2108
South Africa	10.5833	-8.079	39.8724	20.0438
Sri Lanka	98.0343	-25.232	13.3061	44.5608
Taipe	10.454	-9.146	3.2192	-15.3
United Kingdom	1.5161	-6.499	9.3361	12.3249
United State of Amerika	8.9192	-1.741	-9.097	62.0399
Vietnam	-30.543	-11.195	11.8275	15.2233

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Komposisi ekspor pada tahun 2015 (**tabel 4.10**) pada produk teh hijau kemasan terlihat Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat jika dibanding tahun-tahun sebelumnya (2012, 2013, dan 2014), bahkan nilainya positif di urutan pertama yaitu sebesar 24,121persen. Tapi pada komposisi ekspor produk teh hijau curah Indonesia selama empat tahun berturut-turut (2012, 2013, 2014, dan 2015) menunjukkan penurunan nilai, bahkan dari tahun 2012 hingga 2014 nilai komposisi ekspor menunjukkan nilai positif sedangkan tahun 2015 ini sangat

mengalami penurunan nilai hingga bernilai negatif yaitu sebesar -19.08 persen. Produk teh selanjutnya yaitu pada komposisi ekspor teh hitam kemasan mengalami penurunan yang sangat pesat juga dari tahun yang sebelumnya yaitu sebesar -7.37 persen.

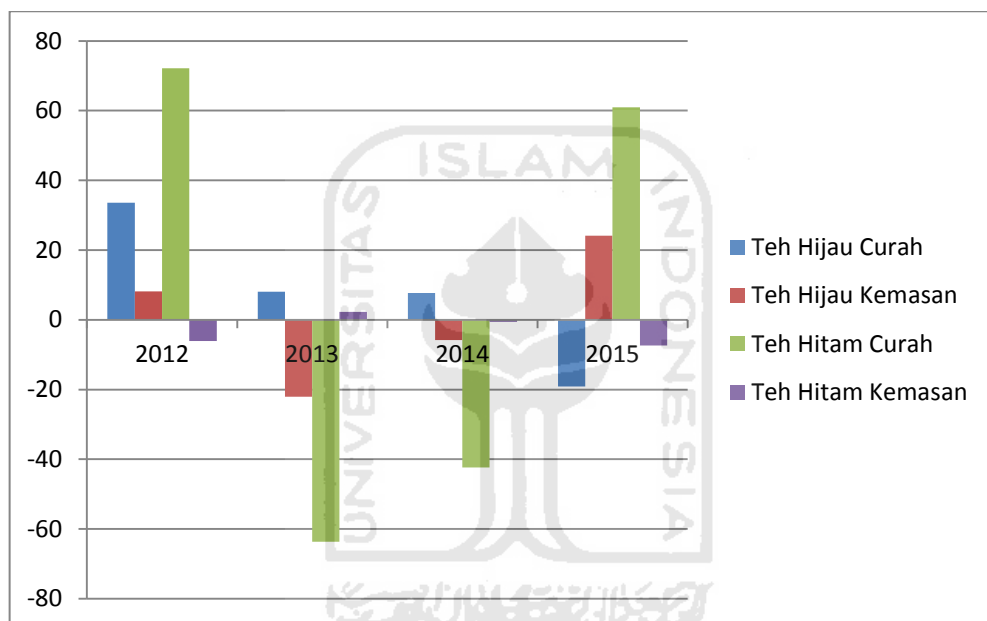
Tabel 4.10. Komposisi Ekspor Teh pada komposisi ekspor teh tahun 2015 dari Beberapa Negara yang Memiliki Komposisi Produk Positif dan Perbandingannya dengan Indonesia

Negara pengekspor	teh hitam curah (%)	teh hitam kemasan (%)	teh hijau curah (%)	teh hijau kemasan (%)
Belgium	19.2687	-1.052	-54.20837	54.913324
China	3.6404	-9.204	-10.84388	17.890143
France	6.343	-37.55	13.469645	-12.024739
Germany	1.7368	-4.192	14.832928	2.844448
Hongkong	12.7006	-11.061	45.2632	-41.303
India	-19.696	1.6149	-4.897	-1.602
Indonesia	60.94768	-7.379	-19.08434	24.121592
Poland	18.9861	-57.465	15.2964	-35.916
Singapore	-30.878	9.0232	44.5122	-18.623
South Africa	22.3247	-12.545	-39.406	51.0051
Sri Lanka	-12.415	9.2451	-5.724	-14.733
Taipe	13.2987	-21.178	1.3056	8.4918
United Kingdom	0.5048	-7.023	27.1066	3.2655
United State of Amerika	5.6366	3.1335	-6.435	-3.262
Vietnam	69.9689	18.1037	-41.906	-17.429

Sumber: *International Trade Center (2016)*.

Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan laju pertumbuhan ekspor teh Indonesia, para produsen teh Indonesia hendaknya memapu meningkatkan kontribusi ekspor teh dalam bentuk produk-produk hilir (teh hitam kemasan, teh hijau kemasan), dan teh hijau curah. Upaya tersebut harus didukung oleh kebijakan yang kondusif khususnya penyempurnaan kebijakan perpajakan yaitu

berupa Pajak Pertambahan Nilai untuk the curah, penyesuaian tarif impor dari produk-produk hilir teh dan beberapa input yang dibutuhkan dalam produksi produk-produk hilir teh. Faktor-faktor tersebut termasuk sebagai faktor kunci untuk percepatan pengembangan industri hilir teh di Indonesia (Gumbira- Sa'id et al., 2004).



Grafik 4.1: Perkembangan Komposisi Ekspor Teh Indonesia Tahun 2012-2015.

Jadi jika dilihat dari perkembangan komposisi ekspor teh Indonesia dari tahun 2012-2015 dalam produk teh hilir (teh hijau kemasan dan teh hitam kemasan) dan teh hijau curah yang relatif meningkat komposisi ekspornya hanya pada produk teh hijau kemasan. Pada aspek komposisi ekspor teh dari tahun 2012-2015 Indonesia dalam memproduksi teh hitam kemasan, teh hijau kemasan dan teh hijau curah dapat mencontoh negara Belgium, Sri Lanka, United Kingdom

(UK), China, France, Vietnam, United State of America (USA) dan Germany yang memiliki komposisi ekspor teh yang lebih tinggi.

4.4. Distribusi Pasar

4.4.1. Teh Hijau Curah

Teh Hijau Curah Tahun 2012

Pada aspek distribusi pasar, dari hasil pengolahan data menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). untuk jenis teh hijau curah tahun 2012 (**tabel 4.11**), negara-negara tujuan utama ekspor teh Indonesia yang bernilai positif yaitu pada negara Russian (0,0013), United Kingdom (0,0013) dan United Arab Emirate (0,0002). Namun Indonesia dapat mencontoh pada negara India yang memiliki nilai tertinggi atau urutan pertama mengekspor ke negara Rusia yaitu sebesar 2,3126. Selanjutnya Sri Lanka yang menempati urutan pertama pada aspek distribusi ekspor produk teh hitam curah ke negara United Kingdom yaitu sebesar 3,1705. Produk teh hijau curah yang didistribusikan oleh negara Belgium ke negara United Arab Emirate menempati urutan pertama.

Teh Hijau Curah Tahun 2013

Data pada aspek distribusi pasar teh hijau curah tahun 2013 disajikan pada **tabel 4.12**, negara-negara tujuan utama ekspor teh Indonesia yang bernilai positif yaitu pada negara United Arab Emirate (UAE) sebesar 0,0015, dimana jika dibandingkan distribusi ekspor pada tahun sebelumnya pada tahun 2012 (**tabel 4.11**) mengalami peningkatan. Selanjutnya negara Indonesia melakukan ekspor dan bernilai positif pada negara Pakistan yaitu sebesar 0,0077 bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya (tahun 2012) juga mengalami peningkatan bahkan

Indonesia menempati posisi atau urutan pertama, dimana pada tahun 2012 distribusi ekspornya bernilai negatif.



Tabel 4.11. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia Dengan Menggunakan *Constant Market Share (CMS)* Pada Tahun 2012

Negara Pengimpor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0.048	0.0003	6.3076	0	0	0	0	0	0
China	-0.0082	-0.0009	0.0001	-1.6164	0	0	-0.0005	-0.0003	0.0001	-0.0164
France	0.0003	0.003	0.0008	-0.0025	0	0	-0.0003	0	-2.716	0.0037
Germany	-0.0002	0.0003	0.0001	-8.0161	0	0	0	0	0	0
Hongkong	0	-0.0026	0.0006	0	0	0	0	0	0	0
India	2.3126	-0.0001	0.0004	0.0011	-1.7683	0	0	0	0	0
Indonesia	0.0013	0.0013	0	0.0002	-0.0041	0	0	-0.0055	0	0
Poland	0.0015	-0.0026	2.2593	-0.0001	0	0	-0.0003	0	0	0
Singapore	-0.0006	-9.0961	-0.0007	0.0006	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0002	3.1705	-6.6416	-8.5347	0	-5.4951	-2.0869	-3.6446	0	-0.0011
Taipe	0	0	-0.0076	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0006	0	0.001	0.0002	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	0.0066	0	0.0003	0	0	-0.0002	0	0	0
Vietnam	-0.0001	-0.0001	-0.0005	-0.0003	0.03561	0	0	-0.0004	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Tabel 4.12. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia Dengan Menggunakan *Constant Market Share (CMS)* Pada Tahun 2013

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	-0.0696	0.0002	0.0002	0	-1.304	0	0	0	0
China	-0.0002	-8.6125	-0.0004	2.0104	0	0	0.0002	-0.0008	-0.0002	-0.0053
France	-0.0003	-0.0033	-0.0034	0.0004	0	0	0	0	-0.0003	-0.0113
Germany	-0.0006	-1.9137	-0.0019	4.5377	0	0	0	0	0	-8.5328
Hongkong	0	-0.0006	0.0025	0	0	0	0.0005	0	0	0
India	0.0001	0.0001	4.6701	-0.0004	-4.1517	0	0.0003	-0.0005	0	0
Indonesia	-0.0006	-0.0006	0	0.0015	0.0077	0	0	-0.0023	-0.0114	0
Poland	-0.0007	0.0008	-0.0001	-0.0002	0	0	6.4107	-6.6957	0	-0.0002
Singapore	0	-7.6479	-0.0008	0.0006	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	0.0004	9.2695	-8.1716	-1.265	0	2.9036	0.0001	-2.1786	0	-0.0002
Taipe	-0.0004	0.0015	0.0089	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	3.2548	0	-0.0005	-0.0012	0	0	0	0	0	0
United State of America	-0.0008	-0.005	0	0.0013	0	0	0.0016	0	0	0
Vietnam	3.5781	0	0	0.0012	0.0022	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Curah Tahun 2014

Distribusi Ekspor produk teh hijau curah tahun 2014 (**tabel 4.13**) Indonesia ke negara tujuan ekspor yang bernilai positif hanya pada negara Pakistan yaitu sebesar 0,0005, tapi jika dibandingkan tahun 2013 distribusi ekspor produk ini mengalami penurunan. Jika dilihat perbandingan pada tahun sebelumnya Indonesia dalam mendistribusikan produk teh pada negara Emirate bernilai positif tapi pada tahun 2014 relatif menurun bahkan bernilai negatif yaitu sebesar -0,0005. Pada negara tujuan ekspor Russian, United Kingdom (UK) juga menunjukkan nilai negatif yang semakin besar yaitu sebesar -0,0037 dan -0,0061.

Beberapa negara yang memiliki distribusi ekspor dan tentunya bernilai positif yaitu Sri Lanka dan Taipei, dimana kedua negara ini memiliki nilai positif distribusi ekspornya ke negara Russian yaitu sebesar 4,6906 dan 3,6358. Kemudian negara pengeksport yang mendistribusikan produk ke negara United Kingdom yang bernilai positif adalah negara Singapore, India, Belgium, France, United State of America (USA), dan China.

**Tabel 4.13. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share (CMS)*
Pada Tahun 2014**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	-1.304	0.0211	0.002	-0.0002	0	-1.304	0	0	0	0
China	-0.0004	0.0002	-0.0001	6.1828	-4.9299	-4.3499	-0.0001	-0.6237	0.0005	-0.0028
France	-0.0068	0.0058	0.003	-0.0003	-0.0052	0	0	0	0	0.011
Germany	-0.0004	-0.0005	0.0004	-0.0001	0	0	0	0	-3.8358	3.5507
Hongkong	0	-2.9164	-0.0017	-0.0001	0	0	0.0004	0	0	0
India	-0.0001	7.6988	0.0001	-0.0003	0	0	-0.0001	0	0	0
Indonesia	-0.0037	-0.0061	0	-0.0005	0.0005	0	0	-0.0005	-0.001	-0.0002
Poland	-0.0007	0.0073	-0.0005	0.0005	-6.2084	0	-0.001	0	0	0
Singapore	0	8.7844	0	0.0087	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	4.6906	-6.5681	0.0005	2.3621	0	-2.9036	3.5642	-2.4558	-2.9509	0
Taipe	3.6358	-0.0009	0.0115	-0.0002	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0001	0	-0.0005	-0.0001	0	0	0	0		0
United State of America	0	0.0032	0	-0.0004	0	0	0.0011	0	0	0
Vietnam	-4.4933	-0.0001	0.0001	2.7405	0.0011	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

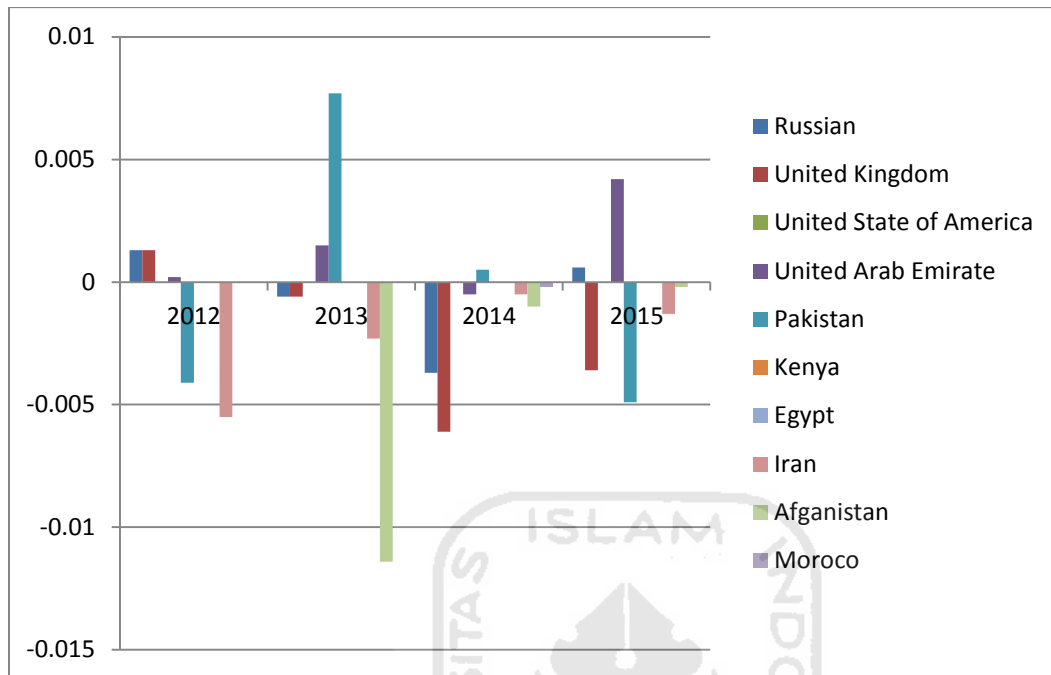
Teh Hijau Curah Tahun 2015

Pada tahun 2015 (tabel 4.14), distribusi ekspor produk teh hijau curah Indonesia ke negara Russian menunjukkan peningkatan dibandingkan pada tahun (2013 dan 2014) yaitu sebesar 0,0006, tapi jika dibandingkan pada tahun 2012 menunjukkan penurunan nilai atau nilai distribusi ekspor teh hijau pada tahun 2012 lebih besar dari pada tahun 2015. Selanjutnya distribusi ekspor yang ke negara United Kingdom (UK) tetap menunjukkan nilai negatif yaitu dari tahun 2013, 2014, dan 2015 sebesar -0,0036. Ekspor teh hijau curah ke negara United Arab Emirate (UAE) relatif meningkat dari tahun ke tahun, tetapi pada tahun 2015 Indonesia masih dikalahkan oleh Germany yang menempati posisi pertama sebesar 5,6774. Pada negara tujuan ekspor lainnya seperti Pakistan, Kenya, Egypt, Iran, Afganistan, serta Moroco dalam aspek distribusi ekspor produk teh hijau curah Indonesia masih belum bisa meningkatkan nilai distribusi ekspornya.

**Tabel 4.14. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	-6.942	-0.0058	0.0248	0.0001	0	-3.2357	0	0	0	0
China	-0.0006	-9.2603	0.0007	0.0001	0	0	0.0003	-0.0003	0.0002	0.03504
France	-0.0018	-0.0008	-0.0051	-0.0008	0	0	0	0	0	-0.0122
Germany	-0.0021	0.0002	0.0007	5.6774	0	0	0	0	0	-4.1013
Hongkong	0	-0.0001	0.0001	0	0	0	0	0	0	0
India	2.8101	-0.0001	5.5598	1.5745	0	0	-7.9544	0	0	0
Indonesia	0.0006	-0.0036	0	0.0042	-0.0049	0	0	-0.0013	-0.0002	0
Poland	-8.0805	-0.0019	0.0006	-0.0039	-2.8908	-4.9283	-0.0009	-5.2174	0	0
Singapore	0	-0.0005	-0.0005	-0.0125	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0.0011	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	3.1696	1.1808	-6.2166	0.0001	2.2995	1.0995	-4.8978	3.0246	0	0
Taipe	-7.5601	0.0019	-0.0009	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0001	0	0.0015	0.0004	0	0	0	0	0	0
United State of America	0.0005	-0.003	0	0.0026	0	0	-0.0026	0	0	0
Vietnam	0	-2.2642	0.0011	0.0007	0.0159	0	0	0	0.0011	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).



Grafik 4.2: Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hijau Curah Indonesia Tahun 2012-2015.



4.4.2. Teh Hijau Kemasan

Teh Hijau Kemasan Tahun 2012

Pada aspek distribusi pasar, dari hasil pengolahan data menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Untuk jenis teh hijau kemasan tahun 2012 (**tabel 4.15**) yang bernilai positif hanya pada negara tujuan ekspor United Kingdom yaitu sebesar 0.0007. Indonesia harusnya dapat mendistribusikan produknya seperti yang dilakukan oleh negara Sri Lanka yang menempati urutan pertama ekspor pada negara tujuan Russian, United Kingdom (UK), Iran dan Moroco yaitu sebesar (3,2371), (1,5345), (0,0001), dan (6,2006). Kemudian distrubusi yang baik ditunjukkan oleh negara United Kingdom (UK) yang mendistribusikan produknya ke negara United Stated of Amerika (USA) dan menempati urutan pertama yaitu sebesar 6,7432. Distribusi ekspor tertinggi yang ditujukan ke negara United Arab Emirate (UAE), ditempati oleh negara pengekspor United of America yaitu sebesar 3,1036.

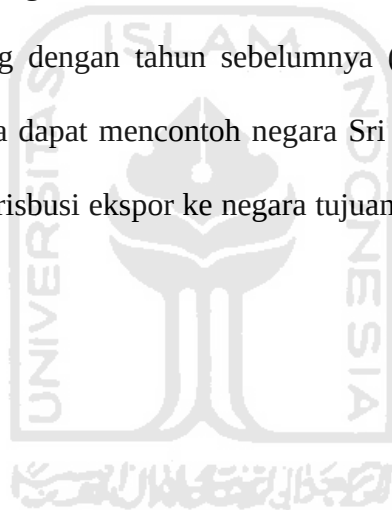
**Tabel 4.15. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	-0.0015	0.0001	0.0028	0.0005	-0.0004	-8.6379	0.0017	-0.0101	-0.0010	-0.0060
France	0	-0.0058	-0.0012	-0.0020	0	0	0	0	0	0.0021
Germany	-0.0040	-0.0042	0.0045	0	0	-0.0001	0	0	0	0.0118
Hongkong	-0.0007	-0.0025	-0.0029	0	0	0	0	0	0	0
India	2.4713	-0.0007	-0.0009	-0.0002	0	-3.3576	-5.9771	0	0	0
Indonesia	0	0.0007	-0.0231	-0.0002	-0.0053	0	0	-0.0008	0	0
Poland	-0.0028	0	-0.0022	0	0	0	0	0	0	-0.0012
Singapore	0	0	0	-0.0014	-0.0364	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0022	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	3.2371	1.5345	-2.5513	-0.0005	0	0	-3.4555	0.0001	0	6.2006
Taipe	-7.5122	-0.0001	-0.0096	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0003	0	6.7432	0.0003	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	-0.0022	0	3.1036	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-0.0010	-0.0001	0.0007	0.0023	-0.054	0	0	-0.0039	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Kemasan 2013

Distribusi Ekspor produk teh hijau kemasan tahun 2013 (**tabel 4.16**) Indonesia ke negara- negara tujuan ekspor yang bernilai positif kedua yaitu ke negara Russian sebesar 4,1863, dimana jika dibandingkan tahun 2012 distribusi ekspor produk teh hijau kemasan mengalami peningkatan. Dan yang menempati urutan pertama ekspor pada negara Russian adalah negara India yaitu sebesar 4,4977. Selanjutnya distribusi ekspor produk teh hijau kemasan Indonesia yang bernilai positif yaitu ke negara United State of America (USA) yaitu sebesar 0,0598 dan jika dibanding dengan tahun sebelumnya (2012) produk ini relatif meningkat. Tapi Indonesia dapat mencontoh negara Sri Lanka yang berada pada urutan pertama dalam distribusi ekspor ke negara tujuan United State of America (USA).



**Tabel 4.16. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	-0.0025	0.0005	3.1623	0.0014	0.0020	0	0.0001	-0.0065	0.0036	0.0005
France	0	-0.0032	0.0014	0	0	0	0	0	0	0.0001
Germany	-0.0010	-0.0041	0.0006	4.6067	0	-1.3043	0	0	0	0.0020
Hongkong	0	0.0025	0.0056	0	0	0	0	0	0	0
India	4.4977	0.0006	0.0003	-0.0002	0	-1.3084	0	0	0	0
Indonesia	4.1863	-0.0010	0.0598	-0.0003	-0.0018	0	0	0	0	0
Poland	0	0.0281	0.3331	0	0	0	0	0	0	-0.0008
Singapore	0	0	0	0	-0.0165	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0.0002	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-4.6113	-1.9109	6.0163	0.0003	0	0	-2.8007	-0.0002	0	-1.0208
Taipe	-0.0003	0.0006	0.0043	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	0.0015	-0.0010	0	0	0	0	0	0
United State of America	-0.0001	-0.0015	0	0.0009	0	0	0	0	0	0
Vietnam	0.0031	-3.7840	0.0051	-0.0034	0.0141	-8.6418	0	0	0	-0.0002

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Kemasan 2014

Data pada **tabel 4.17** Jika dilihat perbandingan pada tahun sebelumnya (tahun 2013) Indonesia dalam mendistribusikan produk teh pada negara Russian relatif menurun yaitu sebesar 0,0002. Pada negara tujuan ekspor United State of America (USA) juga menunjukkan penurunan nilai yang semakin yaitu sebesar 0,0023. Beberapa negara yang memiliki distribusi ekspor dan tentunya bernilai positif diatas negara Indonesia yaitu Germany, Hongkong, China, Poland dan France. Dimana kelima negara tersebut memiliki nilai positif distribusi ekspornya ke negara Russian yaitu sebesar (5,3649), (4,0545), (0,0048), (0,0047) dan (0,0010). Kemudian negara pengekspor yang mendistribusikan produk ke negara United State of America (USA) yang bernilai positif dan lebih tinggi tingkat distribusinya dibandingkan Indonesia adalah negara Poland, United Kingdom dan Vietnam, dan nilainya sebesar (3,2425), (0,0041), dan (0,0033). Ekspor pada negara tujuan United Arab Emirate (UAE) dan Kenya , negara Indonesia harus mencontoh pada negara Sri Lanka yang berada pada urutan tertinggi yaitu senilai (8,7980) dan (4,6140).

**Tabel 4.17. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	0.0048	0.0007	-0.0141	-0.0004	0.0063	0.0001	-0.0006	-0.0029	0.0061	0.0064
France	0.0010	-0.0075	-0.0005	0.0015	0	0	0	0	0	-0.0033
Germany	5.3649	0.0057	-0.0141	-0.0002	0	0.0001	0	0	0	0.0027
Hongkong	4.0545	-0.0011	-6.2706	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0002	-0.0001	-0.0004	0	0	0	0	0	0	0
Indonesia	0.0002	0	0.0023	0	-0.0016	0	0	0	0	0
Poland	0.0047	-0.0107	3.2425	0	0	0	0	0	0	1.6212
Singapore	0	0	-0.0038	0.0270	-0.0077	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0002	4.5357	-3.0327	8.7980	0	4.6140	-5.8622	-9.6929	0	0
Taipe	0	0.0002	0.0008	-0.0002	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0.0001	0	0.0041	-0.0001	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	0.0027	0	-0.0014	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-0.0018	-0.0004	0.0033	-0.0009	-0.0088	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Kemasan Tahun 2015

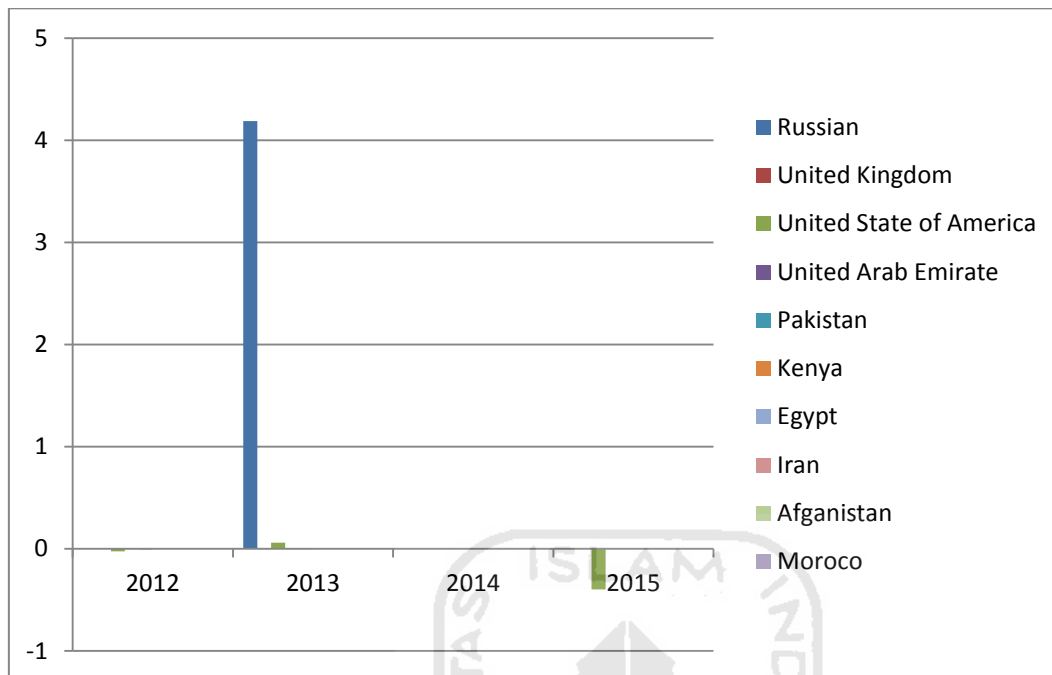
Distribusi Ekspor produk teh hijau kemasan tahun 2015 (**tabel 4.18**) Indonesia ke negara tujuan ekspor yang bernilai positif hanya pada negara Pakistan yaitu sebesar 0.0027, jika dibandingkan tiga tahun sebelumnya (2012, 2013, 2014) distribusi ekspor produk ini relatif meningkat bahkan bernilai positif pada tahun ini. Terlihat pada tahun 2015 distribusi ekspor teh hijau pada negara negara ekspor lainnya relatif menurun. Seperti ekspor ke negara Russian pada tahun sebelumnya (2013 dan 2014) bernilai positif, namun tahun ini menurun bahkan bernilai negatif yaitu sebesar -0,0013.

Beberapa negara yang memiliki distribusi ekspor dan tentunya bernilai positif yang perlu dicontoh oleh Indonesia pada tahun ini yaitu terdiri dari negara Sri Lanka dan Hongkong, dimana kedua negara ini memiliki nilai positif distribusi ekspornya ke United Kingdom (UK) yaitu sebesar 2,3529 dan 0,0005. Kemudian negara pengeksport yang mendistribusikan produk ke negara United State of America (USA) yang bernilai positif adalah negara Poland, Vietnam, Hongkong, dan India. Selanjutnya yang memiliki distribusi ekspor urutan pertama pada negara tujuan Egypt, Iran, dan Moroco adalah negara Sri Lanka.

**Tabel 4.18. Hasil Analisis Distribusi Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	-0.0001	0	0	0	0	0	0	0
China	-0.0124	0.0005	-0.0008	-0.0012	0.0022	0.0001	-0.0014	-0.003	-0.0075	0.0511
France	-0.0016	0.0016	-0.0002	-0.0014	0	0	0	0	0	0
Germany	-0.004	0.0011	-0.0026	0.0001	0	-2.3997	0	0	0	0.0009
Hongkong	-0.0002	0.0005	0.0031	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0001	0.0007	0.0015	-1.2689	0	0	0	0	0	0
Indonesia	-0.0013	0	-0.3954	0	0.0027	0	0	0	-0.0018	0
Poland	-0.0013	-0.005	3.7078	0	0	0	0	0	0	8.8128
Singapore	0	0	0	-0.0312	0	-0.0008	0	0	0	0
South Africa	0	0	-0.0007	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	0.0002	2.3529	-1.4449	-0.0002	0	-7.2995	5.6647	1.3589	0	5.0064
Taipe	0	0.0008	-0.0079	0	-0.0003	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0002	0	-0.0043	0	0	0	0	0	0	0
United State of America	-6.5737	0.0011	0	-0.0002	0	0	0	0	0	0
Vietnam	0.0026	0.0011	0.0064	0.0025	0.1846	-6.77452	0	0	-0.0246	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).



Grafik 4.3: Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hijau Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015.



4.4.3. Teh Hitam Curah

Teh Hitam Curah Tahun 2012

Pada aspek distribusi pasar, dari hasil pengolahan data menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Untuk jenis teh hitam curah tahun 2012 (**tabel 4.19**), terlihat . Negara tujuan ekspor lainnya seperti Russian, United State of America (USA), United Arab Emirate (UAE), Pakistan hingga Moroco, semuanya bernilai negative. Artinya distribusi ekspor Indonesia pada produk teh hijau kemasan kurang baik. Indonesia seharusnya mencontohi negara pengekspor lainnya, seperti negara Poland yang berada pada urutan pertama ketika mengekspor ke negara Russian dan Egypt yaitu sebesar 8,1488 dan 0,0006. Kemudian, negara pengekspor Sri Lanka berhasil menempati urutan pertama pada negara tujuan ekspor Pakistan sebesar 3,7167, dan pada posisi kedua oleh negara Germany 0,0007, dan posisi ketiga oleh negara France yaitu sebesar 0,0001.

Nilai positif urutan pertama pada aspek distribusi ekspor ke negara United Arab Emirate (UAE) ditempati oleh negara pengekspor Germany sebesar 6,2316. Selanjutnya Germany juga menunjukkan nilai positif distribusi ekspor pada negara tujuan ekspor lainnya, seperti Russian, United Kingdom (UK), United State of America (USA), dan Pakistan. Selanjutnya negara China yang memiliki nilai positif pada aspek distribusi ekspor ke negara United Kingdom (UK), Russian, dan United State of America (USA) yaitu sebesar (7,4424), (0,0006), dan (0,0005).

**Tabel 4.19. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara Pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	-0.0040	8.1496	-0.0036	0	0	0	0	0	0
China	0.0006	7.4424	0.0005	-9.2234	0	0	0	0	0	0
France	0.0057	0.0017	0.0067	0.0006	0.0001	0	0.0003	0	0	-0.0044
Germany	0.0007	0.0027	0.0021	6.2316	0.0007	0	-3.7806	0	0	0
Hongkong	0	-0.0023	0.0027	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0027	-0.0062	0.0035	-0.0028	-0.0008	-2.7391	-6.4283	0.0001	-2.8761	0
Indonesia	0	-0.0016	0	0	-0.2244	0	0	-0.0017	0	0
Poland	8.1488	-0.0258	-0.0034	0.0005	-0.0001	0	0.0006	-0.0001	0	-1.8443
Singapore	0	-0.0012	-0.0077	-0.0018	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0010	-0.0027	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0075	-0.0001	-3.5985	-0.0045	3.7167	-4.2550	-0.0015	-0.0042	0	-1.6718
Taipe	0.0003	0.0003	-0.0079	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0019	0	-0.0084	-0.0009	-1.2532	0	-0.0001	0	0	-5.8732
United State of America	-0.0008	0.0026	0	-0.0001	0	0	-0.0001	0	0	-0.0014
Vietnam	-0.0076	-3.1068	-0.0002	-0.0038	-0.0541	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hitam Curah Tahun 2013

Data pada **(tabel 4.20)** menunjukkan adanya nilai positif pada aspek distribusi ekspor teh hitam curah tahun 2014, yaitu pada negara tujuan ekspor United State of America, Pakistan, dan Iran sebesar (0,0015), (0,1924), dan (0,0001). Namun, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya **(2012)**, nilai negatif pada negara tujuan ekspor Russian, United Kingdom (UK), United Arab Emirate (UAE), Kenya, Egypt relatif meningkat. Sehingga Indonesia harus mampu meningkatkan distribusi ekspornya pada produk teh hitam curah tahun ini seperti negara Germany, yang memiliki nilai positif ketika mendistribusikan produknya ke seluruh negara tujuan ekspor utama. Pada Russian sebesar (0,0058), United Kingdom (UK) (0,0009), United State of America (USA) (0,0029), United Arab Emirate (UAE) (5,9619), Pakistan (0,0058), Afganistan (0,0001), dan Moroco (4,0733).

Teh Hitam Curah Tahun 2014

Distribusi ekspor produk teh hitam curah Indonesia pada tahun 2014 **(tabel 4.21)** belum menunjukkan adanya peningkatan terlihat dari banyaknya nilai negatif dari tahun –tahun sebelumnya juga (tahun 2012 dan 2013). Termasuk pada negara tujuan ekspor Pakistan yang bernilai positif mengalami penurunan yaitu sebesar 0,0612 jika dibandingkan distribusi ekspor pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,1924. sehingga Indonesia harus mampu meningkatkan distribusi ekspor produk teh hitam curah pada tahun 2014, seperti negara China. Negara China memiliki nilai distribusi ekspor yang positif di beberapa negara tujuan ekspor, seperti negara Russian yaitu sebesar (4,3172), United Kingdom (UK) (2,4877), United State of

America (USA) (0,0001), United Arab Emirate (UAE) (4,2740), dan Moroco (9,4269).

Teh Hitam Curah 2015

Data distribusi ekspor tahun 2015 yang disajikan pada **(tabel 4.22)** masih belum menunjukkan peningkatan bahkan nilainya pun masih negatif. Jika dibandingkan dengan tiga tahun sebelumnya (2012, 2013, dan 2014) nilai negatif semakin meningkat. Contoh distribusi ekspor Indonesia ke negara Russian dari tahun 2012 tidak terjadi distribusi, tahun 2013 nilai distribusi ekspornya sebesar -0,0006, selanjutnya tahun 2014 juga tidak terjadi distribusi ekspor, dan terakhir tahun 2015 semakin menunjukkan penurunan nilai atau nilai negatifnya semakin meningkat yaitu sebesar -0,0026. Tahun 2015 yang menunjukkan peningkatan terhadap distribusi ekspornya pada produk teh hitam curah adalah negara Singapore. Negara Singapore mendistribusikan produk tersebut ke beberap negara tujuan dan bernilai positif yaitu pada negara United Kingdom (UK) (8,9841), United State of America (USA) (0,0129), dan United Arab Emirate (UK) (0,0051).

**Tabel 4.20. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara Pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	-6.7756	-0.0011	-0.0002	0	0	0	0	0	0	0
China	-6.0780	-0.0006	0.0007	3.2125	0	0	-2.9641	0	0	4.5162
France	-0.0018	0.0029	-0.0048	1.0816	7.2106	0	-0.0003	0	0	-0.0002
Germany	0.0058	0.0009	0.0029	5.9619	0.0058	0	0	0	0.0001	4.0733
Hongkong	-0.0007	-0.0030	-0.0129	0	0	0	0	0	0	0
India	-0.0033	-0.0020	-0.0022	0.0050	0.0002	0.0000	-4.5755	-0.0003	0	0
Indonesia	-0.0006	-6.4164	0.0015	-0.0002	0.1924	-0.0001	-0.0011	0.0001	-0.0001	0
Poland	0.0001	-0.0144	0.0180	0.0001	0	0	-6.3609	-4.9519	0	5.5238
Singapore	0	-0.0007	0	0.0017	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0.0002	0.0004	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	0.0066	0.0009	0	0.0028	-4.7411	4.4024	-7.4299	-0.0041	0	2.2716
Taipe	-0.0004	0.0026	-0.0157	-8.6245	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0.00029	0	0.0040	0.0007	0	-0.0002	0	0	2.6658	0
United State of America	-0.0002	-0.0133	0	0.0003	0	0	-0.0002	0	0	0
Vietnam	-0.0001	0	9.8663	-0.0038	0.0133	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

**Tabel 4.21. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

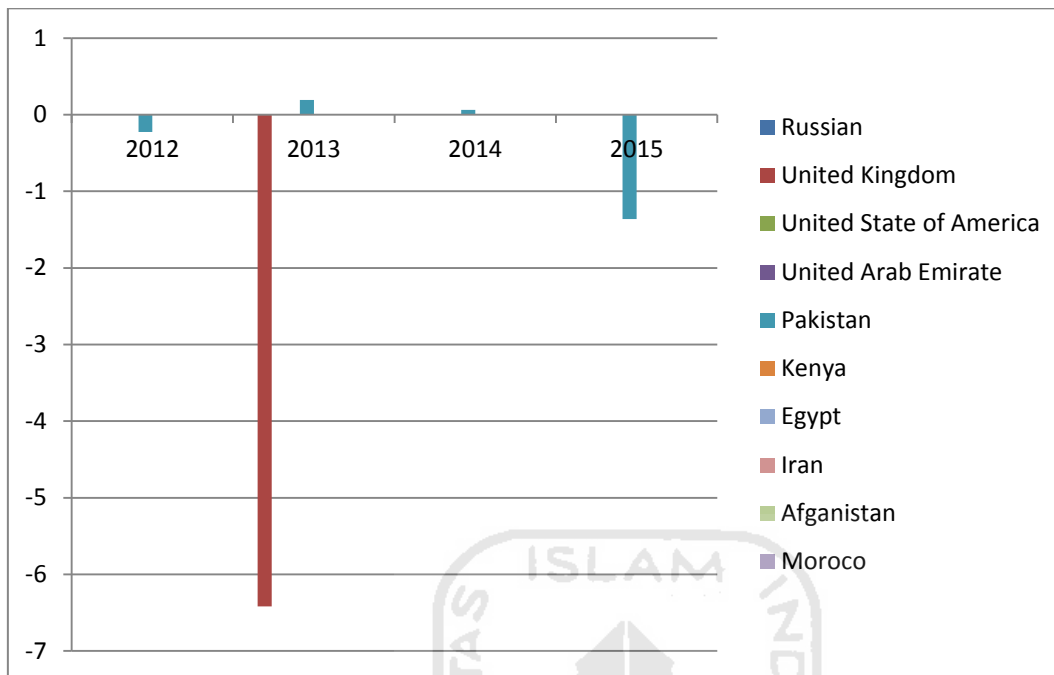
Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	-0.0006	3.7202	-0.0005	0	0	0	0	0	0
China	4.3172	2.4877	0.0001	4.2740	0	0	0	0	0	9.4269
France	-0.0004	-0.0012	0.0096	0.0014	6.2607	-0.0034	3.1303	0	0	0.0046
Germany	-0.0037	7.3617	-0.0012	-7.7293	-0.0037	-3.4499	0	0	-0.0002	4.8671
Hongkong	0	-0.0007	0.0047	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0007	-0.0583	-0.0030	-0.0038	-0.0001	0.0008	0.0074	0	0	0
Indonesia	0	0	-0.0008	0	0.0612	0	0	-0.0006	0	0
Poland	-0.0013	-0.0017	-0.0013	0.0001	4.0821	0	-0.0005	0.0001	0	0.0001
Singapore	0	-0.0021	-0.0014	0.0051	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0.0001	0.0057	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0170	-0.0015	0	-0.0024	5.3144	-4.5841	0.0014	-0.0005	-3.2015	1.3317
Taipe	0.0004	9.2090	0.0043	-1.4825	-0.0006	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0005	0	-0.0008	-0.0003	0	0	0	0	2.6658	0
United State of America	0	-0.0034	0	-0.0004	0	0	-0.0001	0	0	-0.0001
Vietnam	0.0007	2.6068	1.7690	0	0.0013	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

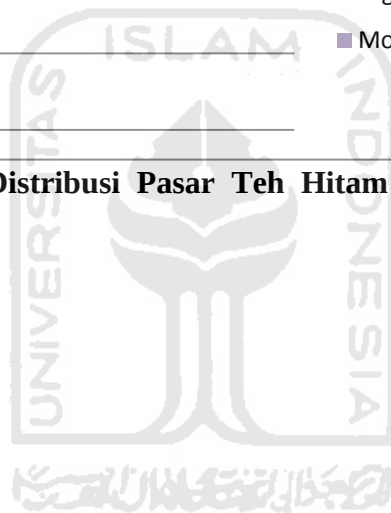
**Tabel 4.22. Hasil Pengaruh Distribusi Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	-8.336	-0.0013	0.0006	0	0	0	0	0	0	0
China	-0.0004	-0.0001	0.00002	0.0001	0	0	3.3226	0	0	-1.9158
France	-0.0042	0.0014	-0.0049	-0.0007	-0.0001	0	-3.0892	0	0	0.0159
Germany	-0.0033	0.0012	-0.0004	0.0001	-0.0033	0	0	0	0	4.9484
Hongkong	-0.0004	0.0004	-0.0048	-0.0004	0	0	0	0	0	0
India	-0.0012	-0.0016	0.1014	0.0029	-5.1306	-0.0009	-0.0036	0	0	0
Indonesia	-0.0026	0	0	0	-1.3644	0	0	0	-0.0026	0
Poland	-0.0021	-0.0180	-0.0018	-0.0024	-4.6026	0	-0.0007	-0.0001	0	-6.4803
Singapore	0	8.9841	0.0129	0.0051	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0002	0.0047	-0.0001	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0019	0.0005	0	0.0009	-1.8877	4.6566	0.0003	0.0015	0	-2.0544
Taipe	-0.0008	0.0011	-0.0141	-0.0001	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0001	0	0.0013	0.0002	0	0	5.0577	0	0	0
United State of America	0.0001	-0.0024	0	0.0012	0	0	5.8451	0	0	5.1916
Vietnam	-0.0009	-9.2140	-7.8669	0	-0.0094	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)



Grafik 4.4: Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hitam Curah Indonesia Tahun 2012-2015.



4.4.4. Teh Hitam Kemasan

Teh Hitam Kemasan Tahun 2012

Data pada **(tabel 4.23)** menunjukkan adanya nilai positif pada aspek distribusi ekspor teh hitam kemasan tahun 2012, yaitu pada negara tujuan ekspor Russian, Pakistan, Kenya, Egypt dan Iran sebesar (0,0004), (0,0260), (0,0003), (0,0090), dan (0,0033). Namun, Indonesia harus mampu meningkatkan distribusi ekspornya pada produk teh hitam kemasan tahun ini seperti negara India, yang memiliki nilai positif ketika mendistribusikan produknya ke seluruh negara tujuan ekspor utama. Pada Russian sebesar (0,0297), United Kingdom (UK) (0,0110), United State of America (USA) (0,0055), United Arab Emirate (UAE) (0,0187), Pakistan (0,0165), Kenya (0,0034), Egypt (0,0166), Iran (0,0096), Afganistan (0,0009), dan Morocco (3,3561).

**Tabel 4.23. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	-7.3359	0	0	-0.0001	0	0	0.0000	0	0	0
China	-0.0002	0.0007	-0.0001	0	0	-0.0008	0	0	0	1.8859
France	-0.0025	0.0018	-0.0011	0.0006	0	0	0	0	0	-0.0072
Germany	-0.0009	0.0023	-0.0272	0	0	0	0	-0.0003	0	0.0014
Hongkong	0.0004	-0.0032	0.0247	-0.0147	0	0	0	0	0	0
India	0.0297	0.0110	0.0055	0.0187	0.0165	0.0034	0.0166	0.0096	0.0009	3.3561
Indonesia	0.0004	-0.0091	-0.0185	-0.0106	0.0260	0.0003	0.0090	0.0033	-0.0032	0
Poland	-0.0003	0.0182	0.0004	0	0	0	0	0	0	0.0002
Singapore	0	0	0	0	-0.0014	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0195	-0.0105	0.0101	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0075	0.0012	-0.0005	-0.0280	0.0093	-0.0006	0.0055	0.0318	0	-9.7004
Taipe	0	-0.0004	0.0064	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-0.0002	0	-0.0069	0.0030	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	-0.0090	0	-6.5794	0	0	-0.0011	0	0	-0.0006
Vietnam	-0.04303	0.0003	-0.0024	-0.0087	0.0012	0	-0.0051	-0.0024	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hitam Kemasan Tahun 2013

Dalam **(tabel 4.24)** menunjukkan adanya penurunan nilai dibandingkan pada tahun sebelum **(2012)** pada aspek distribusi ekspor teh hitam kemasan tahun 2013, bisa terlihat pada negara tujuan ekspor Russian yang pada tahun sebelumnya **(2012)** bernilai positif. Namun, tahun sekarang relatif menurun bahkan bernilai negatif yaitu sebesar -0,0093. Selanjutnya, negara yang mengalami penurunan pada aspek distribusi ekspor dibandingkan tahun sebelumnya **(tahun 2012)** adalah negara United Kingdom (UK), Pakistan, Egypt dan Iran. Tapi pada distribusi ekspor ke negara United State of America (USA) menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 0,0071. Selanjutnya ekspor ke negara Afganistan menunjukkan peningkatan yaitu sebesar 8,1050.

Teh Hitam Kemasan Tahun 2014

Distribusi ekspor produk teh hitam kemasan Indonesia pada tahun 2014 **(tabel 4.25)** belum menunjukkan adanya peningkatan yang lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Terlihat dari masih terdapat banyak distribusi ekspor yang bernilai negatif pada negara tujuan ekspor, seperti negara United Kingdom (UK) (-0.0389), United State of America (USA) (-0,0004), Pakistan (-0,0687), Kenya (-0,0006), Egypt (-0,0144), dan Iran (-0,009).

**Tabel 4.24. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0.0001	0	0	0	0	0	0	0
China	-0.0008	0.0003	-0.0048	-3.0288	0	0	0	-2.4231	0	-2.9966
France	-0.0004	-0.0075	0.0003	-0.0014	0	0	0	0	0	0.0021
Germany	-0.0037	-0.0241	-0.0426	0.0001	0	1.5945	3.7671	0	0	0.0012
Hongkong	0.0001	0.0035	-0.0095	0	0	0	0	0	0	0
India	-0.0269	-0.0224	0.0023	0.0130	-0.0169	-0.0051	-0.0130	0.0474	0.0126	-1.5791
Indonesia	-0.0093	-0.0411	0.0071	0.0065	-0.0231	0.0003	-0.0015	-0.0013	8.1050	0
Poland	0	-0.0075	-0.0001	0	0	-0.0014	0	0	0	-0.0002
Singapore	0	0	-0.0034	0.0022	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0003	0.0011	0.0087	0	1.9922	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0102	-0.0037	0.0011	0.0182	-0.0181	-7.1109	-0.0091	0.0295	0	3.7577
Taipe	0.0006	0.0003	-0.0171	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	7.4965	0	-0.0001	-0.0014	0.0006	0	0	0	0	0
United State of America	-0.0008	-0.0007	0	-0.0021	-0.0018	0	0	0	0	0
Vietnam	-0.0018	-0.0039	0.0213	0.0073	0.0144	-0.0004	-0.0017	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

**Tabel 4.25. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

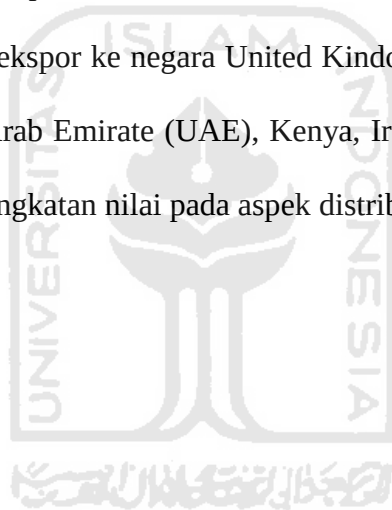
Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	-0.0091	-0.0004	-0.0001	0	0	0	0	0	0
China	-7.7664	0.0004	-0.0002	0	0	-0.0002	0	0	0	1.0195
France	-0.0003	-4.8284	-0.0015	-0.0006	0	0	0	0	0	0.0001
Germany	0.0011	0.0019	-0.0260	-0.0002	0	-0.0002	-0.0001	0	0	0.0020
Hongkong	-0.0007	0.0028	-0.0184	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0144	0.0145	0.0032	-0.0181	-0.0099	0.0015	-0.0002	-0.0082	-0.0009	6.5703
Indonesia	0.0004	-0.0389	-0.0004	0.0076	-0.0687	-0.0006	-0.0144	-0.0009	0.0070	0
Poland	0.0076	-0.0088	-0.0072	0	0	0	0	0	0	-0.0002
Singapore	0	-0.0005	-0.0023	0.0118	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-0.0078	0.0004	-0.0109	0	0.0031	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.0032	0.0002	0.0003	0.0074	-0.0012	3.7953	0.0014	-0.0397	0	2.2614
Taipe	-0.0011	0.0002	0.0045	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-3.6123	0	0.0049	-0.0017	-0.0014	0.0031	0	0	0	0
United State of America	0.0023	-0.0013	0	0	0	0	-0.0008	0	0	0
Vietnam	0.0014	-0.0001	0.0160	0.0047	0.0057	-0.0003	0.0034	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hitam Kemasan Tahun 2015

Distribusi Ekspor produk teh hitam kemasan tahun 2015 (**tabel 4.26**) Indonesia ke negara tujuan ekspor yang bernilai positif yaitu pada negara Russian sebesar 0.0543, jika dibandingkan tiga tahun sebelumnya (2012, 2013, 2014) distribusi ekspor produk ini relatif meningkat bahkan bernilai positif pada tahun ini. Selanjutnya, distribusi ekspor yang bernilai positif terlihat pada negara tujuan ekspor Pakistan dan Egypt yaitu sebesar 0.0926 dan 0.0017, jika dibandingkan nilai distribusi ekspornya pada tahun-tahun sebelumnya relatif meningkat .

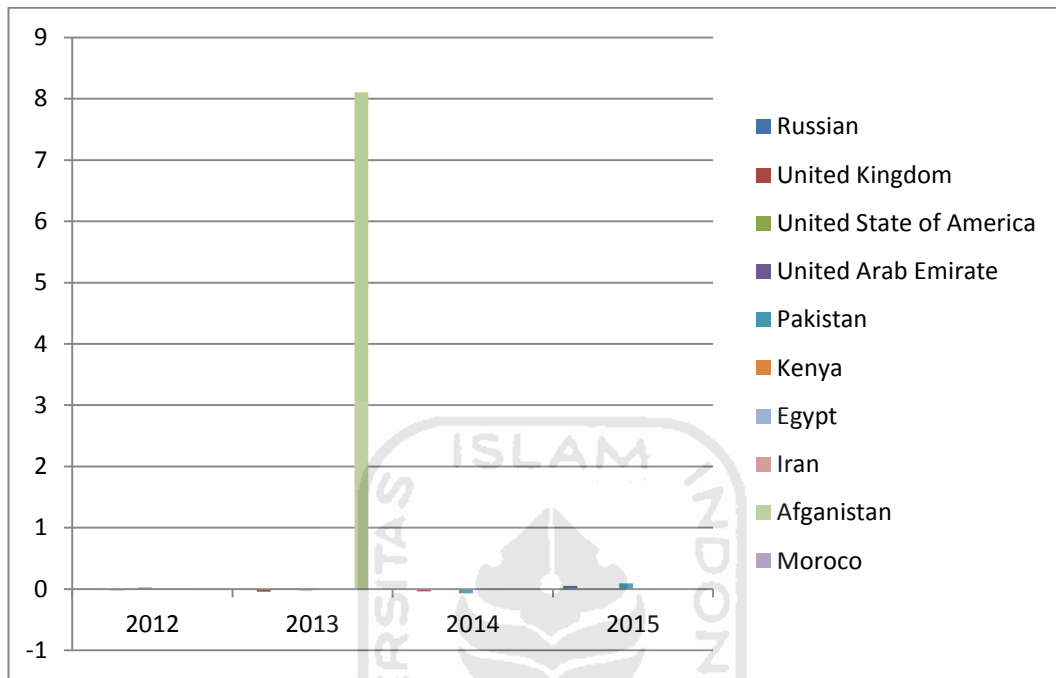
Namun, distribusi ekspor ke negara United Kindom (UK), United State of America (USA), United Arab Emirate (UAE), Kenya, Iran dan Afganistan belum menunjukkan adanya peningkatan nilai pada aspek distribusi ekspornya.



**Tabel 4.26. Hasil Analisis Distribusi Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0.0004	-0.0009	0.0003	0	0	0	0	0	0	0
China	0.0005	-0.0001	0.0014	7.4204	0	-6.1446	0	0	0	-9.5736
France	0	0.0008	-0.0009	8.0144	0	0	0	0	0	0.0005
Germany	-0.0092	-0.0002	0.0122	0.0005	0	0	0	0	0	0.0018
Hongkong	0	-0.0086	0.0006	0	0	0	0	0	0	0
India	0.0167	-0.0005	-0.0045	-0.0182	0.0095	0.0004	-0.0219	0.0161	-0.0096	1.8567
Indonesia	0.0543	-0.0004	-0.0020	-0.0129	0.0926	-0.0003	0.0017	-0.0079	-0.0005	0
Poland	0.0006	-0.0347	0.0007	0	0	0	0	0	0	0.0001
Singapore	0	0	0	-0.0228	0	0	0	0	0	-0.0038
South Africa	-0.0005	-0.0010	0.0027	-0.0026	-0.0075	-0.0025	0	0	0	0
Sri Lanka	-0.018	0.0001	-8.8031	0.0127	0.0098	2.7001	0.0045	-0.0025	0	-1.6691
Taipe	0.0002	-0.0003	-0.0113	-0.0002	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0.0018	0	0.0033	0.0016	0	-0.0028	0	0	0	-4.1087
United State of America	-0.0021	0.0004	0	0.0016	0	0	0	0	0	0
Vietnam	0.0238	0.0011	0.0196	0.0053	-0.0151	-0.0004	-0.0012	0	-0.0033	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).



Grafik 4.5: Perkembangan Distribusi Pasar Teh Hitam Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015.

Jadi perkembangan pada aspek distribusi pasar ke negara tujuan ekspor untuk seluruh jenis teh dari tahun 2012-2014, negara Indonesia relatif menurun. Data tersebut menunjukkan dari tahun 2012-2015 dari 10 negara tujuan ekspor Indonesia hanya menunjukkan peningkatan distribusi pasar pada negara tujuan ekspor seperti Russian, United Kingdom (UK), United Arab Emirate, Pakistan dan Iran. Namun pada aspek distribusi pasar, Indonesia masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara pengeksport teh lainnya seperti negara India, Srilanka, Germany, Hongkong, China, United State of America dan Vietnam.

4.5. Posisi Daya Saing Teh Indonesia

Pembahasan pada posisi daya saing teh Indonesia dilakukan terhadap empat jenis teh Indonesia (teh hitam curah, teh hijau curah, teh hitam kemasan, dan teh hijau kemasan) di beberapa pasar utama teh dunia.

4.5.1. Teh Hijau Curah

Teh Hijau Curah Tahun 2012

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hijau curah tahun 2012 disajikan pada **tabel 4.27** dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Dimana pada data tersebut menunjukkan, daya saing teh hijau curah Indonesia sangat lemah di pasar-pasar yang memiliki pertumbuhan pasar yang cukup tinggi seperti Russian yaitu -2,1073. Pada negara tujuan ekspor seperti Pakistan dan Iran juga melemah hal ini ditunjukkan dengan adanya nilai negatif yaitu sebesar -2,3326 dan -2,650. Pada pasar United Arab Emirate (UAE) dan Afganistan, nilai pada aspek daya saing Indonesia bersifat positif atau yaitu sebesar 5,9642 dan 0,0113.

Pada tahun 2012 dalam aspek daya saing, Indonesia harus meningkatkan potensi daya saingnya di negara-negara pengimpor utama. Seperti halnya Negara China yang memiliki nilai positif terhadap aspek daya saingnya. Dimana China menunjukkan potensi daya saing yang baik, terlihat dari nilainya positif pada seluruh negara pengimpor utama. Pada negara Russian (2,2282), United Kingdom (UK) (7,4276), United State of America (USA) (4,0542), United Arab Emirate (UAE) (4,9517), Egypt (7,7371), Afganistan (7,4176), dan Morocco (7,4276).

**Tabel 4.27. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	2.6186	2.6186	0	0	0	0	0	0	0
China	2.2282	7.4276	4.0542	4.9517	0	0	7.7371	7.799	7.4276	7.4276
France	-1.5649	-1.5649	1.2519	-0.0012	0	0	0	0	0	2.5039
Germany	-6.9871	0	-2.7948	0	0	0	0	0	0	0.0001
Hongkong	0	0	4.4345	0	0	0	0	0	0	0
India	3.1003	1.1533	4.9605	-1.9842	-3.1003	0	1.8601	0.0005	0	0
Indonesia	-2.1073	0	0	5.9642	-2.3326	0	0	-2.6507	0.0113	0
Poland	-7.7727	-2.1198	-5.6529	9.1859	0	0	0	7.0661	0	0.0002
Singapore	0	0	0	0.0005	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	8.9698	2.491	0	4.671	0	0	-2.4916	-5.2947	0	3.1145
Taipe	0.0007	0.0003	-1.563	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-4.1381	0	1.5047	-7.5238	0	0	0	0		0
United State of America	0.0009	1.7628	0	0	0	0	8.8144	0	0	0
Vietnam	-1.4866	0	0	-8.92008	-4.2816	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Curah Tahun 2013

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hijau curah tahun 2013 disajikan pada **tabel 4.28**. Dimana pada data tersebut menunjukkan, daya saing teh hijau curah Indonesia sangat lemah di pasar-pasar yang memiliki pertumbuhan pasar yang cukup tinggi seperti Russian yaitu -2,4546, bahkan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya nilai negative semakin bertambah. Pada negara tujuan ekspor lainnya seperti Iran sebesar -5,1376, dan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya nilai negative semakin besar artinya daya saing negara Indonesia pada pasar Iran sangat lemah.

Namun, Indonesia menunjukkan peningkatan daya saingnya yaitu pada pasar United Kingdom (UK) (2,2838) dan Moroco (0,0002), yang jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2012) Indonesia tidak melakukan ekspor sehingga tidak terdapat nilai daya saingnya, tapi tahun ini Indonesia menunjukkan peningkatan nilai daya saingnya. Negara-negara yang memiliki daya saing yang tinggi ke negara tujuan Russian dibanding negara Indonesia adalah Belgium (6,5993), France (6,3411), Sri Lanka (6,2814), United Kingdom (UK) (4,7644), Poland (1,8659), Germany (1,4142), dan China (1,0144). Selanjutnya, negara-negara yang memiliki daya saing tinggi ketika mengekspor ke negara United Kingdom adalah negara France (9,5117), Belgium (5,2794), Sri Lanka (4,7111), India (3,5542), dan Germany (2,6051).

**Tabel 4.28. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	6.5993	5.2794	-3.9596	0	0	6.5993	0	0	0	0
China	1.0144	1.2759	1.0335	-2.4562	5.4228	4.7848	0	8.9317	-1.4354	7.2028
France	6.3411	9.5117	-6.3411	0	0.0053	0	0	0	0	0
Germany	1.4142	2.6051	0	0	0	0	0	0	0	3.7216
Hongkong	0	0	0	0.0004	0	0	0	0	0	0
India	-1.0662	3.5542	3.5542	1.9548	0	0	-8.8856	0	0	0
Indonesia	-2.4546	2.2834	0	-3.368	1.1131	0	0	-5.1376	-2.7258	0.0002
Poland	1.8659	-4.2133	0	2.4076	6.019	0	3.0095	0	0	0
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	6.2814	4.7111	-1.8216	-4.397	0	0	5.6533	0	3.1407	0
Taipe	0	0	1.4317	0.0003	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	4.7644	0	-3.8115	3.8115	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	1.0578	0	0	0	0	0	0	0	0
Vietnam	0	0.0001	5.4459	-3.0633	0	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016).

Teh Hijau Curah 2014

Data yang terdapat pada **(tabel 4.29)**, menunjukkan adanya peningkatan daya saing Indonesia pada pasar Russian yaitu sebesar 1,6936. dan juga daya saing ekspor pada negara United Kingdom (UK), Pakistan, dan Iran relatif meningkat jika dibandingkan pada tahun sebelumnya (tahun 2012 dan 2013) yaitu sebesar (4,2904), (3,7682), dan (6,2098). Namun, Indonesia seharusnya meningkatkan daya saing ekpornya ke negara pengimpor lainnya agar daya saingnya semakin makin meningkat. Seperti halnya yang dilakukan oleh negara India yang memiliki daya saing tertinggi di pasar Russian (3,1392), negara Sri Lanka yang memiliki daya saing tertinggi di pasar atau negara pengimpor United Kingdom (UK) (9,5707). Selanjutnya negara Poland ke pasar United State of America (USA) dan pasar Kenya yang memiliki daya saing tertinggi sebesar (4,0851) dan (5,1064)

**Tabel 4.29. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	2.4005	0.0002	0	0	0	0	0	0	0
China	-8.2871	-9.8218	-1.4241	2.8237	0	-4.6039	1.2277	-3.6831	9.2079	3.6524
France	0	0	-2.6288	0	0	0	0	0	0	-2.103
Germany	1.1079	-7.3866	2.3637	0	0	0	0	0	0	0
Hongkong	0	0	1.3885	0	0	0	0	0	0	0
India	3.1392	0	3.1392	-7.848	0	0	-1.0987	0	0	0
Indonesia	1.6936	4.2904	0	-1.3972	3.7682	0	0	6.2098	-2.8226	0
Poland	2.0425	-1.7362	4.0851	-5.1064	0	5.1064	0	0.0001	0	0
Singapore	0	0	0.0007	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0.0005	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	1.1118	9.5707	2.6178	-4.5038	1.1259	-8.4444	-2.8149	-1.4074	0	0
Taipe	0	5.1033	-9.186	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	1.3342	-4.4476	0	0	0	0	0	0
United State of America	0.0002	-1.6559	0	0	0	0	5.7599	0	0	0
Vietnam	0	-4.2546	0	-7.6584	-1.2125	0	0	0	0.0111	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

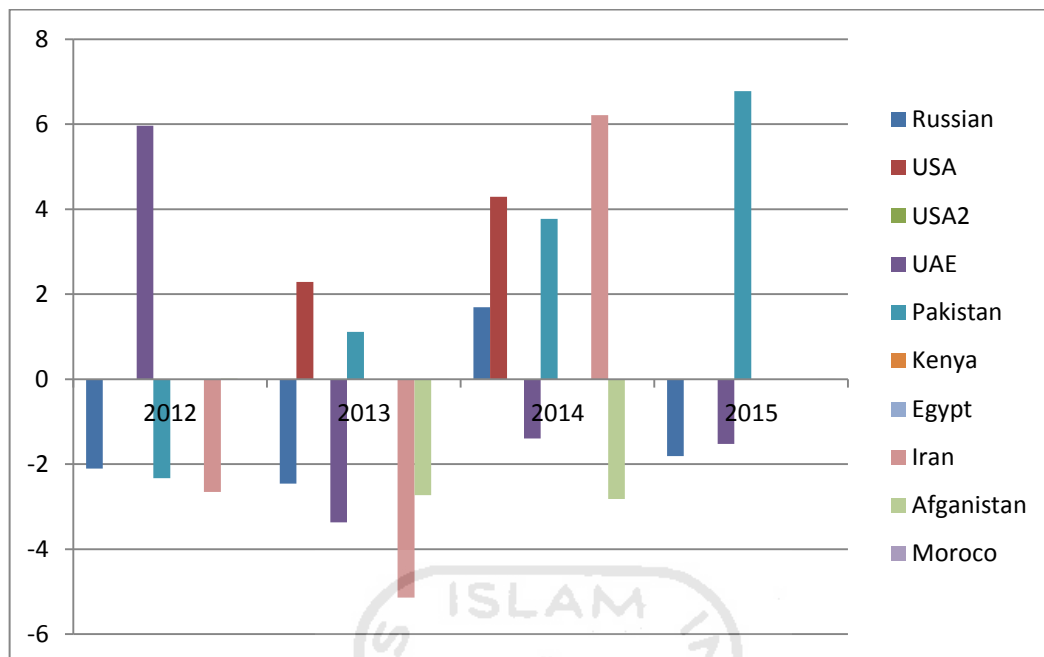
Teh Hijau curah 2015

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hijau curah tahun 2015 disajikan pada **tabel 4.30** dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Dimana pada data tersebut menunjukkan, daya saing teh hijau curah Indonesia empat tahun berturut-turut (2012, 2013, 2014, dan 2015) yang menunjukkan peningkatan adalah pada negara tujuan Pakistan yaitu sebesar 6,7772. Pada tahun ini, menunjukkan penurunan kembali pada pasar Russian sebesar -1,8072. yang jika dibandingkan pada tahun sebelumnya (2014) bernilai positif sedangkan sekarang penurunan tersebut terjadi secara drastis. Untuk itu Indonesia harus mencontoh pada negara Poland yang memiliki daya saing yang baik pada pasar Russian yaitu sebesar 5,5671. Negara kedua yang memiliki daya saing yang baik pada pasar United Kingdom (UK) (5,536), United State of America (USA) (4,8594), United Arab Emirate (UAE) (9,2267), Iran (6,1511) dan Afganistan (3,0755) adalah negara Sri Lanka.

**Tabel 4.30. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	USA	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	-1.5966	6.2478	0	0	0	0	0	0	0
China	-9.7658	1.5176	1.379	3.0683	0.0001	0	-1.6496	2.3094	3.2992	3.064
France	-5.0594	5.0594	-3.0356	-7.5891	0.0118	0	0.0002	0	0	-0.0098
Germany	7.2843	-1.1655	2.9137	7.2843	0	0	0	0	0	0
Hongkong	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
India	-9.407	3.7628	-2.0695	-2.8221	0	0	0	0	0	0
Indonesia	-1.8072	0	0	-1.5211	6.7772	0	0	0	0	0.0003
Poland	5.5671	-1.8857	0	-1.6237	0	0	0	0	0	0
Singapore	0	0	0	0	0.0028	0	0	0	0	0
South Africa	0	0.0001	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-9.1037	5.536	4.8594	9.2267	0	0	0	6.1511	3.0755	0
Taipe	0	0	2.6759	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-9.16	0	4.58	0	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	2.2745	0	2.5994	0	0	0	0	0	0.0009
Vietnam	0.0001	0	-2.2684	-9.8297	0	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)



Grafik 4.6: Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hijau Curah Indonesia Tahun 2012-2015.

4.5.2. Teh Hijau Kemasan

Teh Hijau Kemasan 2012

Data pada tabel 4.31, menunjukkan posisi daya saing saing Indonesia pada produk teh hijau kemasan tahun 2012. Dimana daya saing Indonesia di pasar atau di negara pengimpor United State of America (USA) dan Pakistan bernilai positif yaitu sebesar 6,9819 dan 2,717. yang artinya daya saing Indonesia cukup kuat. Namun, pada pasar atau negara pengimpor United State of America (USA) yang memiliki daya saing lebih baik dari pada Indonesia adalah negara South Africa sebesar 9,8633 dan berada pada posisi pertama. South Africa juga berhasil menempati urutan pertama pada pasar Russian (9,8633). Selanjutnya, yang perlu dicontoh Indonesia, yaitu daya saing negara Sri lanka yang kuat di negara pengimpor United Arab Emirate (USA) (9,6551), dan di pasar Iran (4,0489).

Kemudian, daya saing negara pengekspor United State of America (USA) juga menunjukkan daya saing yang kuat di pasar United Kingdom (UK).

Teh Hijau Kemasan tahun 2013

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hijau kemasan tahun 2013 disajikan pada **tabel 4.32**. Dimana, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2012) pada data tersebut menunjukkan daya saing teh hijau kemasan Indonesia sangat lemah pada tahun ini. Indonesia hampir tidak melakukan ekspor pada negara-negara pengimpor utama. Dimana, jika Indonesia tidak melakukan ekspor, tidak bisa dinilai tingkat daya saingnya. Bahkan pada tahun sebelumnya, pada pasar impor negara United State of America (USA), Indonesia berada pada urutan kedua tertinggi pada aspek daya saingnya. Namun, pada tahun ini daya saing Indonesia melemah atau relatif turun menjadi sebesar -1,6583.

Beberapa negara yang menunjukkan peningkatan daya saing di pasar Impor. Seperti, Sri Lanka, yaitu di pasar Russian menempati urutan pertama sebesar (8,794), United Kingdom (UK) (1,8844), United State of America (USA) (9,4222), United Arab Emirate (UAE) (1,8844), Kenya(3,1407), dan terakhir di pasar Iran (3,1407). Selanjutnya, negara yang memiliki daya saing yang lebih baik dibanding Indonesia adalah negara India, yaitudi pasar Russian (4,4428), United Kingdom (UK) (1,5994), United State of America (USA) (4,0429), dan United Arab Emirate (UAE) (8,8856).

Teh Hijau Kemasan Tahun 2014

Data yang terdapat pada (**tabel 4.33**), menunjukkan adanya peningkatan daya saing Indonesia pada pasar Russian yaitu sebesar 8,468 dan juga daya saing

ekpor pada pasar united State of America relatif meningkat pada tahun ini yaitu sebesar 4,3356. Namun, tetap saja daya saing Indonesia tetap saja lemah di negara impor Pakistan yang jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2013) mengalami penurunan bahkan nilai daya saing negatif yaitu sebesar -3,246.



**Tabel 4.31. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	-1.8581	1.795	1.6093	8.7518	-2.5161	0	5.5707	-1.176	-7.9228	2.7544
France	0	2.1909	0	0	0	0	0	0	0	0
Germany	-5.5897	2.6201	4.0874	0.0003	0	1.3974	0	0	0	-3.4935
Hongkong	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
India	0	-4.6504	6.4796	7.1307	0	0	0	0	0	0
Indonesia	0.0001	-1.988	6.8919	0	2.717	0	0	0	0	0
Poland	0	0.0003	5.6529	0	0	0	0	0	0	-2.8264
Singapore	0	0	0	0	-3.1007	0	0	0	0	0
South Africa	9.8633	0	9.8633	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-9.9665	0	-1.5572	9.6551	0	0	-1.2458	4.0489	0	0
Taipe	0	0	-6.7495	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	-7.5238	1.1285	0	0	0	0	0	0
United State of America	0.0002	7.0515	0	0	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-2.9733	2.23	-1.8583	-5.9467	9.8715	8.92	0	0	0	0.0002

Sumber: *International Trade Center* (2016)

**Tabel 4.32. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	-1.407	-1.9458	9.0849	-6.3798	-3.0623	6.3798	-1.9777	-2.1117	-7.0178	-1.6523
France	0.0009	-3.8046	0	0.0003	0	0	0	0	0	1.2682
Germany	-2.5307	2.195	1.1648	0	0	0	0	0	0	7.8154
Hongkong	0.0004	0	-8.1466	0	0	0	0	0	0	0
India	4.4428	1.5994	4.0429	8.8856	0	0	0	0	0	0
Indonesia	0	0	-1.6583	0	0	0	0	0	0	0
Poland	0.0005	0	6.019	0	0	0	0	0	0	0
Singapore	0	0	0.0037	0.0007	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	8.794	1.8844	9.4222	1.8844	0	3.1407	-9.4222	3.1407	0	0
Taipe	0	0	1.2408	0.0003	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	4.7644	0	1.9057	3.335	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	-8.4626	0	-7.0521	0	0	0	0	0	0
Vietnam	5.4459	0	2.9952	9.8026	-1.953	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

**Tabel 4.33. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0		8.0019	0	0	0	0	0	0	0
China	-1.1991	-2.1515	-4.9907	3.9594	-9.2079	0	1.1786	1.7802	-1.1356	3.3915
France	2.6288	2.6288	0	0	0	0	0	0	0	1.0515
Germany	2.9915	-3.1762	0	1.4773	0	0	0	0	0	-1.4773
Hongkong	0	8.331	-2.4993	0	0	0	0	0	0	0
India	7.848	2.7468	7.4163	0	0	0	0	0	0	0
Indonesia	8.468	0	4.3356	0	-3.246	0	0	0	0.0005	0
Poland	5.1064	-6.383	0	0	0	0	0	0	0	0
Singapore	0	0	0	0	0	0.0007	0	0	0	0
South Africa	0.0005	0	0.0005	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	0	0	2.6741	0	0	0	-2.8149	0	0	8.4447
Taipe	0	0	8.1653	0	0.0002	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	2.4461	0	0	0	0	0	0	0
United State of America	7.1999	1.4399	0	0	0	0	0	0	0	0
Vietnam	2.1273	-2.2691	2.0422	-9.7148	2.2351	0.0001	0	0	0.0671	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

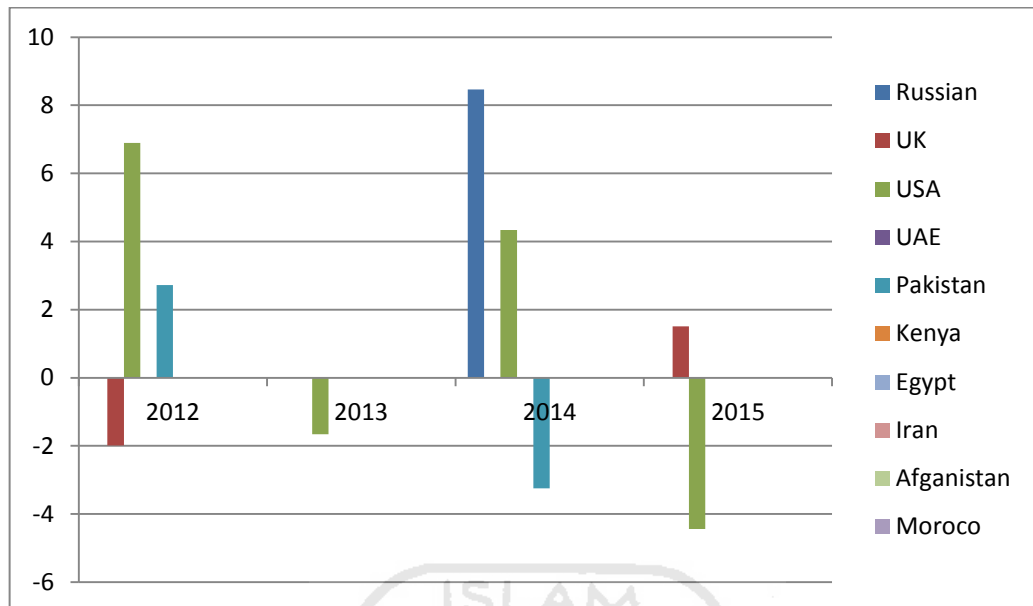
Teh Hijau Kemasan Tahun 2015

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hijau kemasan tahun 2015 disajikan pada **tabel 4.34** dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Dimana pada data tersebut menunjukkan, daya saing teh hijau curah Indonesia kembali menurun atau daya saing lemah. Terlihat dari data yang menunjukkan pada pasar Russian sangat menurun. Dari tiga tahun sebelumnya, pada tahun ini Indonesia menunjukkan peningkatan daya saing pada negara impor atau pasar United Kingdom (UK) sebesar 1,506. Negara Indonesia harus mencontoh pada negara China yang memiliki daya saing yang baik pada pasar Russian yaitu sebesar 4,2197. Negara kedua yang memiliki daya saing yang baik pada pasar United Kingdom (UK) (6,1511) adalah Sri Lanka. Selanjutnya, negara pengekspor yang memiliki daya saing yang baik di pasar United State of America (USA) adalah negara India yaitu sebesar 7,996. Selain itu, India juga menunjukkan peningkatan atau kekuatan daya saingnya di pasar atau negara Impor Kenya yaitu sebesar 9,407.

**Tabel 4.34. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hijau Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	4.2197	1.2273	-4.256	1.3263	-5.9848	-1.3197	1.5704	-3.9162	4.1669	-8.7001
France	0	0	0	-5.0594	0	0	0	0	0	0
Germany	2.9137	4.0064	-3.6421	-1.0926	0	7.2843	0	0	0	-6.4698
Hongkong	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
India	1.1288	1.411	7.996	0	0	9.407	0	0	0	0
Indonesia	0	1.506	-4.4368	0.0031	0	0	0.0009	0.0002	0	0
Poland	0	4.6392	0	0	0	0	0	0	0	0
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	1.9683	6.1511	-1.2302	3.9982	0	0	0	0	0	3.0755
Taipe	0.0002	0	0	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	-2.748	0.0001	0	0	0	0	0	0
United State of America	0	-1.5596	0	0	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-1.482	5.2929	2.6615	-1.9659	6.6539	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)



Grafik 4.7: Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hijau Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015.

4.5.3. Teh Hitam Curah

Teh Hitam Curah Tahun 2012

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hitam curah tahun 2012 disajikan dalam **tabel 4.35** dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share*. Dapat dilihat nilai daya saing Indonesia relatif kecil bila dibanding dengan negara pengekspor lainnya. Daya saing pada produk teh hitam curah tahun ini yang bernilai positif ada pada negara impor atau di pasar Russian sebesar (0,0016), United State of America (USA) (0,0005), United Arab Emirate (UAE) (0,0004), Kenya (0,0002), Egypt (0,0028) dan Afganistan (0.0003). Negara Indonesia harus mampu meningkatkan daya saingnya seperti negara pengekspor lainnya seperti negara Belgium yang memiliki tingkat daya saing tertinggi pada pasar Russian yaitu sebesar 6,5466. Kemudian negara pengekpor selanjutnya yang memiliki tingkat daya saing yang kuat atau tinggi adalah negara China. Negara

China menunjukkan kekuatan daya saingnya di pasar United Kingdom (UK) (6,1896) dan berada pada tingkat pertama, juga pada pasar United State of America (USA) sebesar (4,9208), Pasar Russian (2,352), pada pasar Egypt (3,0948) dan Moroco (6,1896). Selanjutnya, tidak kalah saing juga negara pengekspor India menunjukkan kekuatan daya saingnya pada pasar United Kingdom (7,7569) dan berada pada urutan pertama, pada pasar Emirate Arab Emirate (UAE) berada pada posisi kedua sebesar (4,8985), sedangkan yang berada pada posisi pertama adalah United State of America (USA) (negara pengekspor).



**Tabel 4.35. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	6.5466	-2.6186	0	0	0	0	0	0	0	0
China	2.352	6.1896	4.9208	0	0	0	3.0948	0	0	6.1896
France	0	-1.2519	1.8779	0	0	0	0	0	0	0
Germany	-2.2009	3.6333	3.4935	0	-2.2009	0	0	0	0.0001	6.9871
Hongkong	0.0004	-8.8691	3.5476	0	0	0	0	0	0	0
India	-7.6887	7.7569	-1.8942	4.8985	1.0014	0.0013	9.921	-2.4802	0	0
Indonesia	0.0016	-3.1809	0.0005	0.0004	-4.4718	0.0002	0.0028	-4.2412	0.0003	0
Poland	-4.9463	-3.0525	-4.2396	1.1305	0	0	-7.0661	0	0	0
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	1.2355	-2.8653	0	1.2053	1.5572	3.7374	1.5821	-3.8059	0	-6.229
Taipe	-0.0003	0	2.6998	0.0003	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-1.6176	0	-4.9657	6.7715	0	0.0001	0	0	0.0001	0
United State of America	0	1.2692	0	0	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-2.6016	0	0	1.4866	1.1893	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

**Tabel 4.36. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	6.5993	0	0.0004	0	0	0	0	0	0
China	-5.4866	-0.00061	1.0367	0	0	0	0	0	0	0
France	0	-1.2682	3.4876	0	0	0.0047	0	0	0	0
Germany	-1.8608	-2.1213	0	3.7216	-1.8608	3.7216	0	0	0	0
Hongkong	0	0	-2.4439	0	0	0	0	0	0	0
India	1.6527	-6.2199	-2.5146	-2.8434	0	0.0013	3.1099	0	0	0
Indonesia	0	0	-2.5688	0	-8.2059	0	0	5.7085	0	0
Poland	3.3706	4.2133	4.2133	-6.019	9.019	0	0	0	0	0
Singapore	0	0	0.0022	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-9.6098	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	1.0929	-3.8945	0	-6.6332	8.794	1.5703	-7.2865	5.7538	1.8844	1.2562
Taipe	0	0	-2.2908	0	0.0006	0	0	0	0	0
United Kingdom	4.7644	0	-5.3361	-9.5288	0	0	0	0	4.7644	0
United State of America	0	2.3977	0	2.8208	0	0	1.4104	0	0	0.0002
Vietnam	4.7651	6.8074	0	0	-1.7426	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Teh Hitam Curah 2013

Data dalam **tabel 4.36**, menunjukkan tingkat daya saing Indonesia pada produk teh hitam curah tahun 2013 relatif rendah jika dibandingkan dengan tahun 2012, daya saing Indonesia relatif menurun pada negara pengimpor (Russian, United Kingdom (UK), United State of America (USA), United Arab Emirate (UAE), Pakistan, Kenya, Egypt, Afganistan dan Moroco). Peningkatan daya saing, hanya terdapat di pasar Iran yaitu sebesar 5,785.

Teh Hitam Curah 2014

Posisi daya saing Indonesia teh hitam curah tahun 2014 disajikan pada **tabel 4.37**. Dimana pada adata tersebut menunjukkan daya saing Indonesia masih melemah. Walaupun terdapat nilai positif pada pasar Russian dan Afganistan. Hanya saja jika dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya relatif kecil yaitu sebesar 0,0003 (pasar Russian dan Iran).

Teh Hitam Curah Tahun 2015

Dalam tabel 4.38, menunjukkan posisi daya saing Indonesia pada produk teh hitam curah tahun 2015, dan jika dibandingkan dengan tiga tahun sebelumnya. Indonesia belum menunjukkan peningkatan daya saing yang cukup besar. Nilai daya saingnya masih relatif kecil jika bandingkan dengan negara pengekspor lainnya. Seperti negara India yang memiliki daya saing tertinggi pada pasar Russian sebesar 6,773 dan pada pasar Iran sebesar 5,4561. Negara pengekspor lainnya yang memiliki daya saing yang kuat di pasar (Russian, United State of America (USA), United Arab Emirate (UAE), Pakistan, Kenya, Egypt, afganistan, dan Moroco) adalah negara Sri Lanka.

**Tabel 4.37. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

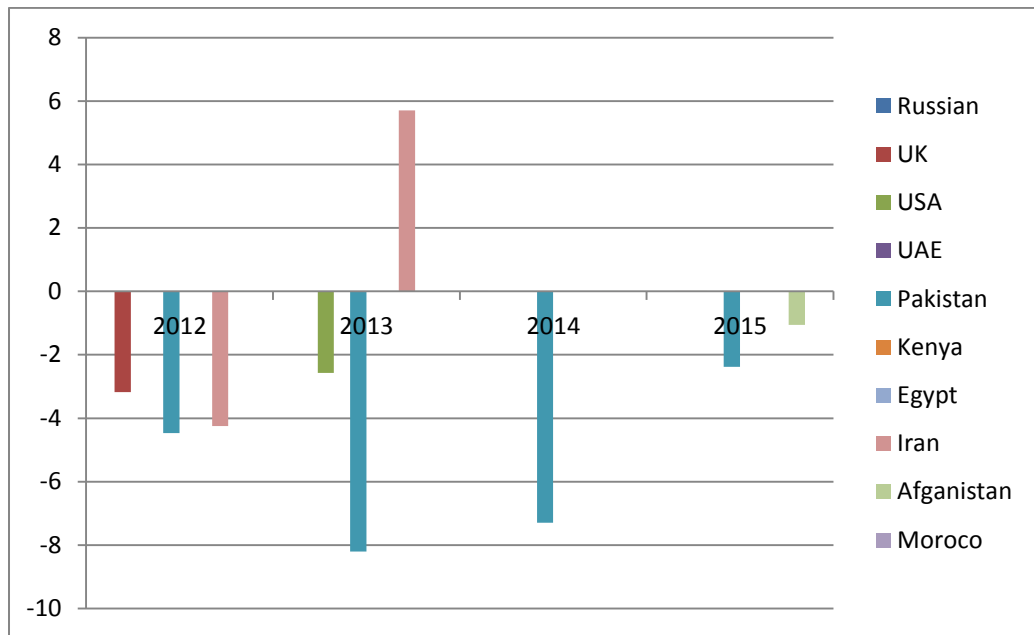
Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	8.0019	8.0019	0	0	0	0	0	0	0	0
China	-9.2079	-1.5346	1.5776	3.0693	0	0	2.4554	0	0	0
France	1.8401	-1.5772	5.7833	-2.6288	0	0	0	0	0	-1.3144
Germany	-3.7671	-5.9092	1.4403	-1.4773	-3.7671	0	0	0	0	0
Hongkong	0.0002	8.331	2.777	0.0002	0	0	0	0	0	0
India	0	1.2242	1.7265	-4.8657	-1.0202	-4.2379	-1.5696	0	0	0
Indonesia	0.0003	0	0	0	-7.2937	0	0	0	0.0003	0
Poland	1.4298	5.1677	8.1703	1.2766	0	0	6.1277	0	0	0
Singapore	0	7.1225	-7.1225	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	0	0.0001	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	9.627	-1.6326	0	1.8578	2.2519	-1.5703	1.6889	-1.6664	0	-8.4447
Taipe	0	2.5516	5.1033	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-1.779	0	-1.521	1.4232	0	0	0.0001	0	0	0
United State of America	0.0002	3.4559	0	0	0	0	0	0	0	-7.1999
Vietnam	0	0	-1.4182	0	3.581	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

**Tabel 4.38. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Curah Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	1.5836	0	-1.1877	1.3197	0	0	0	0	0	0
France	0	2.0237	9.6129	0	0	0	0	0	0	2.5297
Germany	-2.5495	-6.9565	-3.6421	1.0926	-2.5495	0	0	0	3.6421	0
Hongkong	0	0	1.8416	0	0	0	0	0	0	0
India	6.773	-8.7015	-2.2577	-3.0102	0	5.4561	-2.8362	0.0001	0	0
Indonesia	0	0.0032	0.0031	0	-2.3795	0	0	0	-1.0542	0
Poland	-3.7114	2.3428	3.1547	-9.2785	0	0	0	4.6392	0	0
Singapore	0.0007	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	2.805	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	5.8036	-6.5202	3.0755	5.007	5.2285	2.768	5.7821	-1.7561	6.1511	2.4604
Taipe	2.6759	0	-2.6759	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-3.206	0	1.7587	1.145	0	0	0	0	0	0
United State of America	-6.4985	-3.3792	0	-2.5994	0	0	0	0	0	0
Vietnam	1.5122	0	-2.2684	0	6.049	0	0	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)



Grafik 4.8: Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hitam Curah Indonesia Tahun 2012-2015.



4.5.4. Teh Hitam Kemasan

Teh Kemasan Tahun 2012

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hitam kemasan tahun 2012 disajikan dalam **tabel 4.39**. Dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share*. Dapat dilihat nilai daya saing Indonesia pada pasar Russian adalah yang tertinggi kedua sebesar 6,6939, setelah negara Germany yaitu sebesar (8,3845). Kemudian, Indonesia menunjukkan nilai positif pada aspek daya saing di negara pengimpor lainnya seperti United State of America (USA) (1,7548), Egypt (4,493) dan Afganistan (1,3386).

Seharusnya Indonesia mampu meningkatkan daya saingnya ke negara pengimpor lainnya, seperti ke negara United Kingdom (UK), United Arab Emirate (UAE), Pakistan, Kenya, dan Iran. Karena pada kelima negara ini daya saing Indonesia sangat-sangat lemah, bahkan bernilai negatif.

**Tabel 4.39. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2012**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	6.5466	0	0	0	0	0	0	0
China	3.7014	1.4545	7.3533	1.5474	0	0	0	0	0	0
France	-3.1298	0	1.2519	0	0	0	0	0	0	5.0078
Germany	8.3845	-5.9041	-9.3824	0.0006	0	0.0002	6.9871	0	0	-1.8166
Hongkong	0	1.7738	-6.2084	0	0	0	0	0	0	0
India	-2.7716	3.1391	1.6121	-1.1607	-1.0461	-3.1964	5.4011	1.4373	0	0
Indonesia	6.6839	-3.499	1.7548	-2.8893	-4.4718	-1.4579	4.493	-3.2471	1.3386	0
Poland	0	1.1305	2.8264	0	0	0.0015	0	0	0	1.4132
Singapore	0	0	0.0059	0.0047	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-8.4542	-7.0452	0	0	0.0001	0	0	0	0
Sri Lanka	3.8994	-1.0901	-3.8308	-2.083	-2.6785	-8.0978	-6.2291	-2.7034	0	-9.3436
Taipe	0.0011	7.1048	2.3091	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-1.6176	0	-4.9657	6.7715	0	0.0001	0	0	0.0001	0
United State of America	0.0014	5.5531	0	0	0.0021	0	0	0	0	0
Vietnam	-6.7643	2.8915	9.9904	8.62274	1.115	0.0017	1.7542	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Teh Hitam Kemasan Tahun 2013

Data yang terdapat dalam tabel 4.40, menunjukkan tingkat daya saing Indonesia pada produk teh hitam kemasan tahun 2013 di beberapa negara pengimpor mengalami penurunan jika dibandingkan pada tahun sebelumnya (tahun 2012). Dapat dilihat dari banyaknya nilai negatif dari **tabel 4.40**. Khususnya pada negara pengimpor Russian terlihat nilai daya saingnya relatif menurun yaitu sebesar -2,2933. Selain itu, nilai negatif terdapat pada pasar United Arab Emirate (UAE) (terendah sebesar -7,7207), Pakistan (-8,2059), Kenya (-1,4271), dan Afganistan (-3,5678). Tetapi pada pasar Egypt, daya saing Indonesia relatif meningkat dan berada pada urutan pertama yaitu sebesar 8,4343 dan pada pasar Iran yaitu sebesar 5,2518.

Teh Hitam Kemasan Tahun 2014

Posisi daya saing Indonesia tahun 2014 pada produk teh hitam kemasan disajikan pada (**tabel 4.41**). Dimana terjadi peningkatan nilai daya saing pada pasar Russian yaitu sebesar 4,5600, jika dibandingkan tahun sebelumnya (tahun 2013) yang bernilai negatif. Selanjutnya ada peningkatan daya saing pada negara pengimpor lainnya, yaitu negara Kenya yaitu sebesar (2,5404). Pada pasar Egypt, walaupun nilai daya saingnya positif tapi jika dibandingkan dengan nilai daya saing tahun lalu (2013) mengalami penurunan.

**Tabel 4.40. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2013**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0.0044	0	6.5993	0	0	0	0	0	0
China	2.8709	5.8694	-1.5337	0	0	0.0003	0	0	0	0
France	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9.5117
Germany	5.1358	-2.3111	7.5623	0	0	0	0	0	0	-1.8608
Hongkong	0	0	1.4664	0	0	0	0	0	0	0
India	8.4835	2.2387	-5.1625	-3.4831	-2.5546	-4.2473	1.3883	2.4506	1.1195	1.7771
Indonesia	-2.2933	4.7523	2.6801	-7.7207	-8.2059	-1.4271	8.4343	5.2518	-3.5678	0
Poland	0.0001	-8.9683	1.2038	0	0	0	0	0	0	-1.8057
Singapore	0	0.0007	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	4.2283	0	-7.6878	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	-3.4956	-3.1721	-8.637	-5.892	-2.9679	1.2562	-2.8706	-7.8675	0	0
Taipe	0	0	2.5771	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	4.7644	0	-5.3361	-9.5288	0	0	0	0	4.7644	0
United State of America	0	0	0	0	0	0	0.0007	0	0	0
Vietnam	3.8291	-2.3825	-7.6787	1.4976	-1.1286	2.8591	1.8175	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

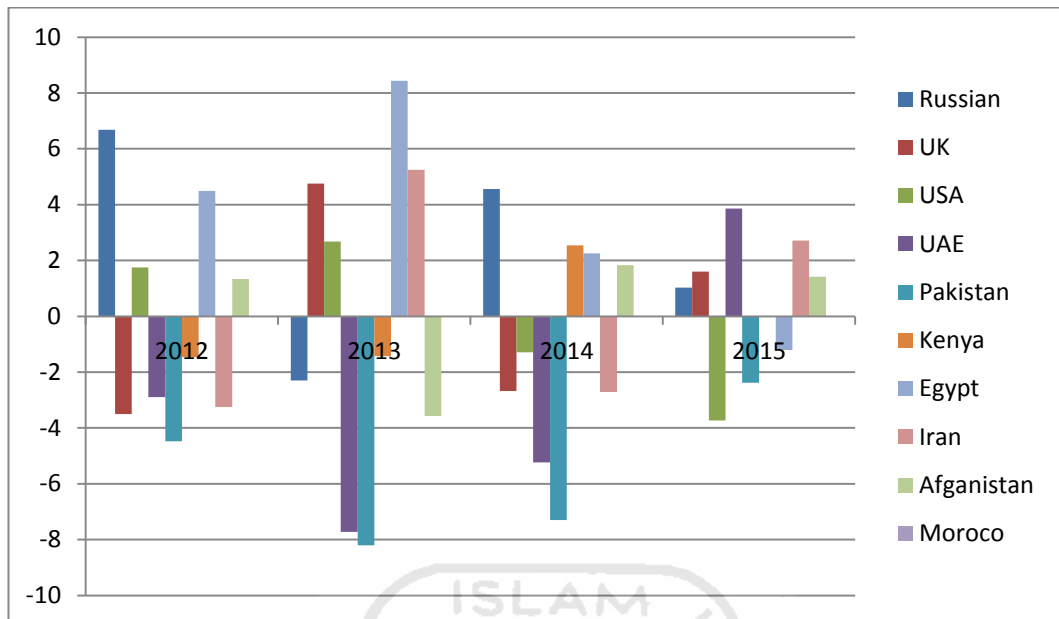
**Tabel 4.41. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2014**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0.0001	-1.2803	8.0019	0	0	0	0	0	0	0
China	2.9342	-5.5247	8.3301	7.6732	0	-7.3663	0	0	0	0
France	0	0	1.0515	2.6288	0	0	0	0	0	2.103
Germany	-6.6848	1.1818	-1.1375	0	0	0	0	0	0	-6.6479
Hongkong	0	0	-4.4432	0	0	0	0	0	0	0
India	-5.211	-1.3184	1.2054	-2.3893	-2.0279	2.0954	-1.3914	-1.7422	-4.7088	0
Indonesia	4.56002	-2.6815	-1.2941	-5.2361	-7.2937	2.5404	2.2581	-2.7097	1.8347	0
Poland	0	-1.1234	7.1491	0	0.0015	0	0	0	0	1.0212
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0042
South Africa	0.0006	-2.9434	1.2797	1.0238	0.0093	0	0	0	0	0
Sri Lanka	6.4523	-4.8416	-1.0358	1.6901	8.9514	0	-8.3321	-2.7783	0	-1.1259
Taipe	-5.1033	0	-3.5723	0.0002	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	-1.779	0	-1.521	1.4232	0	0	0.0001	0	0	0
United State of America	0	0	0	0.001	0	0	0	0	0	0
Vietnam	-1.248	1.0565	-9.1121	2.2762	1.5884	3.5455	8.1548	0	0.0044	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

Teh Hitam Kemasan tahun 2015

Posisi daya saing Indonesia pada produk teh hitam kemasan tahun 2015 disajikan pada **tabel 4.42** dan sudah diolah dengan menggunakan pendekatan *Constant Market Share* (CMS). Dimana pada data tersebut menunjukkan, daya saing teh hijau curah Indonesia kembali menurun atau daya saing lemah. Terlihat dari data yang menunjukkan pada pasar Russianyaiu sebesar 1,0271. Selanjutnya, posisi daya saing Indonesia di pasar United Kingdom relatif meningkat yaitu sebesar 1.6024 jika dibandingkan pada tahun 2014 dan 2012. Kemudian, pada pasar United Arab Emirate (UAE) tingkat daya saing lebih baik jika dibandingkan tiga tahun sebelumnya (tahun 2012, 2013, dan 2014). Nilai positif dalam aspek daya saing ditunjukkan kembali oleh Indonesia pada pasar Iran (2,7108), Afganistan (1,4156), dan Moroco (0.0005), walaupun nilai daya saingnya tidak sebesar negara pengekspor lainnya.



Grafik 4.9: Perkembangan Daya Saing Pasar Teh Hitam Kemasan Indonesia Tahun 2012-2015.

Jadi perkembangan daya saing Indonesia untuk seluruh jenis teh dari tahun 2012-2014 relatif menurun. Data tersebut menunjukkan banyaknya nilai negatif yang berarti daya saing lemah, misalnya di beberapa negara tujuan ekspor seperti di pasar Russian, United Kingdom (UK), United State of America (USA), United Arab Emirate, dan Pakistan.

Negara-negara yang memiliki daya saing lebih tinggi atau lebih bagus dari Indonesia adalah negara Srilanka, India, United State of America (USA) dan China.

**Tabel 4.42. Hasil Analisis Daya Saing Teh Hitam Kemasan Indonesia
Dengan Menggunakan *Constant Market Share* (CMS)
Pada Tahun 2015**

Negara pengekspor	Negara Tujuan Ekspor									
	Russian	UK	USA	UAE	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China	1.4252	7.0934	-8.1557	0	0	-9.8977	0	6.5985	0	0
France	0	0	-5.0594	0	0	0	0	0	0	5.0594
Germany	-9.324	-1.577	1.2201	-1.4568	0	0	3.6421	0	0	8.0128
Hongkong	0	-1.8416	-3.2228	0	0	0	0	0	0	0
India	7.0012	-3.7628	-1.3856	-1.8814	-7.4315	1.3311	-2.6998	-2.0131	-9.5952	-4.1775
Indonesia	1.0271	1.6024	-3.735	3.8554	-2.3795	0	-1.2048	2.7108	1.4156	0.0005
Poland	-2.5516	1.1134	1.5773	0	0	0	0	0	0	1.8557
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	0	-7.0126	2.805	-2.805	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka	4.4888	1.0457	-8.7346	-1.2486	0	0	-1.4885	-3.2355	0	-1.2302
Taipe	0	0	2.2477	0	0	0	0	0	0	0
United Kingdom	0	0	5.496	4.58001	0	-3.206	0	0	0	0
United State of America	-1.9495	0	0	0	0	0	0		0	0
Vietnam	1.271	5.7466	-1.2763	1.0986	2.6502	0	2.7976	0	0	0

Sumber: *International Trade Center* (2016)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dilihat dari pertumbuhan ekspor, pada tahun 2011 pertumbuhan ekspor teh Indonesia bernilai negatif sebesar (-0,0713) jika dibandingkan dengan negara pengekspor lainnya. Pada tahun 2013 pertumbuhan ekspor teh Indonesia mengalami peningkatan dan bernilai positif yaitu sebesar 0,0112. Namun, pada tahun 2014 dan 2015 pertumbuhan ekspor teh Indonesia kembali mengalami penurunan bahkan bernilai negatif (-0,0629 dan -0,0675).

Pertumbuhan ekspor teh Indonesia relatif rendah. Hal tersebut terlihat masih banyaknya nilai negatif setiap tahunnya. Kondisi tersebut disebabkan karena komposisi produk teh yang diekspor Indonesia kurang mengikuti kebutuhan pasar, negara-negara tujuan ekspor Indonesia kurang ditujukan ke negara-negara pengimpor teh yang memiliki pertumbuhan impor teh tinggi dan daya saing teh Indonesia di pasar teh dunia yang cukup lemah.

Negara-negara yang memiliki komposisi produk teh positif merupakan negara-negara yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi pada ekspor teh dalam bentuk produk-produk hilir (teh hitam kemasan, teh hijau kemasan) dan teh hijau curah. Negara-negara yang memiliki komposisi produk yang lebih baik antara lain Sri Lanka, Vietnam, Hongkong, India, China, France, United State of America (USA), dan Germany.

Pada aspek distribusi pasar negara-negara yang memiliki distribusi pasar lebih baik dari negara Indonesia adalah Sri Lanka, China, Germany, Vietnam, Hongkong.

Pada aspek daya saing, posisi daya saing teh Indonesia masih tergolong lemah. Beberapa negara produsen teh yang memiliki daya saing lebih kuat dari Indonesia adalah negara Sri Lanka, India, United State of America, China.

5.2. Saran

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekspor teh Indonesia, diperlukan upaya untuk meningkatkan komposisi produk teh Indonesia melalui upaya peningkatan ekspor teh Indonesia dalam bentuk produk-produk hilir (teh hitam kemasan, teh hijau kemasan) dan teh hijau curah. Upaya peningkatan ekspor produk-produk hilir teh Indonesia dapat dimulai dari pihak swasta dan PT Perkebunan Nusantara baik melalui kerjasama dengan pemegang merk terkenal maupun merintis merk baru. Upaya tersebut harus didukung oleh kebijakan perpajakan (PPN, tarif impor produk-produk hilir teh dan input yang perlukan oleh industri hilir teh) yang kondusif. Upaya peningkatan ekspor teh hijau curah Indonesia dapat dilakukan melalui program pembinaan petani teh sebagai penghasil teh hijau terbesar di Indonesia sehingga produk yang dihasilkannya memenuhi syarat untuk ekspor.

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekspor teh Indonesia diperlukan upaya untuk meningkat pengaruh distribusi pasar dengan memilih negara-negara tujuan ekspor teh ke negara-negara yang memiliki pertumbuhan impor teh yang cukup tinggi. Oleh karena itu, negara-negara tersebut perlu

dijadikan negara tujuan ekspor utama bagi teh Indonesia. Pihak pemerintah khususnya atase perdagangan di negara-negara tersebut hendaknya dapat membantu para eksportir teh Indonesia untuk mendapatkan informasi mengenai selera pasar teh dan bernegosiasi untuk meringankan persyaratan serta tarif masuk teh ke negara-negara tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, K. Mega Silvia dan I Komang Gede Bandesa, 2015. *Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia ke Negara ASEAN tahun 2013*. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 8(2), pp: 172-178.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2015. Statistik Teh Indonesia. BPS- Statistics Indonesia. Diakses dari : http://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Statistik-Teh-Indonesia-2015.pdf.
- Baldwin, Robert, 2008. *Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi*. Bina Aksara, Jakarta.
- Bramanna, Reva Deddy, 2009. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia Ke Inggris*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- David, Boanis, 2013. *Competitiveness dan Determinants of Cocoa Export from Ghana*. International Journal of Agricultural Policy and Research, 1(9),pp: 236-254.
- Detik Finance, 2015. *Begini Siasat Membangkitkan Kejayaan Teh Indonesia*. Diambil 14 September 2016, dari <http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/2869721/begini-siasat-membangkitkan-kejayaan-teh-indonesia>.
- Dwipayana, Dewa Made dan I Wayan Sukadana, 2015. *Analisis Yang Mempengaruhi Ekspor Common Resource Studi Kasus Ikan Indonesia*. E-jurnal Ep Unud, 4(4), pp: 340-348. E-Jurnal e unud, 4(7), pp: 855-872.
- Ghani, Muhammd A, 2002. *Dasar-dasar Budi Daya The*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Gumbira, Said, R.Suprihartini dan B.Drajat, 2004. *Potensi dan kebijakan Pengembangan Industri Hilir Perkebunan. Makalah Smeinar Prospek dan Percepatan Investasi Agribisnis Perkebunan*. Jakarta.
- Hadi, Prajogo U. dan Sudi Mardianto, 2004. *Analisis Komparasi Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara ASEAN Dalam Era Perdagangan Bebas AFTA*. Jurnal Agro Ekonomi, Volume 22 No. 1, Mei 2004: 46-73.
- Hady, Hamdy, 2009. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Intertasional*. Buku satu edisi revisi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Nurimansjah, 1994. *Ekonomi Industri*. PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.

- International Trade Center (ITC), 2016. Diambil 20 Mei 2016, dari: <http://www.trademap.org/Index.aspx>.
- Krugman, Maurice Obstfeld, 2012. *International Economics*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pakpahan, Marta Sari Uli dan Drs. Idjang Tjarsono, M.Si, 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lemahnya Ekspor The Indoensia ke Negara Russia (2008-2012)*.
- Pamungkas, Ricki Sanjaya Ardiyan, 2011. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Teh Di Provinsi Jawa Tengah*. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Permatasari, I G Ayu Ika dan Surya Dewi Rustariyuni. 2015. *Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kakao Indonesia Di Kawasan ASEAN Periode 2003-20012*.
- Rifai, Ahmad dan Suardi Tarumun, 2005. *Perdagangan Internasional*. Pekanbaru: Unri Press.
- Rosyidi, Suherman, 2002. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Rajawali Pers.
- Rosihan, Asmara dan Nesia, Artdiyasa, 2008. *The Compertitiveness Lever Analysis Of Indonesua Estate Commodity*. Agrise, 3(2), pp:105-111.
- Salvatore, Dominick, 2014. *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Satryana, Made Hardi, 2016. Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia Ke Pasar ASEAN Periode 2004-2013. E-jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.5, No.5 Mei 2016.
- Suprihartini, Rohayati, 2005. *Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Teh Dunia*. Jurnal Agro ekonomi, 23(1), pp: 1-29.
- Tim Penulis PS, 1993. *Teh Pembudidayaan Dan Pengolahan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tyers, R, P. Philips; and D. Lim, 1985. *ASEAN- Australia Trade in manufactures: a Constant Market Share Analysis, 1970-1979*. In Lim, D. (ed). 1985. *ASEAN- Australia Trade in Manufactures*. Longman Chashire, Melbourne.
- Todoro, Michael P, 2000. *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*. Alih Bahasa: Aminuddin dan Drs. Murshid. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Utami, Nindiani Rizky, 2016. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2005-2014*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Wellyanti, Briliana, 2015. *Keunggulan Komparatif Indonesia Pada Sepuluh Komoditi Unggulan ASEAN Tahun 1997-2009*. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 8(1), pp : 92-99.



Lampiran 1

Tabel 1.2
Perkembangan Luas Areal Perkebunan Indonesia menurut
Status Pengusahaan (Ha) tahun 2000-2015

Tahun/ years	Luas Areal/ Area (Ha)			Jumlah/ Total
	PR/	PBN/	PBS/	
	<i>Smallholders</i>	<i>Government Plantatio</i>	<i>Private Plantation</i>	
2000	67 100	44 263	42 321	153 675
2001	67 589	44 554	38 738	150 872
2002	66 289	44 608	39 810	150 707
2003	64 742	41 988	36 874	143 604
2004	61 902	44 398	38 944	145 244
2005	60 771	42 665	38 986	142 422
2006	60 990	40 130	38 270	139 390
2007	60 947	41 688	35 848	138 483
2008	60 539	38 946	28 227	127 712
2009	57 126	38 706	28 224	124 056
2010	56 465	38 295	28 037	122 797
2011	55 983	37 640	28 835	122 458
2012	56 258	37 202	28 148	121 607
2013	56 091	37 672	28 731	122 494
2014	53 358	37 398	28 143	118 899
2015*)	52 806	37 279	28 356	118 441

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2015)

Lampiran 2

Tabel 1.3
Perkembangan Produksi Perkebunan Teh Indonesia
menurut Status Pengusahaan tahun 2000-2015

Tahun/ years	Luas Areal/ Area (Ha)			Jumlah/ Total
	PR/	PBN/	PBS/	
	<i>Smallholders</i>	<i>Government Plantatio</i>	<i>Private Plantation</i>	
2000	39 466	84 132	38 989	162 587
2001	40 160	86 207	40 500	166 867
2002	44 773	80 426	39 995	165 194
2003	47 079	82 086	40 660	169 825
2004	40 200	84 774	40 740	165 714
2005	37 746	86 996	41 159	165 900
2006	37 355	77 050	38 386	152 791
2007	38 937	81 250	35 250	155 438
2008	38 593	78 354	37 024	153 971
2009	45 239	71 565	35 785	152 588
2010	50 947	68 017	32 048	151 012
2011	51 507	61 110	33 986	146 603
2012	51 741	57 146	34 526	143 413
2013	51 737	55 715	38 404	145855
2014	50 856	65 343	38 170	154 369
2015*)	50 723	65 188	38 687	154 598

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2015)

Lampiran 3

NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH (SELURUH JENIS TEH)

Exporters	Share in value in world's exports, % in 2011	Share in value in world's exports, % in 2012	Share in value in world's exports, % in 2013	Share in value in world's exports, % in 2014	Share in value in world's exports, % in 2015
World	100	100	100	100	100
China	13.5	14.5	15.5	16.2	20.8
Sri Lanka	20.7	19.6	19	20.4	19.9
India	12.1	9.6	10.2	8.3	10.2
Germany	3.2	3.1	3.1	3.2	3.2
Poland	2	2.4	2.6	3	2.7
United Kingdom	3.7	2.7	2.3	1.9	2.2
Indonesia	2.3	2.2	2	1.7	1.9
United States of America	1	1.2	1.2	1.4	1.7
Viet Nam	2.9	3.1	2.9	2.9	1.6
Belgium	1.4	1.3	1.2	1.2	1.2
France	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9
Taipei, Chinese	0.4	0.5	0.5	0.5	0.8
South Africa	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Hong Kong, China	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Singapore	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HIJAU KEMASAN)**

Exporters	Share in value in world's exports, % in 2011	Share in value in world's exports, % in 2012	Share in value in world's exports, % in 2013	Share in value in world's exports, % in 2014	Share in value in world's exports, % in 2015
World	100	100	100	100	100
China	54.2	55.4	57.5	57.5	60.7
Germany	4.1	4.3	4.4	4.5	4.4
Sri Lanka	4.8	4.5	4.6	4.2	3.7
Poland	3.2	3.3	3.4	3.3	3.1
Indonesia	3.6	3.6	3.2	3.1	2.7
United States of America	2.5	2.5	2.2	2.2	2.5
France	1.9	1.9	1.8	2.2	2.4
United Kingdom	4	2.4	1.9	1.5	1.9
Belgium	2.1	2.2	2.4	2.3	1.6
Taipei, Chinese	0.6	0.8	0.9	0.9	1.2
Singapore	0.4	0.5	0.4	0.4	0.6
India	2.3	0.7	0.4	0.3	0.3
Hong Kong, China	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2
Viet Nam	0.3	0.9	0.7	0.7	0.1
South Africa	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HIJAU CURAH)**

Exporters	Share in value in world's exports, % in 2011	Share in value in world's exports, % in 2012	Share in value in world's exports, % in 2013	Share in value in world's exports, % in 2014	Share in value in world's exports, % in 2015
World	100	100	100	100	100
China	55.2	54.8	55.8	52.1	65.6
Germany	6.2	6.5	6.7	6.7	6.2
Viet Nam	18.7	18.4	16.8	18.6	5.4
India	1.6	1.9	1.6	1.6	1.8
United Kingdom	1.1	1	1	1.2	1.5
Indonesia	0.5	0.6	0.4	0.3	1.4
United States of America	0.9	1.3	1	1.1	1.2
Poland	0.5	0.5	1.5	2.7	0.9
Sri Lanka	0.8	0.8	0.7	1	0.9
France	0.7	0.9	1.2	0.8	0.6
Singapore	0.5	0.3	0.3	0.4	0.5
Taipei, Chinese	0.4	0.5	0.4	0.4	0.5
South Africa	0.3	0.2	0.2	0.2	0.4
Belgium	0.3	0.4	0.3	0.2	0.2
Hong Kong, China	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HITAM KEMASAN)**

Exporters	Share in value in world's exports, % in 2011	Share in value in world's exports, % in 2012	Share in value in world's exports, % in 2013	Share in value in world's exports, % in 2014	Share in value in world's exports, % in 2015
World	100	100	100	100	100
Sri Lanka	19.7	20.5	20	21.9	23.1
India	19.3	17.5	18.2	15.7	19.4
China	3.8	4.4	4.3	4.4	5.9
Indonesia	3.4	3.2	2.9	2.6	2.6
Viet Nam	2.8	3.2	2.8	2.5	2.2
Germany	2.3	2.1	1.9	2.1	2
United Kingdom	0.8	0.7	0.6	0.5	0.6
United States of America	0.3	0.3	0.3	0.4	0.5
South Africa	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4
Taipei, Chinese	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4
Belgium	0.3	0.4	0.2	0.3	0.3
Poland	0.2	0.2	0.3	0.8	0.3
Hong Kong, China	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Singapore	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
France	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

Sumber: International Trade Center, 2016.

NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HITAM CURAH)

Exporters	Share in value in world's exports, % in 2011	Share in value in world's exports, % in 2012	Share in value in world's exports, % in 2013	Share in value in world's exports, % in 2014	Share in value in world's exports, % in 2015
World	100	100	100	100	100
Sri Lanka	34.7	29.1	29.3	31.2	30.5
China	3.4	3.6	3.8	4.7	7.7
Poland	5.2	6.1	6.6	6.3	7.2
United Kingdom	9.8	6.6	5.9	4.5	5.4
Germany	3.6	3.4	3.6	3.2	3.5
India	5.4	2.3	3.3	2.7	3.4
United States of America	1.7	2.1	2.3	2.6	3.3
Belgium	3.4	2.6	2.7	2.2	2.9
Taipei, Chinese	0.8	0.8	0.8	0.8	1.4
France	1.4	1.3	1.4	1.3	1.4
Hong Kong, China	0.7	0.6	0.7	0.7	0.8
South Africa	0.4	0.6	0.5	0.5	0.6
Singapore	0.1	0.1	0.2	0.3	0.4
Indonesia	0.2	0.3	0.1	0.1	0.4
Viet Nam	0.1	0.3	0.2	0.1	0.3

Sumber: International Trade Center, 2016.

Lampiran 4

NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH (SELURUH JENIS TEH)

Exporters	2011	2012	2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	2,046,365	2,050,120	2,209,022	2,088,189	1,768,440
China	323,112	313,484	325,806	303,110	327,659
Sri Lanka	321,074	318,397	355,251	325,141	304,835
India	258,745	225,082	254,672	212,606	235,132
Viet Nam	134,528	146,899	141,021	132,252	68,815
Indonesia	75,450	70,071	70,842	66,399	61,915
Germany	28,420	26,870	27,076	27,406	25,102
United Kingdom	26,582	20,987	22,483	21,778	21,111
Poland	14,147	16,614	19,583	21,555	19,601
United States of America	11,345	14,180	13,889	15,388	16,068
Belgium	15,275	15,153	12,497	14,405	14,523
South Africa	7,097	10,406	7,814	7,130	6,118
Taipei, Chinese	2,815	3,143	3,919	3,737	4,744
France	3,195	3,154	3,804	3,958	4,186
Hong Kong, China	2,255	2,455	3,601	2,172	1,835
Singapore	1,677	1,346	1,404	1,387	1,798

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HIJAU CURAH)**

Exporters	2011	2012	2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	186,007	190,976	209,760	203,822	187,996
China	135,818	135,987	155,631	147,045	142,882
Indonesia	7,801	9,865	10,774	10,926	8,103
United States of America	4,105	5,172	5,365	5,456	5,346
Sri Lanka	4,362	4,105	3,602	3,776	3,326
Poland	2,121	2,366	2,632	2,664	2,830
Germany	1,609	1,865	2,047	2,126	2,260
France	968	1,052	1,175	1,396	1,661
United Kingdom	1,527	950	993	1,039	1,309
Belgium	2,356	2,129	2,700	2,744	1,279
Taipei, Chinese	477	674	772	761	976
India	5,687	1,624	1,084	702	742
Singapore	236	272	300	263	458
Viet Nam	1,080	4,171	3,102	3,276	327
South Africa	133	226	286	375	174
Hong Kong, China	266	251	219	121	123

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HIJAU KEMASAN)**

Exporters	2011	2012	2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	210,700	206,300	207,915	210,794	197,018
China	128,965	119,989	115,739	109,413	138,046
Viet Nam	54,854	55,834	59,067	64,386	22,186
Germany	5,170	5,033	5,474	6,068	5,723
Indonesia	1,724	1,742	1,364	1,210	4,047
India	1,913	2,837	2,798	3,147	3,430
United States of America	852	1,416	1,299	1,556	1,574
Sri Lanka	986	995	1,078	1,467	1,160
Poland	525	645	2,167	1,823	1,003
France	202	449	758	796	747
United Kingdom	674	529	583	638	638
Belgium	660	650	401	314	489
South Africa	350	410	310	345	472
Taipei, Chinese	279	338	356	285	386
Singapore	506	242	300	327	363
Hong Kong, China	295	502	363	310	139

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HITAM CURAH)**

Exporters	2011	2012	2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	315,162	399,345	305,397	387,186	272,361
Sri Lanka	129,195	124,392	70,980	134,547	109,342
Poland	9,716	12,252	13,260	13,154	14,459
United Kingdom	16,656	13,002	14,911	14,706	14,290
India	30,091	13,293	16,778	15,417	14,014
Belgium	7,498	7,039	7,227	7,059	8,477
China	8,305	8,264	7,679	7,417	8,265
United States of America	4,073	5,214	4,652	5,569	6,129
Germany	5,623	6,085	5,752	5,373	5,008
Indonesia	1,617	2,669	1,000	514	3,612
South Africa	1,674	3,421	2,186	2,226	2,407
Taipei, Chinese	1,128	1,151	1,463	1,548	2,171
Viet Nam	1,047	4,376	2,742	1,734	2,114
France	1,838	1,495	1,478	1,302	1,461
Hong Kong, China	977	930	1,692	1,123	1,110
Singapore	137	177	237	321	317

Sumber: International Trade Center, 2016.

**NEGARA-NEGARA PENGEKSPOR TEH
(TEH HITAM KEMASAN)**

Exporters	2011	2012		2013	2014	2015
	Exported quantity, Tons	Exported quantity	Unit	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons	Exported quantity, Tons
World	1,334,507	1,253,450	Tons	1,485,931	1,286,611	1,111,011
India	221,054	207,328	Tons	234,013	193,340	216,947
Sri Lanka	186,531	188,906	Tons	279,592	185,350	191,006
Indonesia	64,308	55,795	Tons	57,703	53,749	46,153
Viet Nam	77,548	82,518	Tons	76,109	62,856	44,186
China	50,024	49,243	Tons	46,757	39,236	38,465
Germany	16,019	13,887	Tons	13,802	13,839	12,110
United Kingdom	7,724	6,506	Tons	5,996	5,395	4,874
Belgium	4,761	5,335	Tons	2,168	4,288	4,278
South Africa	4,941	6,348	Tons	5,032	4,185	3,066
United States of America	2,315	2,379	Tons	2,574	2,807	3,019
Poland	1,784	1,350	Tons	1,524	3,914	1,310
Taipei, Chinese	931	980	Tons	1,327	1,144	1,210
Singapore	798	656	Tons	567	476	660
Hong Kong, China	717	772	Tons	1,328	618	464
France	188	158	Tons	392	464	317

Sumber: International Trade Center, 2016.

Lampiran 5**Hasil Hitungan (g_i) Negara Belgium**

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.53389	0.557325	0.200878	-0.00233
2014	0.016296	-0.21696	-0.02325	0.97786
2013	0.268201	-0.38308	0.026708	-0.59363
2012	-0.09635	-0.01515	-0.06122	0.120563

Hasil Hitungan (g_i) Negara China

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.02871	0.258635	0.116138	-0.01965
2014	-0.05517	-0.05466	-0.03568	-0.16085
2013	0.14443	-0.03542	-0.07079	-0.05048
2012	0.001266	-0.06964	-0.00494	-0.01561

Hasil Hitungan (g_i) Negara France

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.193386	-0.06156	0.12212	-0.31681
2014	0.18383	0.050132	-0.11908	0.183673
2013	0.11692	0.688196	-0.01137	1.481013
2012	0.086777	1.222772	-0.18662	-0.15957

Hasil Hitungan (g_i) Negara Germany

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.063029	-0.05686	-0.06793	-0.12722
2014	0.038593	0.108513	-0.06589	0.006303
2013	0.097587	0.087622	-0.05472	-0.00612
2012	0.028682	-0.0265	0.082163	-0.13309

Hasil Hitungan (g_i) Negara Hongkong

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.31405	-0.55161	-0.01158	-0.24919
2014	-0.44749	-0.14601	-0.33629	-0.53464
2013	-0.12749	-0.27689	0.819355	0.720207
2012	-0.05639	0.701695	-0.04811	0.076709

Hasil Hitungan (g_i) Negara India

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.05698	0.089927	-0.091	0.122101
2014	-0.3524	0.124732	-0.08112	-0.1744
2013	-0.33251	-0.01375	0.262168	0.129524
2012	-0.71444	0.483011	-0.55824	-0.27217

Hasil Hitungan (g_i) Negara Indonesia

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.25837	2.344628	6.027237	-0.14132
2014	0.014108	-0.12128	-0.486	-0.06852
2013	0.092144	-0.20953	-0.62533	0.034197
2012	0.264581	0.010441	0.650588	-0.13238

Hasil Hitungan (g_i) Negara Poland

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.062312	-0.44981	0.099209	-0.6653
2014	0.012158	-0.15874	-0.00799	1.568241
2013	0.112426	2.35969	0.082272	0.128889
2012	0.12183	0.228571	0.261013	-0.24539

Hasil Hitungan (g_i) Negara Singapore

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.741445	0.110092	-0.01246	0.386555
2014	-0.12333	0.09	0.35443	-0.16049
2013	0.102941	0.239669	0.338983	-0.13567
2012	0.152542	-0.52174	0.291971	-0.17794

Hasil Hitungan (g_i) Negara South Africa

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.536	0.368116	0.081312	-0.26738
2014	0.311189	0.112903	0.018298	-0.16832
2013	0.265487	-0.2439	-0.36101	-0.20731
2012	0.699248	0.171429	1.043608	0.28476

Hasil Hitungan (g_i) Negara Sri Lanka

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.11917	-0.20927	-0.18608	0.030515
2014	0.048306	0.360853	0.895589	-0.33707
2013	-0.12253	0.083417	-0.42939	0.480059
2012	-0.05892	0.009128	-0.03718	0.012732

Hasil Hitungan (g_i) Negara Taipe

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.282523	0.354386	0.402455	0.057692
2014	-0.01425	-0.19944	0.0581	-0.13791
2013	0.145401	0.053254	0.271069	0.354082
2012	0.412998	0.21147	0.02039	0.052632

Hasil Hitungan (g_i) Negara United Kingdom (UK)

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	0.238411	0	-0.02761	-0.10289
2014	0.064451	0.09434	-0.01375	-0.0939
2013	0.045263	0.102079	0.146824	-0.07867
2012	-0.37787	-0.21513	-0.21938	-0.15743

Hasil Hitungan (g_i) Negara United State of America (USA)

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.02016	0.011568	0.100557	0.075525
2014	0.016962	0.197844	0.19712	0.090521
2013	0.037316	-0.08263	-0.10779	0.081967
2012	0.259927	0.661972	0.280137	0.027646

Hasil Hitungan (g_i) Negara Vietnam

Tahun	Teh Hijau Curah	Teh Hijau Kemasan	Teh hitam curah	Teh Hitam kemasan
2015	-0.90018	-0.65541	0.21857	-0.30008
2014	0.056093	0.09005	-0.36761	-0.17413
2013	-0.25629	0.057904	-0.3734	-0.07767
2012	2.862037	0.017866	3.179561	0.064089

Lampiran 6

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Belgium Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	-0.84249	-0.34783	0.5	0	-1	0	0	0	0
2014	0	29.33333	0.15	-0.6	0	0	0	0	0	0
2013	2	-0.92742	0.538462	4	0	2	0	0	0	0
2012	0	9.333333	0.444444	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Belgium Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
2014	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
2013	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2012	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Belgium
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	20	5	0	0	0	0	0	0	0
2014	2	-0.88889	0	-1	0	0	0	0	0	0
2013	-1	-0.65385	-0.6	2	0	0	0	0	0	0
2012	2	-0.7234	0.25	-1	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Belgium
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	4	-1	5	0	0	0	0	0	0	0
2014	2	-0.70588	-0.66667	-1	0	0	0	0	0	0
2013	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0
2012	-1	0	2	-1	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara China
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.34202	-0.23358	0.136986	0.161137	2	0	1.737705	-0.51053	0.213333	-0.23659
2014	-0.22565	0.802632	-0.09168	0.044554	-1	-1	-0.49167	-0.62376	1.222222	-0.07215
2013	0.060453	-0.15556	0.057479	0.181287	2	2	3.8	-0.2617	-0.04255	0.110649
2012	-0.22004	-0.76684	0.029223	-0.02841	0	0	-0.87805	-0.12644	0.807692	-0.09585

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara China
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.08487	0.163138	0.089503	-0.19778	0.417314	0.95122	-0.14338	-0.06671	-0.33673	2.221209
2014	0.102031	0.109883	-0.48841	-0.21227	0.848261	3.1	-0.20376	-0.29855	0.969666	0.289495
2013	-0.10557	0.09043	-0.03632	0.767642	0.343458	2	0.002899	-0.36278	1.334934	-0.00778
2012	-0.11039	-0.03841	0.01418	0.344907	-0.14271	-1	0.547085	-0.38968	-0.33253	-0.29465

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara China
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.67416	-0.6	0.06124	3.333333	0	0	1.375	0	0	0
2014	0.047059	0.101695	0.000747	0.090909	0	0	2	0	0	1.5
2013	-0.57286	-0.29762	0.119665	10	0	0	-1	0	0	0
2012	1.051546	0.02439	0.170421	-0.75	0	0	1	0	0	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara China
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.056088	-0.11927	0.041976	0.88	0	-0.28571	0	2	0	-0.6
2014	-0.17091	0.184783	-0.16886	2	0	-0.93396	0	0	0	1.5
2013	-0.1413	0.204188	-0.19394	-1	0	2	0	-1	0	-0.83333
2012	-0.28502	-0.19239	0.008508	-0.97143	0	-1	0	2	0	1

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara France
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.85714	0.074074	-0.23404	-0.28571	2	0	2	0	0	-0.8125
2014	-0.75	5.75	0.566667	0	-1	0	0	0	0	-0.36842
2013	0.076923	-0.69231	0.764706	0.4	2	0	0	0	-1	-0.24
2012	0.130435	3.333333	0.307692	-0.58333	0	0	-1	0	0	0.234568

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara France
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	-0.7	-0.5	-0.85714	0	0	0	0	0	-0.05
2014	1.333333	-0.72973	-0.5	6	0	0	0	0	0	-0.35484
2013	2	0.321429	-0.2	2	0	0	0	0	0	0.722222
2012	0	0.333333	0.25	-1	0	0	0	0	0	2.6

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara France
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	0.444444	-0.12821	-0.25	0	0	0	0	0	2.16129
2014	-0.21053	-0.30769	0.659574	1.666667	0	-1	0	0	0	1.066667
2013	-0.24	0.529412	-0.25397	0	0	2	-0.5	0	0	-0.0625
2012	2.125	0.214286	0.235294	2	0	0	1	0	0	-0.56757

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara France
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	3	-0.85714	0	0	0	0	0	0	-0.24138
2014	-1	0	-0.36364	-0.66667	0	0	0	0	0	0.208333
2013	0	-0.9	1.75	0	0	0	0	0	0	2.428571
2012	-0.90909	1	-0.55556	2	0	0	0	0	0	-0.80556

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Germany
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.49524	0.164384	0.190184	0.285714	0	0	0	2	0	-0.5
2014	-0.07895	-0.13095	0.131944	-0.3	0	0	0	0	-1	1
2013	-0.04202	0.090909	-0.2	0.25	0	0	0	0	0	-0.66667
2012	-0.02459	0.203125	0.058824	0	0	0	0	0	0	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Germany
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.5124	-0.13418	-0.20202	0.571429	0	-0.16667	0	0	0	0.07
2014	0.115207	0.811927	-0.375	-0.36364	0	0.5	0	0	0	0.754386
2013	-0.03982	-0.28053	0.110799	0.1	0	0	0	0	0	1.150943
2012	-0.35795	-0.30345	0.190317	2	0	-0.55556	0	0	0	0.766667

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Germany
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.53535	0.012107	-0.133	0.272727	-0.53535	0	0	0	2	0
2014	-0.38509	-0.06136	-0.19763	-0.08333	-0.38509	-1	0	0	-1	0
2013	0.850575	0.097257	0.375	0.090909	0.850575	2	0	0	0.6	0
2012	0.234043	0.350168	0.614035	0.1	0.234043	0	-1	0	2	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Germany
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.51524	-0.13641	0.022717	0.777778	0	0	2	0	0	0.094017
2014	0.056361	0.071256	-0.23431	-0.25	0	-1	-1	0	0	0.322034
2013	-0.14463	-0.44317	-0.28558	0.2	0	0	0.5	0	0	0.22069
2012	-0.16552	-0.09163	-0.27169	2	0	2	2	-1	0	0.228814

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Hongkong
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	0.5	0	0	0	2	0	0	0
2014	0	-0.5	-0.86667	-1	0	0	-1	0	0	0
2013	0	-0.5	0.5	2	0	0	0.5	0	0	0
2012	0	-0.2	0.111111	0	0	0	2	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Hongkong
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	0	-0.125	0	0	0	0	0	0	0
2014	0	-0.71429	-0.15789	0	0	0	0	0	0	0
2013	2	6	1.714286	0	0	0	0	0	0	0
2012	-1	-0.75	-0.125	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Hongkong
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	0.5	-0.35484	-1	0	0	0	0	0	0
2014	2	-0.71429	0.47619	2	0	0	0	0	0	0
2013	-1	-0.125	-0.27586	0	0	0	0	0	0	0
2012	2	-0.42857	0.208333	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Hongkong
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	-0.90476	0.034483	0	0	0	0	0	0	0
2014	-1	0.3125	-0.79861	0	0	0	0	0	0	0
2013	1	3	0.565217	0	0	0	0	0	0	0
2012	1	-0.66667	1.421053	-1	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara India
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.388889	-0.71154	0.150794	0.172414	0	0	-1	0	0	0
2014	-0.74648	0.04	-0.07353	-0.8253	0	0	-0.78947	0	0	0
2013	0.044118	0.470588	-0.2766	-0.58911	-1	0	11.66667	-1	0	0
2012	-0.67925	-0.98322	0.236842	1.478528	-0.7971	0	2	2	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara India
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.676056	-0.21062	0.836689	0	0	2	0	0	0	0
2014	2.736842	0.06403	-0.07069	0	0	-1	0	0	0	0
2013	1.111111	0.340909	0.153477	-0.9434	0	-0.75	0	0	0	0
2012	8	-0.08545	-0.16097	-0.43011	0	-0.6	-1	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara India
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.37838	-0.45705	0.03912	0.161526	-1	-0.50206	-0.49869	2	0	0
2014	0.184	-0.21678	-0.08433	-0.3452	-0.77358	0.636364	67.32143	0	0	0
2013	-0.36869	-0.0858	0.064337	0.81612	25.5	2	0.217391	-1	0	0
2012	0.789157	-0.82582	-0.19217	-0.69372	-0.99697	-1	-0.76768	0.01754	-1	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara India
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.214365	0.114928	0.037174	-0.15942	0.251068	0.164741	-0.62582	0.29812	-0.62227	0.28
2014	-0.08688	0.04948	-0.10879	-0.38169	-0.28924	-0.00043	-0.18349	-0.2546	-0.2436	1.5
2013	-0.01231	-0.13477	0.177534	0.301096	-0.03675	-0.24556	-0.18443	0.90832	4.295918	-0.16667
2012	-0.06191	-0.10611	-0.1295	0.123821	-0.05103	0.143121	0.710454	-0.05898	0.372	-0.2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Indonesia
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.13636	-1	0	0.192369	-0.61989	0	2	-0.75	-0.6	2
2014	-0.44068	-0.71569	0	-0.04841	0.060961	0	0	0.33333	-0.59854	-1
2013	0.013746	0.39726	0	0.303748	2.014134	0	0	-0.07042	-0.84051	2
2012	0.543767	6.3	0	0.316883	-0.40042	0	0	-0.678	2	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Indonesia
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	2	0.037174	2	6.9	0	2	2	-1	2
2014	0.928571	0	-0.10879	0	-0.77401	0	0	0	2	0
2013	0	-1	0.177534	-1	1.765625	0	0	0	0	0
2012	2	1.571429	-0.1295	-0.4	-0.86237	0	0	-1	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Indonesia
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	2	2	0	0.251068	0	0	0	-0.59259	0
2014	2	0	-1	0	-0.28924	0	0	-1	2	0
2013	-1	-1	2.184211	-1	-0.03675	-1	-1	-0.58182	-1	0
2012	2	-0.85714	2	2	-0.05103	2	2	0.03773	2	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Indonesia
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.269047	-0.15144	-0.17484	-0.50084	0.251068	-1	0.35124	-0.84564	-0.20258	2
2014	-0.06477	-0.541	-0.07591	0.204649	-0.28924	-0.69231	-0.82206	-0.14564	10.08163	0
2013	-0.03291	-0.30745	0.166534	0.343517	-0.03675	0.418182	-0.04023	-0.06838	-0.24615	0
2012	-0.12947	-0.1976	-0.36644	-0.43907	-0.05103	0.666667	0.672963	0.19235	-0.81793	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Poland
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.022727	-0.23448	1	-0.98765	0	-1	-1	-0.5	0	0
2014	-0.24138	1.042254	-0.42308	0.157143	0	2	-0.5	2	0	0
2013	-0.07937	0.392157	0.04	0.060606	2	0	0.142857	-1	0	-1
2012	0.702703	-0.35443	0.136364	0.081967	0	0	0	2	0	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Poland
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.74	-0.99495	-0.25	0	0	0	0	0	0	0.5
2014	10.11111	-0.59175	0	0	0	0	0	0	0	0
2013	2	96	0.333333	0	0	0	0	0	0	-0.6
2012	-1	2	-0.89286	0	0	0	0	0	0	-0.72222

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Poland
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.1686	-0.12251	-0.15924	-0.7931	0	0	-0.9375	-0.66667	0	-0.25
2014	-0.14428	-0.17876	-0.14674	0.054545	0	0	-0.38462	2	0	1
2013	0.092391	-0.02731	0.218543	0.122449	2	0	0.04	0	0	1
2012	0.268966	0.081201	-0.0443	0.484848	-1	0	0.923077	-0.5	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Poland
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.57419	-0.90493	-0.42254	0	0	0	0	0	0	-0.36364
2014	76.5	0.965398	-0.14458	0	0	0	0	0	0	0.833333
2013	2	-0.21253	0.092105	0	0	-1	0	0	0	-0.33333
2012	-1	1.548611	-0.1828	0	0	2	0	0	0	0.285714

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Singapore
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	0	-0.5	2	0	0	0	0	0
2014	0	0	2	6	0	0	0	0	0	0
2013	0	0	-1	1	0	0	0	0	0	0
2012	-1	0	-0.5	2	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Singapore
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	0
2014	0	0	-1	38	-1	2	0	0	0	0
2013	0	0	2	2	-0.61538	0	0	0	0	0
2012	0	0	0	-1	-0.85714	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Singapore
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	2	0	9	0.5	0	0	0	0	0	0
2014	0	-0.66667	-0.33333	1.8	0	0	0	0	0	0
2013	0	0	2	1.5	0	0	0	0	0	0
2012	0	-0.25	-1	-0.5	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Singapore
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	0	-0.88	0	0	0	0	0	-0.5
2014	0	-1	-1	1.5	0	0	0	0	0	2
2013	0	2	-0.6	0.25	0	0	0	0	0	0
2012	0	0	2	2	-1	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara South Africa
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	2	1.5	0	0	0	0	0	0	0
2014	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
2013	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2012	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara South Africa
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
2014	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
2013	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
2012	0	0	-0.76471	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara South Africa
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	-0.16667	0.76	-1	0	0	0	0	0	0
2014	0	0.2	9	2	0	0	0	0	0	0
2013	0	0.666667	4	0	0	0	0	0	0	0
2012	0	-0.4	-0.9	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara South Africa
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	-0.84615	1.142857	-0.59322	-1	-1	0	0	0	0
2014	2	-0.85393	0.076923	-0.66092	2	24	0	0	0	0
2013	0	-0.23932	12	0.673077	0	0	0	0	0	0
2012	0	-0.41206	-0.98305	3.16	0	2	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Sri Lanka
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Moroco
2015	-0.10762	-0.04082	-0.16958	0.461538	1.75	0	-0.65	1.285714	2	0
2014	0.068263	-0.28986	0.975369	0.203704	2	-0.72727	1.857143	-0.53333	-1	0
2013	0.056962	0.533333	-0.22222	-0.12903	0	4.5	-0.84783	-0.4	2	-1
2012	-0.14871	0.216216	-0.13	-0.34737	0	-0.5	-0.17857	-0.35897	0	-0.83778

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Sri Lanka
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.173184	0.074074	-0.63636	-0.35194	0	-1	9	2	0	0.333333
2014	-0.05291	2.375	-0.3125	0.430155	0	2	-0.33333	-0.5	0	2
2013	0.005319	-0.38462	0.230769	0.427215	0	2	-0.72727	-0.9403	0	-1
2012	0.068182	0.625	-0.38095	-0.35113	0	0	-0.08333	1.48148	0	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Sri Lanka
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.25387	0.152893	2	-0.12844	-0.30189	0.272727	-0.11262	-0.00459	2	-0.55556
2014	0.156965	-0.10701	0	0.645359	1.944444	0.269231	1.88454	0.76606	-1	1.571429
2013	-0.2331	0.220721	0	-0.22418	-0.68966	0.238095	-0.45464	-0.68856	2	-0.36364
2012	-0.21421	-0.15267	-1	-0.27571	-0.01695	-0.41667	-0.37492	-0.23962	0	-0.35294

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Sri Lanka
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.14555	0.089385	0.009531	0.337591	48.5	0.25	1.136637	-0.0004	0	-0.35714
2014	-0.35889	-0.22678	-0.27408	-0.17478	-0.91339	0	0.063898	-0.56355	0	0.555556
2013	0.392905	-0.35739	0.833171	1.300254	-0.82795	-0.77778	-0.55381	0.74294	0	0.5
2012	-0.04899	0.405854	-0.13793	-0.55372	2.132249	-0.91743	1.79204	0.41701	0	-0.33333

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Taipe
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0	4	0.2657	0	0	0	0	0	0	0
2014	0	-0.66667	0.277778	-1	0	0	0	0	0	0
2013	-0.5	5	0.384615	2	0	0	0	0	0	0
2012	2	2	0.193878	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Taipe
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	2	-0.5	0	0	-1	0	0	0	0	0
2014	0	0	-0.16832	-1	2	0	0	0	0	0
2013	-1	1	0.216867	2	0	0	0	0	0	0
2012	0	0	-0.08791	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Taipe
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.66667	0.75	0.22069	0	0	0	0	0	0	0
2014	2	0.090909	0.124031	0	-1	0	0	0	0	0
2013	-0.5	4.5	0.066116	0	2	0	0	0	0	0
2012	1	1	-0.06564	2	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Taipe
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	1	-0.125	-0.17978	-1	s	0	0	0	0	0
2014	-0.83333	0	-0.04301	2	0	0	0	0	0	0
2013	1	0.6	0.050847	0	0	0	0	0	0	0
2012	2	-0.16667	0.172185	0	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United Kingdom (UK)
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.33333	0	1.333333	1	0	0	0	0	0	0
2014	-0.25	0	-0.23077	-0.17647	0	0	0	0	0	0
2013	0.142857	0	-0.20408	-0.59524	0	0	0	0	0	0
2012	-0.82051	0	0.361111	-0.23636	0	0	-1	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United Kingdom (UK)
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	0	-0.42727	2	0	0	0	0	0	0
2014	4	0	0.913043	-1	0	0	0	0	0	0
2013	2	0	0.554054	-0.82609	0	0	0	0	0	0
2012	-1	0	-0.19565	0.352941	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United Kingdom (UK)
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.17391	0	0.007168	0.054545	0	0	0	0	0	0
2014	-0.36111	0	-0.03682	-0.14063	0	0	2	0	-1	0
2013	0.384615	0	0.270468	0.52381	0	-1	0	0	0.333333	0
2012	-0.74257	0	-0.41237	-0.51163	-1	2	-1	0	2	-1

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United Kingdom (UK)
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	40	0	0.16791	3.888889	0	-0.97183	0	0	0	-1
2014	-0.5	0	0.55814	-0.83019	-1	70	0	0	0	2
2013	0	0	-0.09474	-0.47	0.44	2	0	0	0	0
2012	-0.81818	0	-0.57399	3.166667	2	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United State of America (USA)
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	2	-0.42609	0	2.222222	0	0	-1	0	0	2
2014	2	0.666667	0	-0.25	0	0	0.708333	0	0	0
2013	-1	-0.48889	0	3.8	0	0	23	0	0	0
2012	2	1.87234	0	4	0	0	-0.66667	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United State of America (USA)
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-1	-0.18478	0	-1	0	0	0	0	0	0
2014	2	1.044444	0	-0.8	0	0	0	0	0	0
2013	-1	-0.38356	0	1.857143	0	0	0	0	0	0
2012	2	0.237288	0	0.75	0	0	0	0	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United State of America (USA)
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	0.666667	-0.12209	0	1.666667	0	0	1	0	0	0.5
2014	2	-0.06522	0	-0.2	0	0	-0.5	0	0	-0.33333
2013	-1	-0.56086	0	0.363636	0	0	-0.66667	0	0	2
2012	-0.7	0.378289	0	0.1	0	0	0	0	0	-1

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara United State of America (USA)
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.76923	1	0	1.8	0	0	0	0	0	0
2014	5.5	-0.68	0	2	0	0	-1	0	0	0
2013	-0.625	-0.21875	0	-1	-1	0	2	0	0	0
2012	2	-0.75573	0	0	2	0	-1	0	0	-1

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Vietnam
Produk Teh Hijau Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	2	-1	5.478261	-0.51481	2.124464	0	0	0	-1	0
2014	-1	-0.83333	1.875	0.071429	0.341651	0	0	0	2	0
2013	5	2	2	1.545455	1.06746	0	0	0	0	0
2012	-0.83333	-1	-1	1.675676	-0.80704	0	0	-1	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Vietnam
Produk Teh Hijau Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.15686	2.604651	-0.15596	0.816594	1.211762	-1	0	0	-1	0
2014	-0.20667	-0.55208	0.507042	-0.29969	-0.00457	2	0	0	2	0
2013	1.184466	0	2.120879	-0.58291	0.256673	-1	0	0	0	-1
2012	-0.2342	-0.16522	0.373585	0.704348	-0.39984	2	0	-1	0	2

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Vietnam
Produk Teh Hitam Curah

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.9717	-1	-0.72727	0	-0.51824	0	0	0	0	0
2014	25.5	0	-0.35294	0	-0.29019	0	0	0	0	0
2013	-0.87097	2	3.25	-1	2.401989	0	0	0	0	0
2012	-0.87843	-1	-0.5	-0.9127	-0.6318	0	0	-1	0	0

Hasil Hitungan (g_{ij}) Negara Vietnam
Produk Teh Hitam Kemasan

Tahun	Negara Pengimpor									
	Russian	United Kingdom (UK)	United State of America (USA)	United Arab Emirate (UAE)	Pakistan	Kenya	Egypt	Iran	Afganistan	Morocco
2015	-0.01089	0.343612	0.020782	-0.08679	-0.57047	-1	-0.49222	0	-1	0
2014	-0.1584	-0.25083	0.147155	0.035703	-0.0722	-0.46667	0.973995	0	2	0
2013	-0.09663	-0.68601	0.663598	0.390074	0.256209	-0.34498	-0.43069	0	0	0
2012	-0.24142	0.113033	-0.01213	-0.29432	0.093315	2	-0.44428	-1	0	0

Lampiran 7

Negara-negara Pengimpor Teh Di Dunia

Importers	2011		2012	2013	2014	2015
	Imported quantity	Unit	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons	Imported quantity, Tons
World	1,853,519	Tons	2,024,302	1,990,723	2,026,339	1,886,504
Russian Federation	187,770	Tons	180,486	173,070	172,607	173,065
Pakistan	119,231	Tons	122,304	121,900	150,948	164,642
United Kingdom	154,602	Tons	144,077	137,615	128,118	135,227
United States of America	127,541	Tons	125,594	130,162	129,237	129,697
Kenya	7,687	Tons		12,666	113,762	96,974
Egypt	100,423	Tons	109,379	104,697	103,252	87,946
Afghanistan	63,224	Tons	135,644	81,979	85,077	72,362
Morocco	65,840	Tons	53,078	57,308	58,995	65,808
Iran, Islamic Republic of	56,271	Tons	73,617	122,939	64,740	59,068
United Arab Emirates			123,193	147,875	149,112	43,621
Saudi Arabia	33,746	Tons	33,862	34,623	37,453	36,575
Poland	48,779	Tons	32,816	32,257	35,445	34,299
Iraq	25,761	Tons	28,031	19,674	35,082	32,464
Japan	42,013	Tons	37,773	36,157	32,966	30,599
Taipei, Chinese	29,268	Tons	29,918	30,203	32,376	29,934
Kazakhstan	28,775	Tons	33,413	32,935	31,098	28,588
Uzbekistan	23,739	Tons	29,792	26,718	20,899	28,031
South Africa	24,052	Tons	24,078	25,563	26,997	26,052
China	13,952	Tons	18,464	19,599	22,553	22,864
Netherlands	19,810	Tons	18,848	37,387	24,150	22,845
Chile	22,671	Tons	21,699	20,867	21,527	21,331
Malaysia	19,331	Tons	18,242	19,719	26,351	21,284
France	18,108	Tons	17,940	18,870	16,960	20,676
India	22,161	Tons	21,257	19,755	23,177	20,425
Ukraine	25,750	Tons	26,038	26,069	20,877	18,320
Canada	19,174	Tons	18,034	18,490	18,905	18,084
Belgium	16,600	Tons	15,655	17,455	18,108	17,755
Libya, State of	9,412	Tons	22,541	7,507	16,934	15,684
Indonesia	19,812	Tons	24,397	20,580	14,662	15,164

Sumber: *International Trade Center*, (2016).