

## DETERMINAN VOLUME EKSPOR KOMODITAS TEH INDONESIA: ANALISIS PENDEKATAN *GRAVITY MODEL OF TRADE*

I Gusti Ayu Manik Pratiwi<sup>1</sup>, I Putu Hedi Sasrawan<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana  
ayumanikpratiwi04@gmail.com<sup>1</sup>, hedi.sasrawan@unud.ac.id<sup>2\*</sup>

### ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk melihat bagaimana GDP negara tujuan, jarak geografis, populasi, dan indeks keterbukaan perdagangan negara tujuan secara bersamaan dan parsial memengaruhi volume ekspor teh Indonesia. Data dari lima negara tujuan ekspor utama (Malaysia, Pakistan, India, Tiongkok, dan Jepang) digunakan sebagai data sekunder selama periode 2015–2024, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel secara bersamaan secara signifikan memengaruhi volume ekspor teh. GDP negara tujuan memiliki efek positif yang tidak signifikan terhadap volume ekspor teh Indonesia secara parsial. Tetapi jarak geografis, populasi, dan indeks keterbukaan perdagangan memiliki dampak negatif dan signifikan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa strategi ekspor teh Indonesia perlu diarahkan pada efisiensi logistik ke negara-negara terdekat, pemetaan *trade dependency ratio* negara importir, serta mendorong transformasi produk dari teh curah menuju teh olahan bernilai tambah tinggi.

**Kata Kunci:** Teh, Ekspor, Model Gravitasi, Perdagangan Internasional

### ABSTRACT

*This study was conducted to analyze how the GDP of destination countries, geographical distance, population size, and the trade openness index of destination countries, both collectively and individually influence the volume of Indonesian tea exports. Data from the five main export destination countries (Malaysia, Pakistan, India, China, and Japan) were used as secondary data for the period 2015–2024, employing a quantitative approach via panel data regression. The results of the analysis indicate that all variables collectively have a significant effect on tea export volume. The destination country's GDP has a non-significant positive effect on Indonesia's tea export volume when analyzed individually. However, geographical distance, population size, and the trade openness index have a significant negative impact. These findings imply that Indonesia's tea export strategy needs to be directed at logistical efficiency to nearby countries, mapping the trade dependency ratio of importing countries, and encouraging product transformation from bulk tea to high value added processed tea.*

*Keywords:* Tea, Export, Gravity Model Of Trade, International Trade

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh perdagangan internasional, terutama mengingat semakin ketatnya persaingan di pasar dunia (Sadiah & Ginting, 2024). Proses pembelian dan penjualan barang dan jasa antar negara disebut sebagai perdagangan internasional (Zaki *et al.*, 2024). Perdagangan internasional meliputi meliputi impor dan ekspor. Salah satu pendorong utama dalam pembangunan ekonomi adalah ekspor karena karena mampu meningkatkan devisa negara, memperluas pasar produksi domestik, ataupun menciptakan lapangan kerja (Zhang *et al.*, 2024). Salah satu negara yang ekonominya sangat bergantung pada ekspor adalah Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia menjadikan kebijakan ekspor sebagai salah satu instrumen

utama untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional.

Dewi *et al.* (2020) menyatakan bahwa kebijakan ekspor di Indonesia diarahkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui perluasan pasar internasional dan peningkatan daya saing produk domestik. Sektor utama industri ekspor Indonesia adalah sektor migas dan nonmigas. Sektor nonmigas merupakan sektor potensial bagi perdagangan Indonesia dikarenakan struktur ekspor Indonesia masih didominasi oleh sektor nonmigas yang menjadi sumber penerima devisa dan penggerak aktivitas produksi nasional (Harahap & Widyastutik, 2020).

Pengembangan ekspor difokuskan pada peningkatan perdagangan komoditas nonmigas karena Indonesia memiliki sumber daya gas alam dan minyak yang terbatas (Sasmitha & Jember,



2020). Indonesia menawarkan beragam komoditas dengan potensi pertumbuhan besar dalam upaya meningkatkan ekspor. Komoditas yang dihasilkan sektor pertanian memiliki peluang besar untuk

diolah menjadi produk bernilai tambah tinggi sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan devisa melalui perdagangan internasional.

**Tabel 1**

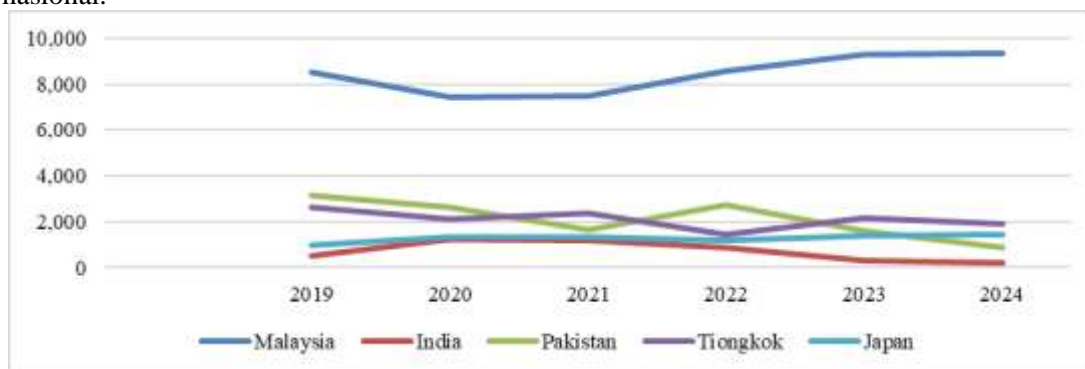
**Volume Ekspor Lima Komoditas Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Berdasarkan Kode HS Tahun 2019-2024**

Komoditas (Kode HS)	Volume Ekspor (Ton)						Rerata Growth (%)
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kakao (1801)	30.835	210.634	22.280	24.603	14.451	13.182	<b>77,48</b>
Cengkeh (0907)	25.990	47.765	20.139	9.481	13.934	51.983	<b>53,57</b>
Vanili (0905)	261	363	346	395	173	257	<b>11,48</b>
Moluska (0307)	157.156	147.461	172.742	166.341	161.339	204.325	<b>4,88</b>
Teh (0902)	42.811	45.077	42.658	44.632	35.990	34.005	<b>-5,50</b>

Sumber: *International Trade Center*, 2026

Komoditas teh dengan kode HS 0902, memperlihatkan fluktuasi cenderung menurun tiap tahunnya. Penurunan ini perlu diteliti karena terjadi pasca pandemi covid-19. Disisi lain, produksi teh Indonesia meningkat dengan laju pertumbuhan 2,05% pada tahun 2024, namun peningkatan produksi tersebut tidak diiringi dengan peningkatan volume ekspor (BPS Indonesia, 2024). Didukung oleh Ariandi *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa teh merupakan produk dari sektor perkebunan Indonesia yang unggul sehingga dapat diekspor hingga pasar internasional.

Nursodik *et al.*, (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa teh merupakan satu di antara minuman tradisional serta merupakan produk konsumsi massal dan bagian dari kebiasaan rumah tangga, selain itu disoroti juga bahwa fenomena konsumsi teh di Indonesia tergolong rendah dengan tren konsumsi menurun, yang mana permintaan domestik tidak tumbuh sejalan dengan jumlah produksi teh. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah produksi dan tren konsumsi menurun tidak sejalan dengan peningkatan volume ekspor.



**Gambar 1. Volume Ekspor Komoditas Teh Indonesia ke Negara Importir Tahun 2019-2024 (ton)**

Sumber: *International Trade Center*, 2026

Data menunjukkan bahwa ekspor teh Indonesia memegang pangsa pasar yang signifikan di pasar Asia, baik negara dengan kedekatan geografis maupun negara yang berjarak geografis relatif jauh dari Indonesia. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perdagangan teh Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kedekatan wilayah, tetapi juga oleh karakteristik ekonomi negara tujuan, seperti ukuran pasar, tingkat permintaan, dan keterbukaan perdagangan. Dengan struktur ekspor tersebut, pendekatan

gravity model of trade dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor teh Indonesia serta menjelaskan pola perdagangan teh Indonesia ke negara-negara importir.

Fokus penelitian dilakukan pada kelima negara importir (Malaysia, Pakistan, India, Tiongkok, dan Jepang) yang mana negara-negara tersebut secara konsisten merupakan negara tujuan dengan volume impor teh Indonesia terbesar berdasarkan data ITC (2026), dan secara

agregat menyerap rata-rata lebih dari 65% total volume ekspor teh Indonesia per tahunnya. Cakupan ini memastikan bahwa temuan penelitian merepresentasikan struktur utama perdagangan teh Indonesia di tingkat internasional.

Volume ekspor teh Indonesia ke beberapa negara tujuan utama selama tahun 2019-2024 mengalami fluktuasi dan tidak selalu sesuai dengan perkiraan teori gravity model of trade. Gravity model of trade adalah teori ekonomi yang mengadopsi Newton's law of gravity untuk menjelaskan kekuatan hubungan perdagangan antara dua wilayah yang dianalogikan sebagai gaya tarik menarik antar objek, yang mana intensitasnya ditentukan secara linear oleh besarnya kapasitas ekonomi sebagai pengganti massa serta rentang jarak geografis yang memisahkan keduanya. Dengan kata lain, pendekatan ini menyatakan bahwa ukuran ekonomi (GDP/populasi) memengaruhi volume perdagangan antar dua negara secara positif, sementara jarak geografis memengaruhinya secara negatif. Artinya, semakin besar ukuran ekonomi dan semakin dekat jarak antarnegara, maka semakin tinggi intensitas perdagangan yang akan terjadi.

Namun, data yang ada menunjukkan bahwa model gravitasi dalam teori perdagangan tidak selalu sesuai dengan hubungan antara ukuran ekonomi, jarak geografis, dan volume ekspor. Sebagai contoh, India memiliki GDP yang lebih besar dan lebih dekat dengan Indonesia tetapi memiliki volume ekspor yang rendah dan tidak konsisten. Selain itu, Pakistan yang memiliki GDP lebih rendah dan lebih jauh dari Indonesia, justru memiliki volume ekspor yang cukup konsisten. Situasi ini menunjukkan bahwa perdagangan internasional tidak hanya ditentukan oleh jarak geografis, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat keterbukaan perdagangan, besarnya GDP, sistem politik, dan kualitas lembaga-lembaga pemerintah.

Penelitian oleh Putro et al. (2024) dalam penelitiannya menggunakan gravity model of trade telah menjelaskan analisis pengaruh determinan seperti GDP, jarak geografis, dan perjanjian perdagangan terhadap nilai ekspor komoditas teh ke 40 negara tujuan. Namun, penelitian ini belum sepenuhnya menunjukkan intensitas perdagangan sebenarnya dalam bentuk volume perdagangan karena fokusnya masih pada nilai ekspor dalam satuan moneter. Secara konseptual, gravity model of trade dikembangkan untuk menjelaskan arus atau volume perdagangan antarnegara melalui interaksi antara ukuran ekonomi, jarak geografis, dan faktor-faktor

makroekonomi lainnya (Letiã, 2024).

Hal ini menunjukkan bahwa ada celah penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut terkait penggunaan volume ekspor sebagai variabel dependen. Penggunaan volume ekspor sebagai variabel dependen dalam penelitian ini memiliki urgensi yang lebih tinggi dibandingkan nilai ekspor dalam satuan moneter. Pertama, harga teh di pasar internasional sangat fluktuatif yang rata-rata berfluktuasi 12-18% per tahun (FAO, 2023). Sehingga kenaikan nilai ekspor belum tentu mencerminkan peningkatan daya saing nyata, melainkan bisa jadi sekadar efek kenaikan harga. Volume ekspor merepresentasikan actual physical trade flow yang lebih akurat mengukur performa kompetitif.

Kedua, paradoks antara meningkatnya produksi dan turunnya ekspor hanya dapat terdeteksi melalui analisis berbasis volume. Jika menggunakan nilai ekspor, kenaikan harga global teh berpotensi menyembunyikan permasalahan struktural yang lebih mendasar. Ketiga, lebih dari 70% ekspor teh Indonesia merupakan teh curah yang bersaing terutama atas dasar kuantitas dan harga. Dalam hal ini, volume ekspor merupakan indikator kompetitif yang jauh lebih relevan karena menentukan pangsa pasar riil Indonesia. Penelitian oleh Zuhdi et al. (2022) juga mengonfirmasi bahwa daya saing ekspor teh Indonesia di negara-negara tujuan utama sejatinya merupakan masalah struktural volume, bukan semata nilai moneter.

Selain itu berkaitan dengan ketidaksesuaian antara prediksi gravity model of trade dan pola perdagangan yang sebenarnya, seperti tingginya volume ekspor ke negara-negara yang relatif jauh dan rendahnya volume ekspor ke negara-negara yang dekat, serta minimnya studi yang menggunakan volume ekspor teh sebagai variabel terikat. Penelitian ini dirancang untuk mengisi celah studi terdahulu, dengan fokus utama adalah menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial beberapa variabel yaitu GDP negara tujuan ( $X_1$ ), jarak geografis, ( $X_2$ ), populasi negara tujuan ( $X_3$ ), dan trade openness index negara tujuan ( $X_4$ ) terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah suatu bentuk kerja sama ekonomi antara negara dengan keuntungan langsung, seperti memenuhi kebutuhan masing-masing negara yang tentunya tidak dapat dicukupi oleh produksi domestiknya sendiri (Purba et al., 2023). Terlibatnya negara



dalam perdagangan internasional adalah untuk memberikan manfaat bagi negara tersebut.

Terdapat dua tujuan yang mendorong keterlibatan negara dalam perdagangan internasional. Pertama, setiap negara dapat melakukan perdagangan sesuai dengan keunggulan komparatifnya dikarenakan perbedaan yang ada di antara mereka. Kedua, tujuan dari perdagangan internasional adalah untuk mencapai skala ekonomi dalam produksi (Krugman et al., 2018).

### **Teori Gravity Model of Trade**

Gravity model of trade pertama kali diperkenalkan oleh Tinbergen pada tahun 1962 yang mengadopsi analogi dari hukum gravitasi Newton untuk menjelaskan pola arus perdagangan bilateral antarnegara. Dalam model ini, kekuatan hubungan perdagangan dianalogikan sebagai gaya tarik menarik antar objek, di mana ukuran ekonomi masing-masing negara meningkatkan intensitas perdagangan, sementara jarak geografis memengaruhinya secara negatif.

### **Konsep Ekspor**

Penjualan barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri ke negara lain disebut sebagai kegiatan ekspor. Ekspor adalah salah satu sektor penting sebagai penopang ekonomi suatu negara dengan pertukaran produk dan jasa melalui neraca perdagangan yang ada pada selisih antara ekspor dan impor, sehingga mampu menggambarkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

### **Konsep Gross Domestic Product (GDP)**

Nilai keseluruhan barang dan jasa yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi oleh suatu negara selama periode tertentu disebut sebagai GDP. GDP mencerminkan kemampuan ekonomi suatu negara dalam memenuhi permintaan barang dan jasa. Ketika semakin tinggi GDP suatu negara, maka akan semakin besar juga daya beli masyarakatnya (Indelman et al., 2022).

### **Konsep Jarak Geografis**

Jarak geografis merupakan jarak fisik antara dua wilayah atau negara yang mencerminkan perbedaan lokasi dan biaya transportasi serta distribusi dalam perdagangan internasional. Dalam perdagangan internasional, jarak geografis cenderung berpengaruh negatif terhadap intensitas perdagangan antarnegara (Krugman et al., 2018). Semakin jauh jarak antarnegara, maka biaya transaksi dalam perdagangan internasional barang dan jasa cenderung meningkat. Biaya transportasi untuk perdagangan antara dua negara juga akan meningkat seiring dengan bertambahnya jarak. (Cahyaningtiyas & Aminata, 2020).

### **Konsep Populasi**

Populasi merupakan jumlah penduduk yang ada pada suatu wilayah. Jumlah penduduk yang meningkat dapat meningkatkan permintaan untuk barang dan jasa, yang dapat menyebabkan peningkatan tingkat konsumsi di suatu negara. (Handayani et al., 2024). Dalam perdagangan internasional, populasi juga mencerminkan besarnya ukuran pasar karena negara dengan jumlah penduduk yang tinggi cenderung memiliki kebutuhan konsumsi yang lebih besar, sehingga dapat memengaruhi intensitas perdagangan bilateral antarnegara (Yeo & Deng, 2019). Sejalan dengan hal ini, pertumbuhan populasi di negara tujuan ekspor diharapkan dapat meningkatkan permintaan pasar sehingga mendorong intensitas perdagangan internasional.

### **Konsep Trade Openess Index**

Salah satu indikator untuk mengukur seberapa terbukanya suatu negara terhadap aktivitas perdagangan internasional adalah TOI. Indikator ini mencerminkan sejauh mana suatu negara terintegrasi dalam perdagangan global melalui aktivitas ekspor dan impor. Menurut Subekti (2022), keterbukaan perdagangan memberikan peluang bagi negara berkembang untuk memperluas akses pasar internasional, meningkatkan arus perdagangan, serta memperoleh insentif ekonomi yang lebih besar melalui peningkatan investasi, efisiensi produksi, serta daya saing ekspor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keterbukaan perdagangan suatu negara, maka semakin besar pula peluang terjadinya aktivitas perdagangan internasional antarnegara.

Berdasarkan teori-teori serta penelitian sebelumnya, disimpulkan bahwa terdapat hubungan di antara beberapa variabel yang memengaruhi volume ekspor komoditas teh Indonesia. Oleh karena itu, hubungan antar variabel-variabel tersebut, membentuk hipotesis penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut.

$H_0$  : GDP negara tujuan ( $X_1$ ), jarak geografis ( $X_2$ ), populasi negara tujuan ( $X_3$ ), serta trade openness index negara tujuan ( $X_4$ ) berpengaruh simultan terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ).

$H_1$  : GDP negara tujuan ( $X_1$ ), jarak geografis ( $X_2$ ), populasi negara tujuan ( $X_3$ ), serta trade openness indeks ( $X_4$ ) negara tujuan berpengaruh signifikan serta positif terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ). Sedangkan jarak geografis berpengaruh signifikan serta negatif terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ).



**METODE PENELITIAN**

Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan bentuk asosiatif, serta teknik analisis regresi data panel untuk menguji pengaruh dari variabel GDP negara tujuan ( $X_1$ ), jarak geografis ( $X_2$ ), populasi negara tujuan ( $X_3$ ), serta variabel *trade openness index* ( $X_4$ ) terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ). Penelitian dilakukan di Indonesia ke lima negara importir utama komoditas teh yaitu Malaysia, Pakistan, India, Tiongkok, dan Jepang. Menggunakan data berupa data panel selama periode 2015-2024 dengan total pengamatan sebanyak 50 sampel. Digunakan data sekunder yang diperoleh dari BPS Indonesia, *International Trade Center*, *World Bank Open Data*, dan CEPII yang diperoleh dengan metode observasi *non partisipan*.

Data variabel yang digunakan dalam penelitian ini mencakup volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ) ke lima negara, GDP lima negara tujuan importir ( $X_1$ ), jarak geografis antara ibu kota Indonesia (Jakarta) dengan ibu kota masing-masing negara tujuan ( $X_2$ ) yang diukur menggunakan metode *great-circle distance*, populasi lima negara importir ( $X_3$ ), dan TOI lima negara importir ( $X_4$ ).

Analisis regresi data panel yang digunakan akan meliputi uji *Lagrange Multiplier* (LM) untuk menentukan model estimasi yang paling tepat untuk hasil regresi diantara *Common Effect Model* (CEM) atau *Random Effect Model* (REM). Untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan dasar analisis regresi serta hasil analisisnya valid, akan dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, dan pengujian heteroskedastisitas. Kemudian untuk mengetahui pengaruh dari koefisien regresi secara simultan akan dilakukan pengujian F dan untuk mengetahui pengaruh koefisien regresi secara parsial akan dilakukan pengujian t. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak STATA 17. Berikut persamaan fungsi regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

$$\ln Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln X_{1it} + \beta_2 \ln X_{2it} + \beta_3 \ln X_{3it} + \beta_4 \ln X_{4it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Volume ekspor komoditas teh Indonesia(ton)

$\beta_0$  = Konstanta

$X_{1it}$  = GDP negara tujuan (USD)

$X_{2it}$  = Jarak geografis (km)

$X_{3it}$  = Populasi negara tujuan (jiwa)

$X_{4it}$  = *Trade openness index* negara tujuan (persen)

$\beta_{(1..4)}$  = Koefisien regresi masing-masing var X

$\ln$  = Bentuk logaritma natural

$\varepsilon$  = *Error term*

**PEMBAHASAN**

**Tabel 2. Hasil Pengujian LM**

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects	
Estimated result:	
chibar2(01) =	<b>0,00</b>
Prob > chibar2 =	<b>1,0000</b>

Sumber: Data diolah STATA 17

Dengan nilai prob > chibar2 lebih besar dari taraf nyata sebesar 5% ( $1,0000 > 0,05$ ), maka digunakan model estimasi yaitu *Common Effect Model* (CEM).

**Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas**

Shapiro-Francia W' test for normal data					
Var	Obs	W'	V'	z	Prob > z
Resid	50	0,97986	1,049	0,091	0,46368

Sumber: Data diolah STATA 17

Dapat diketahui bahwa nilai prob > z pada model estimasi melebihi taraf nyata 5% ( $0,46368 > 0,05$ ), berarti residual telah berdistribusi normal.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Multikolinearitas**

Variable	VIF	1/VIF
ln_GDPj	2,75	0,363245
ln_Distance	1,23	0,813606
ln_Population	1,82	0,549578
ln_TOI	1,87	0,535781
Mean VIF	1,92	

Sumber: Data diolah STATA 17

Dapat diketahui jika tiap variabel mempunyai nilai VIF di bawah 10, yang memiliki arti bahwa model tersebut tidak terkena gejala multikolinearita

**Tabel 5. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

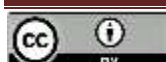
Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity	
Variable: Fitted values of ln_Export	
$H_0$ : Constant variance	
chi2(1) =	3,49
Prob > chi2 =	0,0616

Sumber: Data diolah STATA 17

Dapat diketahui bahwa nilai prob > cbi2 diatas dari taraf nyata 5% ( $0,016 > 0,05$ ), artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model.

**Tabel 6. Hasil Pengujian F**

R-squared	0,6045	F-Statistic	17,20
-----------	--------	-------------	-------



Adjusted R-Squared	0,5694	Prob (F-Statistic)	0,0000
Root MSE	0,62769		

Sumber: Data diolah STATA 17

Pada uji F hasil menunjukkan bahwa prob F-statistik lebih kecil dari taraf nyata 5% ( $0,0000 < 0,05$ ) dengan  $F_{hitung} 17,20 > F_{tabel} 2,58$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel GDP negara tujuan ( $X_1$ ), jarak geografis ( $X_2$ ), populasi negara tujuan ( $X_3$ ), dan *trade openness*

*index* negara tujuan ( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia ( $Y$ ).

Dengan hasil R-Squared sebesar 0,6045 yang memiliki arti 60,45 persen variasi dari volume ekspor komoditas teh Indonesia dipengaruhi oleh variasi GDP negara tujuan, jarak geografis, populasi negara tujuan, serta *trade openness index* negara tujuan, sedangkan sisanya 39,55 persen dipengaruhi oleh sejumlah variabel-variabel lainnya diluar dari model penelitian

**Tabel 7. Hasil Pengujian Uji t**

Hasil Estimasi Common Effect Model (CEM)				
Variabel	Koefisien	Std. Error	t-hitung	Nilai p
ln_GDPj	0,1066162	0,0985576	1,08	0,285*
ln_Distance	-0,636042	0,1731368	-3,67	0,001***
ln_Population	-0,2859208	0,0832247	-3,44	0,001***
Ln_TOI	-0,4438392	0,1377771	-3,22	0,002***
C	12.10705	2.156742	5,61	0,000***

Catatan: \*\*\* = signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ; \* = tidak signifikan,  $R^2 = 0,6045$ ;  $F = 17,20$ ;  $Prob(F) = 0,0000$ ;  $n = 50$

Sumber: Data diolah STATA 17

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, jika melihat nilai signifikansi setiap variabel, maka variabel indepenen yang berpengaruh signifikan secara parsial (nilai p < taraf nyata lima persen ) terdapat variabel dependen adalah variabel jarak geografis (ln\_Distance), populasi negara tujuan (ln\_Population) dan *trade openness index* negara tujuan (ln\_TOI). Sementara itu variabel GDP negara tujuan (ln\_GDP) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y secara parsial.

Pembahasan

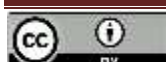
**Pengaruh GDP Negara Tujuan ( $X_1$ ) terhadap Volume Ekspor Komoditas Teh Indonesia ( $Y$ ).**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0,285 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1,08 < t_{tabel} 2,014$  dan disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y ke negara tujuan utama. Sejalan dengan penelitian Lestari & Aisyah (2024), juga turut menemukan bahwa volume ekspor rumput laut tidak terpengaruh secara signifikan oleh GDP negara tujuannya.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa GDP sebagai indikator makroekonomi hanya mencerminkan ukuran ekonomi suatu negara secara agregat, namun belum mampu menggambarkan pola permintaan impor terhadap komoditas tertentu secara spesifik. Dalam perdagangan teh, GDP negara tujuan tidak selalu menjadi indikator utama permintaan, karena permintaan lebih dipengaruhi oleh preferensi

konsumen dan dalam ekonomi mikro hal tersebut dibentuk dari selera pribadi, pendidikan, maupun budaya. Dengan kata lain, negara dengan GDP tinggi belum tentu memiliki permintaan tinggi terhadap teh Indonesia apabila produk tersebut tidak sesuai dengan preferensi konsumsi domestiknya.

Dari kelima negara importir teh Indonesia, Malaysia merupakan pasar yang paling cocok untuk teh ekspor Indonesia. Konsumen Malaysia yang terdiri dari etnis Melayu, Tionghoa, dan India memiliki permintaan tinggi terhadap teh hitam curah untuk campuran minuman populer seperti teh tarik dan *milk tea*. Sementara itu, Pakistan adalah pasar yang menjanjikan namun kompetitif. Berdasarkan data dari ITC, Pakistan merupakan salah satu dari tiga importir teh terbesar di dunia dengan konsumsi yang meningkat dua kali lipat sejak 2009 (*Tea & Coffee Trade Journal*, 2024), didorong oleh tradisi minum teh yang sangat kuat (*chai culture*). Namun, konsumen Pakistan memiliki preferensi kuat terhadap teh hitam berkarakter rasa yang kuat dan pekat, yang lebih cocok dengan teh dari Kenya dan Sri Lanka. Sementara itu, India merupakan pasar yang secara struktural tidak menguntungkan bagi ekspor teh Indonesia. Data dari BPS Indonesia (2024) menunjukkan bahwa India adalah produsen teh terbesar kedua di dunia. Dengan tradisi konsumsi yang sangat kuat terhadap teh produksi lokal, terutama Assam *tea* dan Darjeeling *tea* yang memiliki *Geographical*



*Indication* sangat kuat. Disisi lain Tiongkok merupakan pasar yang paling sulit ditembus oleh teh Indonesia. Tiongkok adalah produsen dan konsumen teh terbesar di dunia, dengan budaya teh (*green tea*, oolong, pu'er, *white tea*) yang sangat beragam, yang mana produk teh curah Indonesia tidak memiliki kecocokan karakteristik dengan preferensi ini. Kemudian, Jepang adalah pasar yang memiliki peluang pada segmen tertentu namun sangat selektif. Jepang memiliki preferensi yang sangat kuat terhadap teh hijau lokal (*matcha*, *sencha*, *gyokuro*).

Sebagai contoh, data dari ITC sepuluh tahun terakhir memperkuat temuan ini yang mana Malaysia dengan GDP terkecil diantara negara tujuan lainnya berkisar 0,30 hingga 0,40 miliar USD justru mencatat permintaan ekspor yang sangat tinggi yakni antara 7.000 hingga 9.000 ton per tahunnya. Sebaliknya, permintaan dari Tiongkok per tahunnya hanya sebesar 1.000 hingga 2.000 ton, dengan GDP yang terus meningkat dari 11,28 triliun USD pada tahun 2015 menjadi 18,74 triliun USD pada tahun 2024.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa meskipun arah hubungan antara GDP negara tujuan dengan volume ekspor bersifat positif, variabel tersebut bukan faktor yang kuat secara statistik untuk menjelaskan sejumlah variasi dari ekspor komoditas teh Indonesia ke negara tujuan utama.

### **Pengaruh Jarak Geografis ( $X_2$ ) terhadap Volume Ekspor Komoditas Teh Indonesia ( $Y$ ).**

Hasil analisis regresi memperlihatkan jika variabel  $X_2$  mempunyai nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} -3,67 > t_{tabel} 2,014$  sehingga bisa ditarik kesimpulan jika variabel  $X_2$  memberikan pengaruh signifikan terhadap  $Y$  ke negara tujuan utama. Koefisien regresi variabel  $X_2$  memperlihatkan tanda yang negatif dan dengan nilai yang mencapai 0,636042, berarti jika asumsi variabel lainnya tetap, ini berarti bahwa volume ekspor komoditas teh Indonesia akan turun 0,63% jika jarak antara Indonesia dan negara importir meningkat 1%.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Narsudin (2023), yang menemukan bahwa variabel jarak geografis berpengaruh negatif signifikan terhadap volume dari ekspor ikan tuna Indonesia ke negara importir. Selain itu temuan penelitian ini juga mendukung hipotesis penelitian, bahwasanya jarak geografis memiliki pengaruh negatif serta signifikan terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia.

Selain itu, temuan ini juga sesuai dengan teori *gravity model of trade* yang menyatakan bahwa

intensitas perdagangan antarnegara akan cenderung menurun seiring dengan bertambahnya jarak geografis. Sejumlah negara yang mempunyai jarak wilayah berdekatan cenderung memiliki biaya yang rendah dalam hal transportasi serta logistik sehingga hal tersebut mendorong terjadinya ekspor berskala besar. Selain itu, negara-negara dengan jarak geografis yang lebih dekat memungkinkan pengiriman yang lebih cepat dan efektif.

### **Pengaruh Populasi Negara Tujuan ( $X_3$ ) terhadap Volume Ekspor Komoditas Teh Indonesia ( $Y$ )**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel  $X_3$  mempunyai nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung} -3,44 > t_{tabel} 2,014$  jadi dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_3$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y$  ke negara tujuan utama. Koefisien regresi dari variabel  $X_3$  memberikan nilai yang negatif sebesar 0,2859208 yang menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel lain tetap, sebesar 1% peningkatan populasi negara importir akan menyebabkan penurunan sebesar 0,28% volume ekspor teh Indonesia. Tetapi hasil yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa populasi negara tujuan adalah salah satu variabel yang menentukan volume ekspor komoditas teh Indonesia.

Secara teoritis, jumlah populasi negara tujuan diasumsikan dapat meningkatkan permintaan konsumsi dan mendorong peningkatan perdagangan internasional. Namun, ternyata tidak semua penelitian menemukan hubungan positif antara populasi negara tujuan dengan volume ekspor. Dalam beberapa kasus, populasi negara tujuan justru berkorelasi negatif dengan volume ekspor. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairunisa & Ervani (2024), yang menemukan jika populasi negara tujuan memberikan pengaruh negatif serta signifikan pada volume ekspor feronikel Indonesia.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan korelasi negatif antara populasi negara tujuan dengan volume ekspor komoditas teh Indonesia. Pertama, dari perspektif perdagangan internasional terdapat fenomena yang disebut *home market effect*, dimana negara dengan populasi besar cenderung memiliki industri domestik yang lebih kompetitif dan mampu memenuhi permintaan lokal, sehingga mengurangi ketergantungan pada impor untuk komoditas yang diproduksi secara lokal. Dalam konteks ekspor teh Indonesia, mekanisme ini sangat relevan. India dan Tiongkok merupakan

produsen teh terbesar di dunia secara berturut-turut berada di urutan pertama dan kedua (BPS Indonesia, 2024). FAO (2023) juga mengungkapkan bahwa produksi teh India sebesar 1,365 juta ton per tahun, dengan kurang dari 17% tersedia untuk ekspor, sisanya diserap konsumsi domestik. Disisi lain Tiongkok memproduksi 3,181 juta ton teh per tahun dengan 88% di antaranya diserap oleh pasar domestik (*Tea & Coffee Trade Journal*, 2024). Dengan kata lain, semakin besar populasi negara tujuan yang juga merupakan produsen teh, semakin kecil peluang ekspor teh Indonesia ke sana karena permintaan domestiknya dipenuhi secara mandiri oleh industri lokal.

Fenomena ini diperkuat diperkuat oleh kajian Langford (2021) yang menjelaskan bahwa ekspansi domestik India yang pesat telah mentransformasi struktur industri teh, di mana rantai nilai semakin berorientasi ke dalam negeri alih-alih ke ekspor. Kondisi serupa berlaku di Tiongkok, di mana budaya teh yang sangat kuat (*green tea*, oolong, pu'er) menciptakan permintaan domestik yang tidak dapat disubstitusi oleh teh curah impor. Dengan demikian, *home market effect* secara langsung mengeliminasi ruang bagi ekspor teh Indonesia ke negara-negara berpenduduk besar yang sekaligus merupakan produsen teh.

Kedua, dikarenakan dominasi permintaan industri atas permintaan konsumen akhir. Sebagian besar ekspor teh Indonesia adalah teh curah yang merupakan barang setengah jadi, sehingga permintaannya bersifat *derived demand* dari sektor industri pengolahan, jadi bukan dari konsumen akhir secara langsung. Negara dengan populasi besar yang juga memiliki industri pengolah teh yang mapan tidak serta-merta meningkatkan impor teh curah dari Indonesia karena kapasitas produksi domestik mereka sudah mencukupi.

Ketiga, preferensi konsumen yang tidak berkorelasi dengan besarnya populasi. Pola konsumsi teh sangat dipengaruhi oleh faktor budaya dan historis. Sebagai contoh, Malaysia meskipun berpenduduk kecil, memiliki tingkat konsumsi per kapita teh yang tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu budaya minum teh tarik, tingginya konsumsi *milk tea*, berkembangnya *bubble tea* dan *speacialty tea*, namun produksi teh domestiknya menurun signifikan yang disebabkan oleh serangan penyakit dan kesuburan tanah yang rendah, sehingga Malaysia sangat bergantung pada impor teh (Pakri et al., 2024). Disisi lain berdasarkan data dari ITC, Pakistan

merupakan importir terbesar teh di dunia yang mana Pakistan memiliki cukup banyak kendala dalam budidaya teh meliputi iklim, frekuensi curah hujan, jenis lahan, kemiringan lahan, ketersediaan input, benih dan pupuk, serta tenaga kerja yang tidak terlatih (Rameeza & Eun, 2022). Negara-negara inilah yang menjadi pasar utama teh Indonesia, bukan karena populasinya besar, melainkan karena *trade dependency ratio*-nya yang tinggi terhadap impor teh.

Data dari ITC juga memperkuat hasil penelitian ini bahwa negara dengan populasi kecil seperti Malaysia justru mencatat volume ekspor paling besar berkisar 7.000 hingga 9.000 ton per tahunnya. Sementara negara dengan populasi besar seperti Tiongkok justru mengalami penurunan impor teh dari Indonesia. Dengan beberapa fakta tersebut, sangat memungkinkan jika hubungan antara populasi negara tujuan dengan volume ekspor komoditas teh Indonesia negatif, namun temuan yang signifikan menunjukkan bahwa populasi negara tujuan adalah salah satu faktor yang memengaruhi volume ekspor komoditas teh Indonesia ke negara importir. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa untuk komoditas teh Indonesia, *trade dependency* dan *home market capacity* jauh lebih relevan sebagai prediktor volume ekspor dibandingkan besarnya populasi semata.

#### **Pengaruh Trade Openness Index Negara Tujuan (X<sub>4</sub>) terhadap Volume Ekspor Komoditas Teh Indonesia (Y)**

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel X<sub>4</sub> memiliki nilai probabilitas  $0,002 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} -3,22 > t_{tabel} 2,014$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X<sub>4</sub> berpengaruh signifikan terhadap Y ke negara tujuan utama. Koefisien regresi variabel X<sub>4</sub> yang menunjukkan tanda negatif sebesar 0,137771 memberikan arti jika asumsi variabel lain konstan, peningkatan *trade openness index* yang sebesar 1% pada negara tujuan bisa memangkas 0,13% volume ekspor dari komoditas teh Indonesia menuju negara importir. Hasil yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa *trade openness index* negara tujuan adalah salah satu variabel yang menentukan volume ekspor komoditas teh Indonesia.

Dalam teori ekonomi klasik maupun neoklasik, keterbukaan perdagangan dianggap meningkatkan alokasi sumber daya, memperluas skala produksi, mempercepat adopsi teknologi, serta meningkatkan persaingan ekspor. Oleh karena itu, umumnya diharapkan jika sebuah



negara bisa lebih membuka peluang dagang yang ada, maka ekspor akan meningkat. Namun ternyata tidak semua penelitian menemukan hubungan positif antara *trade openness index* dengan volume ekspor. Dalam beberapa kasus, indeks keterbukaan perdagangan justru berkorelasi negatif dengan volume ekspor. Hasil pada penelitian ini selaras dengan hasil dari penelitian Elisabeth & Budiningsih (2025), yang menemukan bahwa semakin tinggi *trade openness index* maka akan menurunkan volume ekspor industri TPT Indonesia.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan korelasi negatif ini terjadi. Pertama, negara dengan TOI tinggi berarti memiliki akses yang luas terhadap berbagai sumber impor dari seluruh dunia, sehingga meningkatkan persaingan di antara pemasok. Dalam konteks teh, Indonesia menghadapi persaingan langsung dari Sri Lanka yang mengekspor teh curah dengan harga terendah di dunia sekitar 4 USD per 85 kg (Pilapitiya & De Silva, 2021). Semakin terbuka suatu negara, semakin besar kemungkinan terjadinya *trade diversion* dimana Indonesia kehilangan *order* ke pemasok yang lebih kompetitif. Konsep ini selaras dengan implikasi model Armington yang dikembangkan pada tahun 1969 bahwa keterbukaan perdagangan meningkatkan elastisitas substitusi pemasok.

Sebagai contoh, Pakistan sebagai negara dengan TOI yang sangat tinggi akan melakukan impor teh. Dalam kerangka Armington, negara ini memiliki fungsi utilitas yang mempertimbangkan teh dari berbagai asal negara sebagai *imperfect substitutes*. Ketika TOI Pakistan tinggi, artinya tarif impor rendah dan prosedur bea cukai efisien, maka biaya relatif untuk mengakses pemasok alternatif seperti Sri Lanka menjadi sangat rendah. Kemudian, jika harga FOB teh curah Indonesia sedikit lebih tinggi dari Sri Lanka akibat inefisiensi produksi di perkebunan teh Indonesia, maka dalam model Armington, Pakistan akan mengoptimalkan pengeluarannya dengan menggeser proporsi pembelian ke Sri Lanka. Ini bukan berarti pembelian dari Indonesia menjadi nol, tetapi porsi pangsa pasar Indonesia akan tergerus secara proporsional sesuai dengan elastisitas substitusi. Hal ini bisa disebut sebagai Armington *elasticity* dan *driven trade diversion*, artinya karena barang dari tiap negara dianggap berbeda, maka ketika perdagangan makin terbuka pembeli bisa mengalihkan impor dari satu negara ke negara lain.

Selain itu penting pula diketahui bahwa negara-negara importir teh Indonesia pada

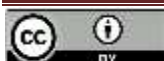
penelitian ini memiliki sejumlah perjanjian perdagangan dengan negara-negara lain selain dengan Indonesia, dengan kata lain mereka juga mendapat akses impor dari negara pesaing Indonesia. Dalam model Armington, perjanjian perdagangan tersebut dapat menurunkan harga relatif teh dari negara-negara pesaing dibandingkan Indonesia melalui pengurangan hambatan perdagangan, sehingga memperbesar elastisitas substitusi yang harus dihadapi Indonesia dalam perdagangan internasional.

Kemudian faktor kedua yang dapat menyebabkan korelasi negatif ini adalah masuknya produk teh olahan mengurangi kebutuhan teh curah Indonesia. Negara dengan TOI tinggi umumnya lebih terbuka terhadap produk jadi dan produk olahan, termasuk teh kemasan dan minuman siap saji. Masuknya produk teh kemasan dari merek global seperti Lipton dan Dilmah secara langsung mengurangi kapasitas serapan teh curah Indonesia. Pasar minuman teh berkembang pesat secara global, dengan Asia Pasifik disebut sebagai kawasan utama dan paling cepat tumbuh (Huda et al., 2024). Artinya, sebagian permintaan yang seharusnya berupa impor teh curah beralih ke impor produk jadi, mengurangi peluang ekspor teh curah Indonesia. Dengan demikian, temuan negatif TOI dalam penelitian ini bukan sebuah kesalahan statistik, melainkan mencerminkan realitas struktural bahwa keterbukaan pasar yang tinggi justru membuka persaingan yang merugikan Indonesia sebagai eksportir teh berbiaya relatif lebih tinggi dibanding negara pesaing seperti Sri Lanka.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini. Pertama, GDP negara tujuan, jarak geografis, populasi negara tujuan, dan *trade openness index* negara tujuan berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia secara simultan. Kedua, berdasarkan hasil analisis secara parsial GDP negara tujuan berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan jarak geografis berpengaruh negatif dan signifikan, disisi lain populasi negara tujuan dan *trade openness index* negara tujuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor komoditas teh Indonesia.

Terdapat sejumlah saran guna perbaikan dari hasil pengkajian ini. Pertama, dikarenakan GDP negara tujuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, artinya besarnya ekonomi negara tujuan tidak menjamin peningkatan volume



ekspor teh Indonesia, disarankan untuk tidak hanya mempertimbangkan tingginya daya beli suatu negara dalam menentukan pasar ekspor. Fokus sebaiknya diarahkan pada pola dan tren konsumsi serta kebutuhan spesifik produk teh di negara tujuan.

Kedua, dikarenakan jarak wilayah berpengaruh secara negatif serta signifikan, maka ekspansi pasar ekspor sebaiknya dipertimbangkan untuk diprioritaskan ke negara-negara yang lebih dekat secara geografis untuk meminimalisasi biaya logistik serta memaksimalkan efisiensi. Di luar itu, perlunya ekspansi pada infrastruktur logistik guna menekan pembiayaan kendaraan, khususnya jika ingin melakukan perluasan jangkauan pasar menuju sejumlah negara lain yang berlokasi jauh dari Indonesia.

Ketiga, berdasarkan hasil penelitian yang mana populasi negara tujuan berpengaruh signifikan namun negatif, Pemerintah khususnya melalui Kementerian Perdagangan dan *Indonesian Trade Promotion Center* perlu memetakan ulang prioritas negara tujuan ekspor teh dengan menggunakan indikator *trade dependency ratio* sebagai kriteria utama, bukan besarnya populasi atau GDP agregat. Negara-negara yang seharusnya diprioritaskan adalah yang memiliki konsumsi teh tinggi namun kapasitas produksi domestik yang rendah atau tidak ada sama sekali. Untuk negara-negara berpenduduk besar yang sekaligus merupakan produsen teh besar seperti India dan Tiongkok, strategi ekspor *mass commodity* teh curah jelas tidak efektif dan tidak akan pernah kompetitif karena *home market effect* bekerja sangat kuat di sana. Namun, ini bukan berarti Indonesia harus sepenuhnya meninggalkan pasar tersebut. Solusinya adalah *repositioning* produk dari *bulk commodity* ke *premium niche product* yang tidak bersaing langsung dengan produksi teh domestik negara tujuan. Mengingat bahwa permintaan teh curah Indonesia bersifat *derived demand* dari industri pengolah, maka strategi penetrasi pasar harus diarahkan langsung ke segmen industri yang tidak tercukupi oleh produksi domestik negara tujuan, bukan ke konsumen akhir secara massal.

Keempat, temuan bahwa *trade openness index* negara tujuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor teh Indonesia merupakan tanda struktural yang tidak bisa diabaikan. Pertama, Indonesia perlu segera keluar dari jebakan kompetisi harga di segmen teh curah. Selama Indonesia masih mengandalkan ekspor teh curah sebagai tulang punggung ekspor tehnya, maka keterbukaan perdagangan negara importir

justru akan terus menjadi ancaman. Ketika TOI Pakistan, Malaysia, atau negara importir lainnya meningkat, hambatan untuk beralih dari teh Indonesia ke pesaing lain menjadi semakin kecil. Konsekuensinya, pangsa pasar Indonesia tergerus bukan karena kualitas tehnya buruk, melainkan karena produknya mudah disubstitusi pada harga yang relatif lebih tinggi. Solusi terhadap ini bukan menekan harga lebih jauh, karena strategi tersebut hanya akan memeras margin petani dan memperburuk kesejahteraan sektor hulu, melainkan dengan mendorong transformasi struktural ke arah produk teh olahan dan teh bermerek yang memiliki *brand equity* tersendiri. Dengan kata lain, diferensiasi produk adalah cara paling efektif untuk keluar dari elastisitas substitusi yang merugikan Indonesia. Kedua, temuan ini mengharuskan pemerintah untuk mereposisi pendekatan diplomatik perdagangannya secara lebih asimetris dan kontekstual. Pemerintah Indonesia perlu mendorong akselerasi negosiasi perjanjian perdagangan bilateral secara lebih terarah, khususnya menjadikan komoditas teh sebagai salah satu *offensive interest* dalam setiap perundingan perdagangan dengan negara-negara yang selama ini menjadi importir utama. Tanpa preferensi tarif yang setara, daya saing teh Indonesia akan selalu berada pada posisi yang lebih lemah secara struktural meskipun kualitasnya ditingkatkan.

Kelima, bagi peneliti selanjutnya. Perlu diteliti kembali variabel-variabel yang secara teoritis maupun empiris berpotensi menjelaskan penurunan ekspor teh Indonesia secara lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan beberapa variabel seperti nilai tukar riil antara rupiah dan mata uang negara importir. Fluktuasi nilai tukar mempengaruhi harga relatif ekspor Indonesia di pasar internasional secara langsung. Variabel lain yang patut mendapat perhatian adalah harga teh internasional dari negara pesaing utama, khususnya Sri Lanka. Dalam banyak model gravitasi ekspor komoditas pertanian, harga substitusi dari pesaing merupakan variabel yang secara teoritis tidak bisa diabaikan. Kemudian variabel hambatan non-tarif khususnya SPS yang biasanya mengatur batas pestisida produk pangan yang seringkali menghambat ekspor komoditas pangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ariandi, Y., Baroh, I., & Ibrahim, J. T. (2019). Analisis Trend Ekspor Teh Indonesia.



- Journal of Agricultural Socioeconomics and Business, 02, 2622–6154.
- BPS Indonesia. (2025). Volume Ekspor Migas-NonMigas (Ribu Ton).
- Cahyaningtyas, D. P., & Aminata, J. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perdagangan Indonesia dengan Negara-Negara Anggota APEC. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 3(3), 219–233. <https://doi.org/10.14710/jdep.3.3.219-233>
- Elisabeth, C., & Budiningsih, N. K. (2025). Determinants of Export Volume in Indonesia's Textile and Textile Products Industry: An Analysis Using the Gravity Model. *Business and Investment Review (BIREV)*, 3(3), 2986–7347. <https://doi.org/https://doi.org/10.61292/birev.206>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2025). <https://www.fao.org/home/en>
- Handayani, S. A., Tampubolon, A. M., Kurnia, T., Siagian, A. P., & Rambe, R. (2024). The Influence of Population and GRDP on Community Consumption in North Sumatra Province. *Economic: Journal Economic and Business*, 3(4), 189–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.56495/ejeb.v3i4.710>
- Harahap, H., & Widyastutik. (2020). Diversifikasi Ekspor Non Migas Indonesia Ke Pasar Non Tradisional. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 14(2), 215–238. <https://doi.org/10.30908/bilp.v14i2.442>
- Huda, H., Majid, N. B. A., Chen, Y., Adnan, M., Ashraf, S. A., Roszko, M., Bryła, M., Kieliszek, M., & Sasidharan, S. (2024). Exploring the ancient roots and modern global brews of tea and herbal beverages: A comprehensive review of origins, types, health benefits, market dynamics, and future trends. *Food Science & Nutrition*, 12(10), 6938–6955.
- Indelman, Andrianus, F., & Kamarni, N. (2022). Faktor Penentu Ekspor Komoditi Kayu Manis Indonesia. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 22(1). <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v22i1.9254>
- Khairunisa, A., & Ervani, E. (2024). Analisis Daya Saing Ekspor Feronikel Indonesia dan Determinan yang Mempengaruhi Volume Ekspor di Empat Negara Tujuan Tahun 2006-2022. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 7(2), 468–482. <https://doi.org/10.20527/jiep.v7i2.1967>
- Krugman, Paul R., Obstfeld, Maurice, & Melitz, Marc J. (2018). *International Economics: Theory and Policy* (11th ed). Pearson Education. United States of America.
- Langford, N. J. (2021). From Global to Local Tea Markets: The Changing Political Economy of Tea Production within India's Domestic Value Chain. *Development and Change*, 52(6), 1445–1472. <https://doi.org/10.1111/dech.12652>
- Leitão, N. C. (2024). Gravity Model and International Trade: A Survey of the Literature. *Administrative Sciences*, 14(9), 1–16. <https://doi.org/10.3390/admsci14090219>
- Nursodik, H., Santoso, S. I., & Nurfadillah, S. (2022). Competitiveness of Indonesian Tea Export in Southeast Asia Markets. *SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian*, 16(1), 1–14. <https://doi.org/10.24843/soca.2022.v16.i01.p01>
- Pakri, M. A. M., Suhaimie, S., Amna, N. A., Mohammad Nor, Iah, & Rabu, M. R. (2024). Transformation of The Tea Industry in Malaysia.
- Pilapitiya, C., & De Silva, S. (2021). Innovative Value Addition in Tea (*Camellia sinensis*): A Comparative Analysis between Sri Lanka and Japan. *International Journal of Innovative Approaches in Agricultural Research*, 5(1), 17–36. <https://doi.org/10.29329/ijjaar.2021.339.2>
- Purba, A. M., C.L.S, A., Utami, M., Saparianti, N., Sinar, Tb. M., & Adlina, H. (2023). Teori Perdagangan Internasional: Pemahaman Konseptual dan Implikasinya Dalam Konteks Global. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8061593>
- Putra, I. W. E. D., & Narsudin. (2023). Analysis of Indonesian Tuna Fish Export to Twelve Main Destination Countries: A Panel Gravity Model. *Asian Journal of Business Environment*, 13(1), 31–41. <https://doi.org/10.13106/ajbe.2023.vol13.no1.31>
- Putro, F. A. D., Widyastutik, & Hidayat, N. K. (2024). Kinerja Ekspor Produk Teh Indonesia Di Pasar Internasional:



- Asesmen Perjanjian Perdagangan Indonesia.
- Rameeza, F., & Eun, J.-B. (2022). Production, Consumption, and Trading of Tea in Pakistan. *The Korean Tea Society*, 28(2), 45–51.
- Sadiyah, F. U., & Ginting, A. L. (2024). Pengaruh Perdagangan Internasional Ekspor Migas dan Non Migas terhadap Perdagangan di Indonesia. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 77.  
<https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3579>
- Sasmitha, G. D., & Jember, I. M. (2020). Pengaruh Kurs Usd Dan Tingkat Inflasi Terhadap Ekspor Buah-Buahan Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2002-2017. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 9(1), 262–290.
- Tea & Coffee Trade Journal. (2025).  
<https://www.teaandcoffee.net>
- Yeo, A. D., & Deng, A. (2019). The trade policy effect in international trade: case of Pakistan. *Journal of Economic Structures*, 8(1), 1–17.  
<https://doi.org/10.1186/s40008-019-0169-8>
- Zaki, E. N. D., Wafa, D. T., Ziddani, H., & Sapriani. (2024). Perdagangan Internasional. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 4(2), 143–150.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.203>
- Zhang, W., Saghaian, S., & Reed, M. (2024). Investigation of export-driving forces and trade potentials of the U.S. bourbon whisky industry. *Applied Economics*, 56(16), 1950–1970.  
<https://doi.org/10.1080/00036846.2023.2178626>
- Zuhdi, F., Rambe, K. R., & Rahmadona, L. (2022). Analysis of Competitiveness and Forecasting of Indonesian Tea Exports to Main Destination Countries. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 37(2), 240.  
<https://doi.org/10.24856/mem.v37i2.2888>
- Wardhani, A. A. (2023). Analisis Daya Saing Ekspors Teh Indonesia Di Pasar ASEAN Tahun 2017-2021 Dengan Pendekatan RCA, RSCA DAN ISP. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 350-360
- Riani, I. N., & Iryani, N. (2023). Analisis Pengaruh Pengeluaran Pemerintah, Ekspor, Dan Pembentukan Modal Tetap Bruto Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Barat. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 195-205
- Sihotang, J., Nopeline, N., Purba, M. L., & Zai, Y. (2024). Studi Determinan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(1), 77-88
- Widodo, A., & Syari'udin, A. (2024). Analisis Kontribusi Daya Saing Timah Nasional Di Pasar Global Terhadap Nilai Ekspor Indonesia. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(1), 135-141
- Sinaga, M., Zalukhu, R. S., Collyn, D., Hutauruk, R. P. S., & Harbain, H. (2025). Pengaruh Foreign Direct Investment (FDI), Cost of Production (COP), Dan Inflasi Terhadap Daya Saing Ekspor: Tinjauan Literatur. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(2), 527-534

