

**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI ROBUSTA LAMPUNG
DALAM PERSAINGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL**
(Studi Pada PT Surya Bumi Sentosa)

(Skripsi)

Oleh

**DANIEL TRIANTORO
NPM 2016051055**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF LAMPUNG ROBUSTA COFFEE BEAN IN THE EXPORT MARKET

By

DANIEL TRIANTORO

This study aims to determine the competitiveness of Lampung Robusta coffee bean in the international market, to see the competitive advantages of PT Surya Bumi Sentosa as a Lampung Robusta coffee bean production company, and to see the comparative advantages of Lampung Robusta coffee compared to other Robusta coffee producing areas in Indonesia. This type of research is descriptive research with a qualitative approach. Informants were selected using purposive techniques and the determination of the number of informants using snowball sampling. The techniques used to collect data were through in-depth interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used interactive data analysis and used triangulation of sources from various data validity. The results of qualitative research indicate that the Surya Bumi Sentosa company has a competitive advantage that is competitive with a high level of productivity supported by supporting factors owned by the company so that it produces quality coffee beans that are able to compete internationally. The results of the comparative advantage analysis using the RCA (Revealed Comparative Advantage) study show that the average value of the Lampung RCA index for 2019-2023 is 58.96. The RCA index value above 1 proves that Lampung has good competitiveness in the global market. Based on the results of comparative advantage and competitive advantage, it shows that Lampung Robusta coffee has competitiveness in international market.

Keywords: *Comparative, Competitive Coffee, Export, International Trade, Market*

ABSTRAK

ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI ROBUSTA LAMPUNG DALAM PERSAINGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL (Studi Pada PT Surya Bumi Sentosa)

Oleh

DANIEL TRIANTORO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan daya saing kopi Robusta Lampung dalam persaingan perdagangan internasional, melihat keunggulan kompetitif PT Surya Bumi Sentosa sebagai perusahaan produksi biji kopi Robusta Lampung, dan melihat keunggulan komparatif kopi Robusta Lampung dibanding daerah penghasil kopi Robusta lainnya di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive* dan penentuan jumlah informan menggunakan *snowball sampling*. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data interaktif dan menggunakan triangulasi sumber sebagai keabsahan data. Hasil penelitian kualitatif menunjukkan bahwa perusahaan Surya Bumi Sentosa memiliki keunggulan kompetitif yang berdaya saing dengan tingkat produktivitas yang tinggi dengan didukung oleh faktor-faktor pendukung yang dimiliki oleh perusahaan sehingga menghasilkan biji kopi berkualitas yang mampu bersaing di mancanegara. Hasil analisis keunggulan komparatif menggunakan kajian RCA (*Revealed Comparative Advantage*) menunjukkan bahwa nilai rata-rata indeks RCA Lampung tahun 2019 -2023 sebesar 58,96. Nilai indeks RCA di atas 1 membuktikan bahwa Lampung memiliki daya saing yang baik di pasar global. Berdasarkan hasil keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa kopi Robusta Lampung memiliki daya saing di perdagangan internasional.

Kata Kunci: Eksport, Komparatif, Kompetitif, Kopi, Pasar, Perdagangan Internasional

**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI ROBUSTA LAMPUNG
DALAM PERSAINGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL
(Studi Pada PT Surya Bumi Sentosa)**

Oleh

DANIEL TRIANTORO

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

: ANALISIS DAYA SAING PRODUK
KOPI ROBUSTA LAMPUNG DALAM
PERSAINGAN PERDAGANGAN
INTERNASIONAL (Studi Pada PT Surya
Bumi Sentosa)

Nama Mahasiswa

: Daniel Triantoro

Nomor Pokok Mahasiswa

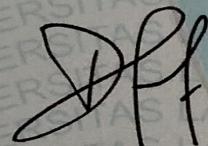
: 2016051055

Jurusan

: Ilmu Administrasi Bisnis

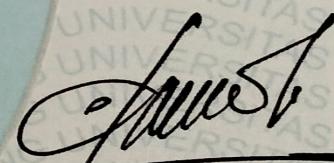
Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dddy Aprilani, S.A.N., M.A

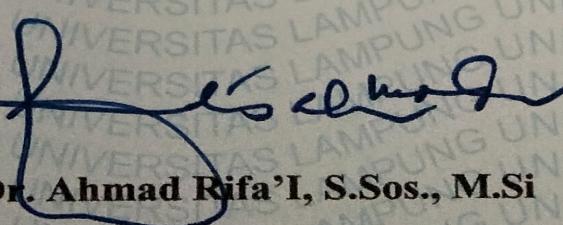
NIP. 198004262005011002



May Roni, S.A.B., M.Si.

NIP.199105152023211034

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis



Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si

NIP. 197502042000121001

MENGESAHKAN

1. Tim Pengaji

Ketua

: **Deddy Aprilani., S.A.N., M.A.**

Sekretaris : **May Roni, S.A.B.,M.Si.**

Pengaji : **Hartono, S.Sos., M.A.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 1976082120000320001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **23 Januari 2025**

Dff
J. Roni
H. Hartono

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 23 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Danjel Triantoro

NPM. 201605105

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Daniel Triantoro, lahir di Bandar Lampung, pada 13 Mei 2002. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Riswan Triantoro dan Ibu Desi Anggraini. Penulis memiliki tiga orang adik yang bernama Helen Artemisia, Dennis Adrian Triantoro, dan Hannesa Nathania. Penulis telah menyelesaikan pendidikan pertama di TK Fransiskus Pahoman pada tahun 2008 dan SD Fransiskus 2 Bandar Lampung pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Xaverius 2 dan lulus pada tahun 2017, kemudian berlanjut ke SMA Xaverius Bandar Lanpung dan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis diterima sebagai mahasiswa di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur penerimaan Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama masa perkuliahan, penulis aktif menjadi anggota dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dengan menjadi anggota bidang DIKA HMJ Ilmu Administrasi Bisnis dan menjadi anggota UKM Katolik Universitas Lanmpung pada tahun 2020.

Pada Januari tahun 2023, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Lombok, Kecamatan Lumbok Seminung, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat, pada tahun yang sama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Lautan Teduh Interniaga selama 6 bulan sebagai staff Audit pada divisi *Accounting*.

MOTTO

Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.

(Yesaya : 41:10)

"Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan, lakukanlah semuanya itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap syukur oleh Dia kepada Allah, Bapa kita."

(Kolose 3:17)

"You never know what's around the corner. It could be everything. Or it could be nothing. You keep putting one foot in front of the other, and then one day you look back and you've climbed a mountain."

(Tom Hiddleston)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya ini dipersembahkan kepada:

Papa Riswan Triantoro dan Mama Desi Anggraini

Yang telah membesarkan, mendidik, menjaga, membimbing dan memberikan kasih sayang yang tanpa batas kepada anak-anaknya, sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan hingga di tahap ini.

Adik-adikku Tersayang, Pacar, dan Sahabat-Sahabat Saya

Yang selama ini selalu mendukung dan memberikan semangat serta doa, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Dosen Pembimbing, Dosen Pengudi, dan Seluruh Dosen Staff Jurusan Ilmu Administasi Bisnis Universitas Lampung

Yang senantiasa mengajar, membimbing, dan mendukung proses pembelajaran saya, sehingga ilmu yang saya dapatkan dapat berguna di kehidupan.

Almamater saya yang sangat saya cintai dan saya banggakan
Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus. Karena berkat yang melimpah serta penyertaannya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI ROBUSTA LAMPUNG DALAM PERSAINGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL (Studi Pada PT Surya Bumi Sentosa)**". Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena berkatnya yang melimpah, penyertaan, serta kemuliaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Roby Cahyadi Kurniawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i., S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

7. Bapak Prasetya Nugeraha., S.A.B., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Deddy Aprilani., S.A.N., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama yang selalu bersedia meluangkan waktunya, memberikan masukan, arahan, motivasi kepada penulis, dan dengan sabar membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga atas ilmu-ilmu yang telah diberikan kepada penulis, motivasi, percakapan seru, serta berbagi pengalaman bersama penulis. Semoga Bapak senantiasa diberkati dan dilindungi oleh Tuhan, diberikan kesehatan serta umur yang panjang, dan semoga semua kebaikan Bapak mendapat keberkahan yang melimpah dan dibalas oleh Tuhan.
9. Bapak May Roni, S.A.B.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang selalu bersedia meluangkan waktunya, memberikan masukan, arahan, motivasi, dan membimbing penulis dengan sabar serta senantiasa memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait teori-teori dan teknik penulisan selama proses penyelesaian skripsi ini, sehingga penulis dapat lebih memahami dan dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga atas waktu luangnya penulis dapat berbincang-bincang dan berdiskusi bersama sembari berbagi ilmu dan pengalaman bersama bapak. Semoga semua kebaikan, kesabaran, dan bimbingan yang bapak berikan dibalas dengan kelimpahan berkat oleh Tuhan. Semoga Bapak selalu dalam perlindungan, diberikan umur panjang, rezeki, dan kesehatan selalu oleh Tuhan.
10. Hartono, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pengaji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran serta arahan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Semoga Tuhan senantiasa melindungi dan memberikan kesehatan serta umur yang panjang kepada Bapak, dan semoga kebaikan Bapak selama ini dibalas berlipat-lipat.

11. Bapak Nur Efendi, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasihat, saran, dan membantu penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Lampung. Semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan, umur yang panjang, dan selalu dalam lindungan Tuhan.
12. Terima kasih banyak kepada seluruh Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat serta memberikan motivasi bagi penulis. Terima kasih atas segala ilmu yang diberikan, semoga ilmu yang telah penulis dapatkan dapat menjadi bekal yang berharga dan bermanfaat dalam kehidupan penulis selanjutnya.
13. Seluruh Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih banyak turut memberikan bantuannya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Lampung.
14. Untuk yang teristimewa dan berharga yaitu kedua orang tuaku, Papa Riswan Triantoro dan Mama Desi Anggraini yang selalu bangga akan pencapaian-pencapaian kecilku. Terima kasih banyak atas segala perjuangan dan pengorbanan yang diberikan dengan tulus yang telah mendidikku dengan rasa cinta kasih dan sabar. Terima kasih atas semua kerja keras yang telah Papa dan Mama lakukan dalam mengupayakan kehidupan yang layak bagiku. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti diberikan kepadaku, dan selalu percaya serta mendukung apapun keputusanku. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaikku, menjadi tempatku bernaung dalam kondisi apapun dan menjadi sumber kekuatan yang luar biasa bagiku untuk sampai pada tahap ini. Penulis sangat bersyukur memiliki orang tua sehebat Papa dan Mama, karena kalianlah penulis dapat merasakan kebahagian dan cinta kasih sayang yang luar biasa. Penulis menyadari bahwa ucapan terima kasih yang penulis sampaikan tidak akan pernah

cukup untuk membalas kasih sayang dan pengorbanan yang Papa dan Mama lakukan untukku. Semoga Papa dan Mama selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang oleh Tuhan agar selalu dapat menemani dan mendampingi penulis disetiap langkahku bersama adik-adikku tersayang menuju kesuksesan.

15. Untuk Adik-Adiku tersayang, Helen, Dennis, dan Hannesa terima kasih banyak karena selama ini selalu menemani dan menghibur penulis, yang bersedia menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah, yang dapat menjadi teman sekaligus sahabat bagi penulis. Terima kasih karena sudah menjadi adik yang baik dan selalu ada untuk penulis. Semoga apapun keputusan yang kita pilih kedepannya akan selalu dapat membanggakan kedua orang tua kita.
16. Untuk semua keluarga besar penulis terima kasih banyak sudah memberikan penulis dukungan, nasihat, semangat, dan doa terbaiknya sehingga penulis bisa berada pada tahap ini.
17. Untuk pacar tersayang penulis, Fanny Risadi terima kasih banyak karena telah menemani di samping saya dalam proses penggeraan skripsi ini sampai selesai dan selalu ada untuk saya kapanpun, dimanapun. Terima kasih juga atas kebaikan, dukungan, motivasi, bantuan, kasih sayang, semangat, serta waktu dan ilmu yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat berada di titik ini. Semoga segala kebaikan yang Fanny Risadi lakukan dan berikan kepada penulis dibalas dengan berkat yang melimpah dari Tuhan. Semoga Fanny Risadi sehat selalu, diberikan umur panjang, rezeki yang melimpah, kesehatan, serta kebahagiaan setiap harinya.
18. Terima kasih kepada Bapak Purwanto selaku kepala bagian ekspor, Bapak Handa, Bapak Doni, Bapak Narda, Bapak Gilang, Bapak Vannes, seluruh staff PT. Surya Bumi Sentosa yang telah memberikan waktu, kesempatan, pembelajaran, serta ilmu dan pengalaman yang berharga kepada penulis dalam kontribusi dan bantuannya dalam proses pengumpulan data untuk skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan sempurna. Semoga kebaikan seluruh staff PT. Surya

Bumi Sentosa dibalas dengan berkah yang melimpah dan semoga PT. Surya Bumi Sentosa sukses dalam mencapai tujuan perusahaan.

19. Terima kasih kepada Ibu Patio Ervina selaku manajer *Accounting*, Bapak Doni, Bapak Dimas, Bapak Rahmat, Bapak Hadi, Bapak Hendra, Bapak Deden, Bapak Yuda, Ibu Anggia, Ibu Nia, Ibu Ulfa, dan seluruh staff *accounting* dan audit PT. Lautan Teduh Interniaga yang telah memberikan kesempatan, pembelajaran, dan pengalaman yang berharga kepada penulis dalam aktivitas magang untuk praktik teori yang berkaitan dengan Ilmu Administrasi Bisnis dalam dunia bisnis terutama pada PT. Lautan Teduh Interniaga.
20. Terima kasih kepada Kepala Pekon, seluruh perangkat pekon, dan seluruh masyarakat Pekon Lombok, Lombok Seminung, Lampung Barat, yang telah menerima kami dengan hangat dan mengizikan Kelompok KKN Periode 1 2023 Penelitian Universitas Lampung untuk melakukan pengabdian di Pekon Lombok.
21. Untuk sahabat-sahabat terbaik penulis Louis Wirawan, Ferryo Lenz Kurniawan, Enrico Bunyamin, Made Teja Janardana, Erick Extrada, Vannes Junesco, dan Brandon Cipto Rudico. Terima kasih karena selalu ada untuk penulis, menjadi tempat berbagi suka dan duka, yang selalu mendengarkan keluh kesahku, tempat bertukar cerita dan pikiran, yang selalu memberikan semangat dan saran-sarannya, serta membantu penulis di kala kesulitan, dan masih banyak lagi. Terima kasih untuk semuanya terutama selalu mengingatkan dan menyemangati untuk revisi skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih sudah datang dan menjadi sahabat terbaik penulis selama ini yang saling mendukung satu sama lain. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian dan rencana kita, dan semoga persahabatan kita dapat terus terjalin sampai kapanpun.
22. Untuk teman-teman perkuliahan saya, yaitu Alif, Kipeb, Gagas, Dion, Kiki, Wawan, Farhan, Teguh, Hapis, Yuda, Yoris, Ola, Dea, Ane, Cimey, Kartika, Rossa. Terima kasih sudah menjadi teman yang selalu ada yang menemani penulis sejak masih menjadi mahasiswa baru

sampai menjadi mahasiswa tingkat akhir. Terima kasih sudah mau terus bersama-sama berjuang, yang saling bercerita dan mendengarkan, berdiskusi bersama, menjadi teman belajar bersama, memberikan bantuan serta motivasi. Semoga kita semua dapat mencapai tujuan kita masing-masing.

23. Untuk teman-teman keluarga besar Bapak May, yaitu Kipeb, Septa, Tika, Regina, Cimey, Yunia, Agung, dan Bapak May Roni. Terima kasih karena sudah menjadi seperti keluarga bagi saya. Terima kasih juga atas keseruan, obrolan random, canda dan tawa, serta perjuangan kita demi bisa mendapat tanda tangan bapak May Roni. Semoga seluruh anggota keluarga besar Bapak May dapat mencapai tujuan hidup dan cita-cita masing-masing.
24. Teman-teman seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2019, terima kasih atas pembelajaran, pengalaman, dan kebersamaannya selama ini. Semoga kita semua dapat menjadi orang sukses di masa depan.
25. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah turut andil dalam memberikan semangat dan membantu penulis dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
26. Almamater tercinta yang saya banggakan Universitas Lampung.

Semoga Tuhan selalu melimpahkan berkah dan rahmatnya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Sekali lagi terima kasih kepada semua pihak yang sudah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 23 Januari 2025

Penulis
Daniel Triantoro

NPM. 2016051055

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Tujuan Pemasaran	11
2.1.2 Fungsi Pemasaran.....	12
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	13
2.2 Perdagangan Internasional	14
2.2.1 Faktor Pendorong Perdagangan Internasional.....	15
2.2.2 Manfaat Perdagangan Internasional	15
2.3 Ekspor	16
2.3.1 Tujuan Ekspor	17
2.3.2 Manfaat Ekspor	17
2.4 Keunggulan Komparatif.....	18
2.4.1 Teori <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	19
2.5 Keunggulan Kompetitif	20
2.5.1 Ciri-ciri Keunggulan Kompetitif.....	21
2.5.2 Teori Berlian Porter	21
2.5.3 Determinan Pokok Teori Berlian Porter	22
2.6 Teori Daya Saing	24
2.6.1 Faktor Pendukung Daya Saing Ekspor	25
2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.8 Kerangka Pemikiran.....	28
III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.2.1 Data Primer	

3.2.2 Data Sekunder	29
3.2.3 Informan.....	31
3.3 Instrumen Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Observasi	32
3.4.2 Wawancara	32
3.4.3 Dokumentasi.....	32
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.5.1 Subjek Penelitian	32
3.5.2 Objek Penelitian	33
3.6 Kerangka Analisis	33
3.6.1 <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i>	33
3.7 Metode Analisis Data.....	34
3.7.1 Analisis Data	34
3.7.2 Triangulasi Data	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	40
4.4 Hasil Penelitian	45
4.4.1 Profil Informan.....	45
4.4.2 Analisis Keunggulan Kompetitif	48
4.5 Pembahasan Penelitian.....	84
4.5.1 Daya Saing Kopi Robusta Produksi PT. Surya Bumi Sentosa	90
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Simpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	26
4.1 Data Informan	45
4.2 Nilai <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) Tahun 2019-2024.....	88

DAFTAR GAMBAR

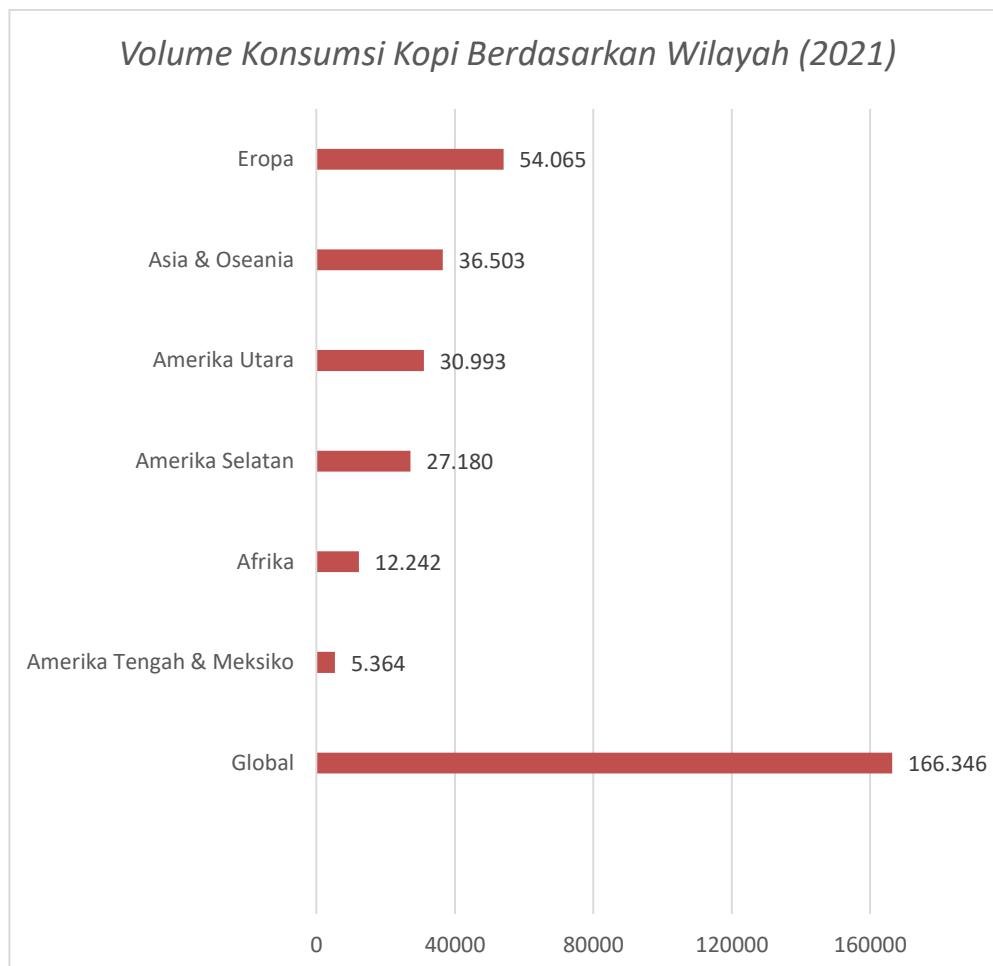
Gambar	Halaman
1.1 Volume Konsumsi Kopi Berdasarkan Wilayah (2021).....	2
1.2 Volume Produksi Kopi Berdasarkan 10 Produsen Teratas (2022/2023)	4
1.3.5 Provinsi Dengan Nilai Ekspor Kopi Terbesar (2020-2021)	5
1.4.1 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar Di Indonesia Tahun 2022	6
1.5 Produksi Tanaman Menurut Kabupaten Dan Jenis Tanaman Lampung.	7
2.1 Model Berlian Porter (Porter's Diamond Model)	23
2.2 Kerangka Berpikir.....	29
3.1 <i>Analysis Interactive Model</i> (Miles & Huberman).....	35
4.1 Kantor Pusat PT. Surya Bumi Sentosa.....	37
4.2 Biji Kopi Robusta Produksi PT. Surya Bumi Sentosa	48
4.3 Struktur Organisasi PT. Surya Bumi Sentosa	41
4.4 Hasil Produksi Kopi Robusta Dari Petani Lampung	50
4.5 Tenaga Kerja PT. Surya Bumi Sentosa.....	53
4.6 Mesin Produksi Kopi PT. Surya Bumi Sentosa	57
4.7 Kendaraan Milik PT. Surya Bumi Sentosa	58

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kopi merupakan salah satu komoditas yang paling banyak diperdagangkan antar negara karena kopi telah menjadi minuman paling populer bagi masyarakat dunia. Minuman kopi dibuat dari biji tanaman kopi yang sudah matang dan dijemur hingga benar-benar kering. Biji yang sudah dikeringkan lalu dipanggang hingga mengeluarkan aroma khasnya, dihaluskan hingga menjadi bubuk. Bubuk kopi diseduh untuk mendapatkan secangkir minuman kopi. Namun seiring waktu inovasi resep baru minuman berbahan kopi semakin banyak muncul misalnya *cappuccino*, *latte*, *mocchacino*, *long black*, *espresso*. Barista-barista di seluruh dunia mencoba untuk melakukan banyak inovasi untuk menciptakan keunikan dan rasa yang baru pada racikan kopi mereka. Hampir seluruh orang-orang di dunia menyukai kopi karena aroma dan rasanya yang khas, namun yang diinginkan oleh orang-orang dari kopi adalah kandungan zat kafeinnya yang dapat membantu memberikan semangat dalam aktivitas. Kafein dapat membantu meningkatkan suasana hati, menghilangkan rasa kantuk, dan meningkatkan kewaspadaan. Selain itu, kafein meningkatkan kinerja fisik dengan meningkatkan kontraksi otot dan daya tahan (Ennis, 2014).

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperluas ekspor produk pertanian, khususnya barang-barang dari sektor perkebunan. Iklim di Indonesia yang kondusif untuk tanaman perkebunan seperti kelapa sawit, kopi, kakao, tembakau, lada, dan buah-buahan seperti nanas, alpukat, manggis, dan buah naga, berkontribusi terhadap potensi ekspor subsektor perkebunan yang cukup besar.



Gambar 1.1 Volume konsumsi kopi berdasarkan wilayah (2021)

Sumber: Databooks, 2022

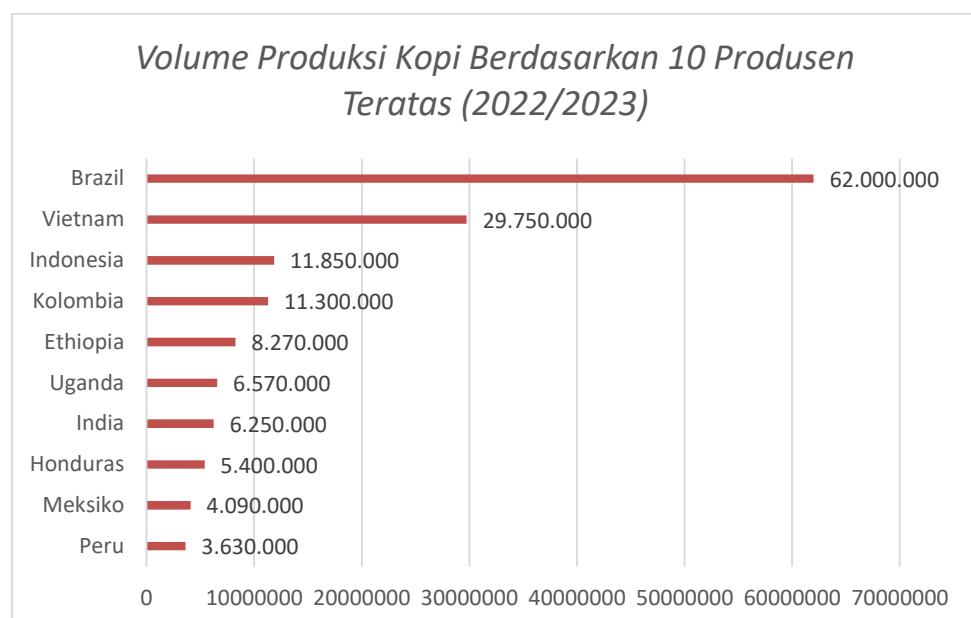
Konsumsi kopi global diperkirakan akan mencapai 166 juta karung (per karung per 60 kilogram) pada tahun 2021 dibandingkan tahun 2019 yang berjumlah 164,2 juta kantong, jumlah ini hanya 1% lebih tinggi. Amerika dan Eropa menduduki peringkat teratas. Pada tahun 2021, Amerika Serikat mengonsumsi 63,53 juta karung secara keseluruhan dengan rincian Amerika Utara sebanyak 31 juta karung, Amerika Selatan sebanyak 27,18 juta karung, dan Amerika Tengah dan Meksiko sebanyak 5,36 juta karung. Sementara itu, jumlah konsumsi kopi di benua Eropa jumlah karung di Eropa mencapai 54 juta karung. Asia dan Oseania sebanyak 36,5 juta karung berada di urutan berikutnya. Sementara itu di urutan terakhir yaitu benua Afrika hanya mengonsumsi sebanyak 12.242 juta karung di sepanjang 2021.

Menurut Direktorat Jendral Pengembangan Ekspor Nasional, ekspor merupakan aktivitas yang melibatkan pengangkutan komoditas keluar dari daerah pabean Indonesia dan masuk ke daerah negara lain. Perdagangan internasional adalah kegiatan melibatkan dua negara atau lebih dalam suatu transaksi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keunggulan dan manfaat perdagangan internasional antara lain kemampuan memproduksi barang dan jasa yang terjangkau dan berdaya saing, memungkinkan terjadinya kegiatan ekspor yang pada akhirnya mampu mendongkrak pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi permodalan, dan beragam prospek lapangan kerja (Rinaldi *et al.*, 2017).

Kegiatan ekspor impor suatu negara menjadi indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat perkembangan ekonomi suatu negara. Kontribusi kegiatan tersebut terhadap pendapatan nasional yang berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi terlihat ketika nilai ekspor melebihi nilai impor atau ketika ekspor neto bernilai positif (Syofya, 2017). Selain menyebabkan tenaga kerja terserap seluruhnya, peningkatan aktivitas ekspor juga akan berdampak pada peningkatan permintaan mata uang lokal dan penguatan nilai tukar. Impor adalah faktor berbeda yang mungkin mempengaruhi nilai tukar. Meningkatnya permintaan terhadap mata uang negara lain disebabkan oleh tingginya impor yang menyebabkan mata uang dalam negeri melemah. Selain mengurangi produksi dalam negeri, meningkatkan kemiskinan, dan mengurangi pendapatan, hal ini juga akan mengakibatkan impor modal dan investasi yang berdampak negatif terhadap daya beli masyarakat. (Sedyaningrum *et al.*, 2016).

Ekspor kopi Indonesia menduduki peringkat teratas dunia untuk kopi Robusta sejak tahun 1984, sementara pangsa pasar kopi global berada di peringkat ketiga, hanya di bawah Brazil dan Kolombia. 94% ekspor kopi Indonesia adalah kopi Robusta, dan 4% sisanya adalah kopi Arabika. Komoditas kopi mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan PDB pada masa pandemi tahun 2020 dengan meningkatnya volume produksi dan volume ekspor. Menurut data BPS, pada tahun 2020, kopi diekspor

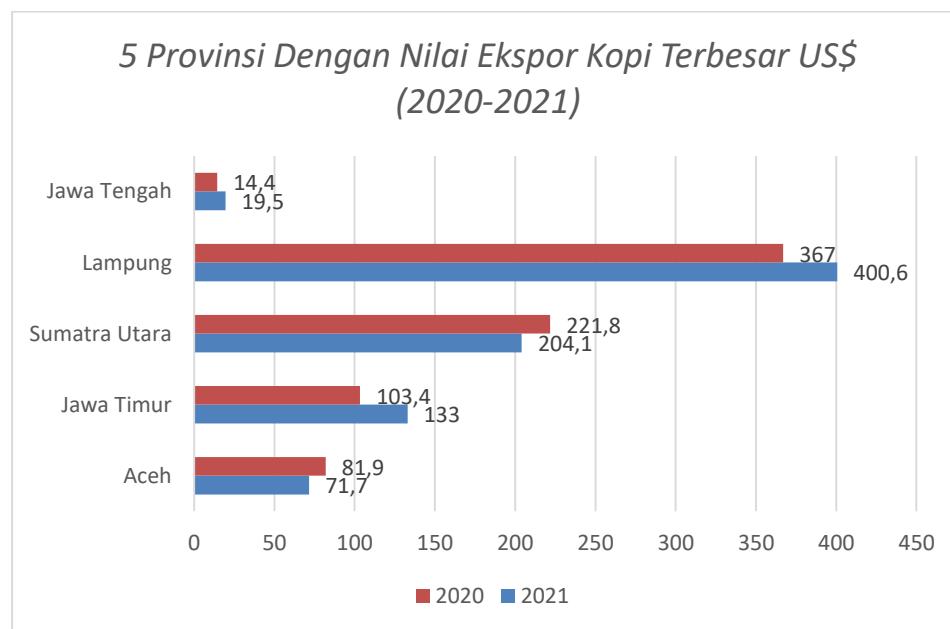
sebanyak 375.555,87 ton dari total produksi 753,90 (ribu ton). Oleh karena itu, komoditas kopi berperan dalam pertumbuhan PDB Indonesia pada tahun tersebut karena ekspor yang lebih tinggi dapat menghasilkan pendapatan devisa yang lebih tinggi bagi negara, sehingga bermanfaat bagi pertumbuhan PDB. Menurut Sedyaningrum (2016), PDB per kapita tidak terpengaruh oleh volume ekspor yang tetap. Namun, peningkatan produksi tidak selalu dibarengi dengan peningkatan ekspor.



Gambar 1.2 Volume produksi kopi berdasarkan 10 produsen teratas (2022/2023)
Sumber: Databoks, 2023

Pada periode 2022/2023, produksi kopi dunia mencapai 170 juta karung per 60 kg kopi. Indonesia menduduki peringkat ketiga negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan produksi 11,85 juta karung kopi pada periode 2022/2023. Tepatnya, kopi Robusta sebanyak 10,5 juta karung dan kopi Arabika sebanyak 1,3 juta karung diproduksi di Indonesia. Dataran rendah di Jawa dan Sumatera Selatan menghasilkan hingga 75% produksi kopi Indonesia. Brasil saat ini merupakan produsen kopi terbesar di dunia; pada periode 2022/2023 diperkirakan dapat memproduksi 62,6 juta karung kopi. Sedangkan Vietnam berada di posisi kedua dengan produksi 29,75 juta karung kopi. Dengan masing-masing 28,74 juta karung kopi Robusta dan 1,01 juta karung kopi Arabika, keduanya merupakan mayoritas produksi

kopi Vietnam. Ethiopia dan Kolombia dengan produksi masing-masing 8,27 juta tas dan 11,3 juta tas menempati posisi keempat dan kelima.



Gambar 1.3 5 Provinsi Dengan Nilai Ekspor Kopi Terbesar (2020-2021)

Sumber: Databoks, 2022

Berdasarkan data statistik yang bersumber dari databoks tahun 2020-2021, Ekspor kopi dari Lampung mencapai nilai US\$400,6 juta, atau sekitar Rp 6 triliun, pada tahun 2021 (dengan asumsi nilai tukar Rp15.000/US\$). Jumlah ini mewakili 47,2% dari seluruh pendapatan ekspor kopi nasional pada tahun tersebut. Dengan perkiraan nilai ekspor sebesar US\$204,1 juta pada tahun 2021, Sumatra Utara berada di urutan kedua. Disusul Jawa Timur dengan nilai ekspor US\$133 juta, Aceh US\$71,7 juta, dan Jawa Tengah US\$19,5 juta. Data tersebut juga menunjukkan bahwa provinsi Pulau Sumatera antara lain Lampung, Sumatera Utara, dan Aceh memberikan kontribusi signifikan terhadap ekspor kopi nasional. Gabungan ketiganya menyumbang 79,81% dari total nilai ekspor kopi Indonesia pada tahun 2021



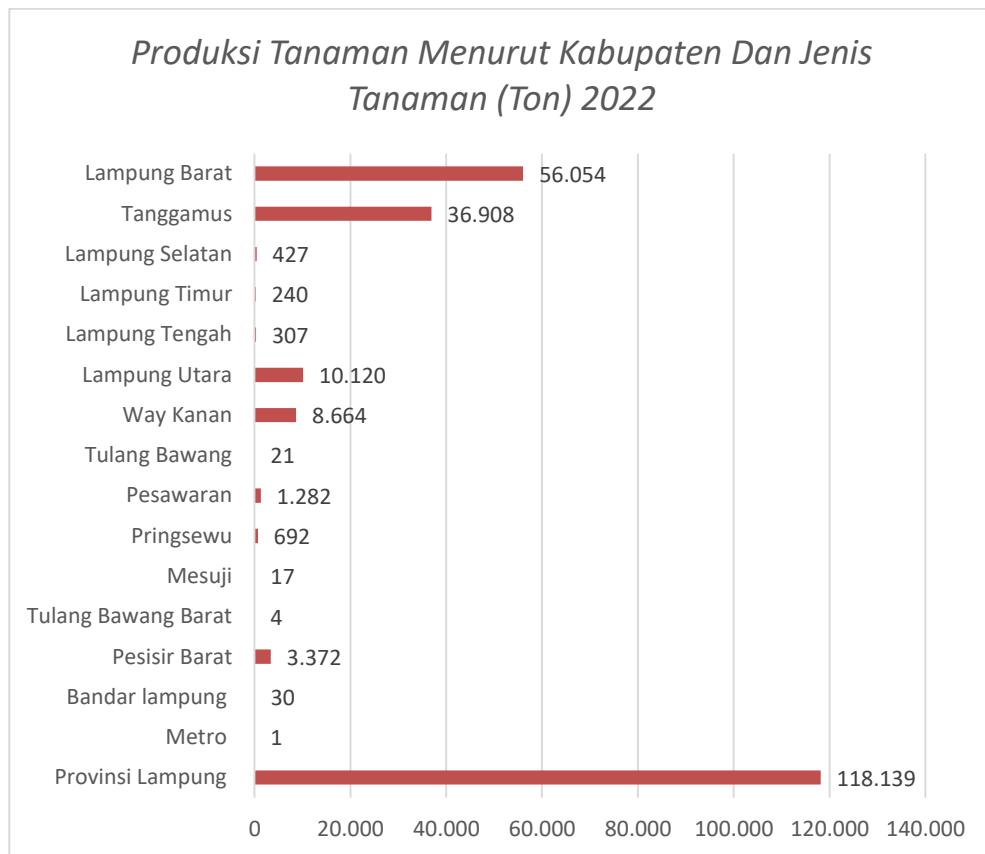
Gambar 1.4 1 Provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia tahun 2022

Sumber: Databoks, 2023

Berdasarkan data dari Databoks yang menampilkan 10 Provinsi Penghasil kopi terbesar di Indonesia di tahun 2022 menunjukkan Lampung berada pada peringkat ke-2 sebagai penghasil kopi terbesar di Indonesia dengan total produksi mencapai 124.5 ribu ton. Peringkat pertama oleh provinsi Sumatera Selatan yang produksinya mencapai 212.4 ribu dan peringkat ketiga oleh provinsi Sumatera Utara yang dikenal dengan varietas kopi arabika jenis Gayo dengan total produksi mencapai 87 ribu ton.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Sektor perkebunan di Lampung memberikan hasil perkebunan yang melimpah dan menjadi primadona daerah bahkan nasional. Salah satu hasil perkebunan Lampung yang paling terkenal adalah kopi. Sejak dahulu, provinsi Lampung telah menjadi salah satu provinsi dengan tingkat produksi kopi yang sangat besar.

Rata-rata 100.000 ton biji kopi kering diproduksi setiap tahunnya dengan 70% produksinya digunakan untuk meningkatkan ekspor dalam negeri. Jenis kopi yang tumbuh di perkebunan kopi Lampung adalah Robusta.



Gambar 1.5 Produksi tanaman menurut kabupaten dan jenis tanaman
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022

Masih dari sumber yang sama, data BPS Provinsi Lampung tahun 2022 menunjukkan total jumlah produksi jenis kopi dan tanaman lainnya. Berdasarkan tabel diatas, kabupaten Lampung Barat merupakan kabupaten dengan jumlah produksi kopi Robusta terbanyak di urutan pertama dengan total produksi mencapai 56.054 ton. Disusul oleh kabupaten Tanggamus dengan total produksi 36.908 ton dan Lampung Selatan dengan total produksi 427 ton. Besarnya hasil Perkebunan kopi Robusta Lampung telah menyokong kebutuhan kopi nasional serta mancanegara.

Keberhasilan Lampung sebagai penghasil kopi terbesar serta provinsi pengekspor kopi terbesar nasional dapat terjadi karena besarnya lahan perkebunan kopi yang dimiliki oleh para pengusaha kopi dan pemain kopi. Sangat banyak pelaku usaha kopi baik Perusahaan besar maupun usaha kecil yang berada di Lampung dimana mereka saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari hasil produksi kopi masing-masing. Provinsi Lampung terkenal dengan kopi robusta berkualitas tinggi yang memiliki rasa kuat dan sedikit pahit serta aroma khas. Lampung merupakan salah satu penghasil kopi robusta terbesar di Indonesia, dengan produksi yang tinggi untuk memenuhi permintaan pasar internasional. Petani kecil di Lampung menghadapi tantangan akses teknologi pertanian modern dan praktik budidaya berkelanjutan. Infrastruktur transportasi yang baik memudahkan proses ekspor kopi, namun perbaikan infrastruktur lokal dapat meningkatkan efisiensi.

Harga kopi fluktuatif dipengaruhi faktor global, sertifikasi seperti *Fair Trade* dan *Rainforest Alliance* penting untuk nilai tambah. Efektifnya pemasaran dan branding kopi Lampung dapat meningkatkan daya saing global. Dukungan pemerintah dalam pelatihan dan akses ke pasar sangat diperlukan. Pengelolaan sumber daya alam dan kerjasama dengan lembaga internasional penting untuk keberlanjutan produksi kopi Lampung. Selain itu, berdasarkan beberapa data tabel diatas terdapat 5 provinsi yang memiliki nilai ekspor kopi yang besar sekaligus sebagai penghasil kopi terbesar di Indonesia. Kopi Robusta di masing-masing daerah memiliki keunggulan tersendiri. Sehingga kelima provinsi ini saling bersaing dalam memasok kopi global.

Salah satu perusahaan Kopi di Lampung adalah PT. Surya Bumi Sentosa yang merupakan perusahaan yang memproduksi *green bean* kopi yaitu biji kopi mentah yang belum disangrai. Perusahaan ini mengambil kopi asalan dari petani-petani dari berbagai daerah Lampung seperti Lampung Barat, Lampung Selatan dan Lampung Timur. Biji kopi yang diambil dari petani kemudian diproses kembali hingga menjadi *green beans*. Perusahaan ini

telah bersaing di pasar internasional sejak 2011. Meningkatnya angka konsumsi kopi membuat angka kebutuhan kopi dunia terus meningkat di seluruh dunia menyebabkan semakin ketatnya persaingan pasar kopi internasional dari berbagai aspek harus membuat PT. Surya Bumi Kencana terus meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar dapat terus bersaing. Perusahaan kompetitor lainnya seperti PT. SUCDEN, PT. Coffindo Lestari, PT. Olam Indonesia, serta UMKM industry kopi yang mulai ekspor semakin memperketat persaingan. Tolak ukur keberhasilan daya saing dalam penjualan diukur dengan keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif perusahaan. Keunggulan kompetitif diambil berdasarkan teori model berlian Porter (1990) dan keunggulan komparatif didapatkan melalui penghitungan analisis *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengukur analisis kompetitif kopi Robusta PT. Surya Bumi Sentosa yang mencangkup kemampuan produksi , kualitas produksi, serta perkembangan ekspor perusahaan dalam bersaing di perdagangan internasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk kopi PT. Surya Bumi Sentosa memiliki keunggulan kompetitif yang berdaya saing?
2. Apakah kopi Robusta Lampung memiliki keunggulan komparatif yang berdaya saing?
3. Apakah kopi Robusta Lampung yang diproduksi PT. Surya Bumi Sentosa mampu bersaing dalam perdagangan internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keunggulan kompetitif produk kopi Robusta PT. Surya Bumi Sentosa.

2. Untuk mengetahui keunggulan komparatif kopi Robusta Lampung
3. Untuk mengetahui daya saing kopi Robusta hasil produksi PT. Surya Bumi Sentosa dalam perdagangan internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui Penelitian ini, pembaca diharapkan bisa mendapatkan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung:

1. Secara Teoritis

Melalui penelitian ini, pembaca dapat menambah pengetahuan terkait daya saing perdagangan internasional yaitu keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan analisis daya saing perdagangan internasional. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam perintisan bisnis ekspor.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Daryanto dalam (Delano & Tumbuan, 2022) Manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen dimana orang-orang dan kelompok menciptakan, menawarkan, dan menukar barang-barang berharga satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sementara menurut (Sumarsid, 2022), Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu mengidentifikasi pasar sasaran dan menarik, mempertahankan, dan memperluas basis pelanggan melalui analisis program, perencanaan, dan pengendalian dengan tujuan akhir mencapai tujuan bisnis. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan sebuah proses yang dilakukan perorangan atau perusahaan untuk memperluas jangkauan penjualan produk dengan perencanaan, pengorganisasian, dan implementasi program pemasaran. Pada kenyataannya praktiknya, manajemen pemasaran memerlukan pemahaman menyeluruh tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, identifikasi target pasar, pengembangan produk atau layanan yang tepat, harga yang kompetitif, periklanan yang sukses, dan distribusi yang efektif. Untuk melakukan koreksi dan perbaikan yang diperlukan, manajemen pemasaran juga mencakup pelacakan dan evaluasi perilaku konsumen, tren pasar, dan kinerja produk atau layanan.

2.1.1 Tujuan Pemasaran

Menurut Granroos (dalam Sudaryono, 2016), Tujuan pemasaran adalah untuk membentuk, mengembangkan, dan memusatkan hubungan dengan konsumen dari waktu ke waktu, sehingga tujuan masing-masing pihak dapat tercapai. Hal ini biasanya dicapai melalui proses pertukaran dan saling memuaskan. Sementara menurut (Asmarantaka *et al.*, 2017) Menghubungkan apa yang diinginkan produsen dan konsumen untuk

menyelesaikan proses produksi merupakan tujuan pemasaran. Maka dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasaran yaitu upaya untuk menarik pelanggan dengan menginformasikan dan menawarkan mereka dengan barang atau jasa yang dimiliki.

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran menurut Sudaryono (2016) adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran memungkinkan konsumen membeli barang langsung dari produsen dengan cara barter atau menukar uang dengan barang. Setelah barang dibeli, konsumen dapat menyimpannya untuk keperluan pribadi atau menjualnya kembali. Pertukaran merupakan salah satu cara untuk memperoleh suatu barang.

2. Fungsi Distribusi

Suatu produk dapat didistribusikan secara fisik dengan cara disimpan atau diangkut melalui darat, udara, atau laut dari produsen ke pelanggan. Tujuan penyimpanan produk adalah untuk menjamin kualitas produk tetap terjaga dan menjaga jumlah yang cukup jika terjadi kekurangan.

3. Fungsi Perantara

Perantara dalam pemasaran yang menghubungkan operasi pertukaran dengan distribusi fisik dapat membantu menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen. Manajemen risiko, pendanaan, pengumpulan informasi, serta standardisasi dan klasifikasi produk merupakan contoh aktivitas fungsi perantara.

Produsen dapat mengevaluasi upaya mereka dengan membandingkan hasil mereka dengan tujuan dalam rencana pemasaran jika strategi tersebut dikembangkan dengan benar. Merencanakan langkah-langkah tertentu untuk setiap strategi yang dikembangkan Perusahaan sangatlah penting. Dalam situasi ini, tindakan perusahaan dapat dievaluasi untuk melihat apakah tindakan tersebut sejalan dengan strategi pemasaran menggunakan rencana strategis yang disepakati bersama. Langkah-langkah yang menjauh dari

tujuan strategi pemasaran kemudian dapat diatur ulang dengan menggunakan rencana kerja ini.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Menurut (Kotler dan Keller, 2016) konsep manajemen pemasaran terdiri dari:

1. Konsep Produksi

Konsep produksi didasarkan pada gagasan bahwa pembeli akan lebih menyukai produk yang tersedia dengan harga yang terjangkau, dan manajemen perlu berupaya meningkatkan efektivitas produksi dan distribusi. Gagasan ini masih berlaku dalam skenario ketika permintaan terhadap suatu produk lebih besar daripada pasokan, yang terjadi ketika biaya lebih tinggi dan diperlukan peningkatan produktivitas untuk menurunkannya.

2. Konsep Produk

Anggapan bahwa perusahaan harus selalu meningkatkan produknya sehingga konsumen akan memilih produk dengan fitur, performa, dan kualitas terbaik.

3. Konsep Penjualan

Gagasan bahwa bisnis perlu terlibat dalam inisiatif pemasaran dan penjualan yang ekstensif jika mereka ingin melihat cukup banyak konsumen yang membeli produk mereka. Ide ini biasanya digunakan untuk produk seperti asuransi yang mungkin tidak terpikirkan oleh orang untuk dibeli. Perusahaan harus terampil dalam mengidentifikasi pelanggan potensial dan meyakinkan mereka tentang manfaat produknya.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran ini memenuhi keinginan dan preferensi pasar sasaran serta memberikan kepuasan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi.

5. Konsep pemasaran berwawasan sosial

Untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat, bisnis harus memastikan permintaan, keinginan, dan kepentingan pasar serta memberikan tingkat kepuasan yang diinginkan dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaingnya.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah menciptakan hubungan antara bisnis dan konsumen yang menguntungkan kedua belah pihak dengan mengetahui kebutuhan mereka. Ide menyeluruh ini berbeda dengan pemasaran, yang terutama berkaitan dengan penjualan barang melalui berbagai strategi promosi. Ide pemasaran memetakan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menggunakan data pemasaran. Konsep pemasaran dapat memberikan pengaruh yang baik dengan menjadi lebih efektif melalui pemanfaatan data yang beragam

2.2 Perdagangan Internasional

Menurut Manik (2022) Perdagangan internasional adalah pertukaran barang dan jasa antara dua negara yang berbeda dimana terdapat persetujuan bersama. Sementara itu menurut (Rusydiana, 2019), Perdagangan internasional dapat diartikan, Ketika pembeli dan penjual melakukan beberapa transaksi di suatu pasar dengan tujuan memaksimalkan keuntungan bagi keduanya. Dalam skenario ini, transaksinya berupa impor dan ekspor antara satu negara dengan negara lain. Kebutuhan akan barang dan jasa yang tidak dapat diperoleh penduduk suatu negara di dalam negeri merupakan salah satu faktor terjadinya perdagangan internasional. Jika tidak adanya perdagangan Internasional, maka kebutuhan negara tersebut harus dipenuhi dari hasil produksi sendiri (Salvatore, 2022).

2.2.1 Faktor Pendorong Perdagangan Internasional

Menurut Wulandari (2022) ada beberapa faktor yang mendorong adanya perdagangan internasional yaitu:

1. Dibutuhkan barang dan/atau jasa yang tidak mampu diproduksi di dalam negeri.
2. Dalam pengolahan sumber daya ekonomi, terdapat disparitas keterampilan ilmu pengetahuan dan teknologi (sains dan teknologi).
3. Akibat surplus output maka diperlukan perluasan usaha.
4. Kuantitas hasil produksi bervariasi tergantung pada sumber daya iklim dan kualitas sumber daya manusia.
5. Populasi global memiliki selera yang sama terhadap suatu produk tertentu.
6. Keinginan untuk menjalin hubungan diplomatik, kerjasama ekonomi, dan bantuan internasional.
7. Bagaimana globalisasi ekonomi telah mengubah kehidupan masyarakat di seluruh dunia,
8. Perkembangan informasi, komunikasi, dan transportasi yang memudahkan pelaksanaan perdagangan global.

Perdagangan internasional dilakukan oleh negara-negara yang bekerjasama dalam bidang perekonomian, termasuk mitra bisnis dari negara lain. Ditandai dengan adanya arus barang antar negara. Artinya negara yang kelebihan barang akan mengirimkannya ke negara lain yang membutuhkan.

2.2.2 Manfaat Perdagangan Internasional

Selain itu, menurut Sukirno dalam (Lubis & Harahap, 2022) manfaat perdagangan Internasional adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh produk yang tidak dapat diproduksi oleh negara sendiri.
Melalui perdagangan internasional, setiap negara dapat memenuhi kebutuhan yang tidak mampu dipenuhinya sendiri.

2. Mendapatkan manfaat dari spesialisasi. Pendorong utama perdagangan internasional adalah mengejar keuntungan melalui spesialisasi. Terkadang lebih baik bagi suatu negara untuk mengimpor komoditas tersebut dari luar, meskipun negara tersebut mampu memproduksi barang dengan jenis yang sama dengan yang diproduksi oleh negara lain.
3. Memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Bisnis dapat mengoperasikan mesin mereka dengan efisiensi maksimum dan mengekspor kelebihan persediaan dengan terlibat dalam perdagangan internasional.
4. Transfer teknologi masa kini. Suatu negara dapat mempelajari praktik manajemen yang lebih maju dan metode produksi produktif melalui perdagangan luar negeri.

Keunggulan dan manfaat perdagangan internasional antara lain kemampuan memproduksi barang dan jasa yang terjangkau dan berdaya saing, memungkinkan terjadinya kegiatan ekspor yang pada akhirnya mampu mendongkrak pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi permodalan, dan beragam prospek lapangan kerja (Rinaldi et al., 2017).

2.3 Ekspor

Menurut Direktorat Jendral Pengembangan Ekspor Nasional, Ekspor merupakan aktivitas yang melibatkan pengangkutan komoditas keluar dari daerah pabean Indonesia dan masuk ke daerah negara lain. Menurut Mankiw dalam (Kurniasari & Monica, 2019.), Ekspor adalah berbagai komoditas dan jasa produksi dalam negeri yang dijual ke luar negeri. Sementara menurut Amir dalam (Fitria, 2022) ekspor adalah mengeluarkan produk dari peedaran di masyarakat dan ingin memindahkannya ke luar negeri sesuai dengan persyaratan hukum dengan imbalan pembayaran dalam mata uang asing. Maka dapat disimpulkan bahwa ekspor merupakan kegiatan menjual suatu komoditas, produk, atau jasa yang diproduksi dalam negeri ke luar negeri dengan pembayaran melalui valuta asing.

2.3.1 Tujuan Ekspor

Minimnya sumber daya alam dan teknologi maju memaksa suatu negara mengimpor komoditas dari negara lain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Oleh karena itu, negara-negara penghasil surplus ini akan mengekspor ke negara lain yang membutuhkan barang-barang tertentu. Tujuan mengekspor barang dan jasa adalah untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan dengan memanfaatkan pasar luar negeri baru dan memperluas pangsa pasar lokal dengan memperoleh harga jual yang lebih baik (Alamsyah Putra, 2022). Kelebihan kapasitas suatu produk mungkin dimanfaatkan oleh suatu negara yang melakukan operasi ekspor. Dalam hal ini, negara dipandang memiliki kemampuan untuk mengatur biaya ekspor barang yang dilakukan di dalam negeri.

2.3.2 Manfaat Ekspor

Kegiatan yang berhubungan dengan ekspor dapat berdampak pada laju ekspansi ekonomi suatu negara. Iklim investasi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara berkorelasi positif dengan tingkat aktivitas eksportnya. Menurut (Amir, 2004) manfaat dari kegiatan ekspor, antara lain:

1. Salah satu cara untuk meningkatkan pangsa pasar produk di Indonesia adalah melalui perluasan pasar produk lokal dan ekspor barang dari Indonesia.
2. Meningkatkan devisa negara, transaksi yang terjadi pada kegiatan ekspor akan meningkatkan penerimaan devisa negara sehinggakekayaan negara pun semakin meningkat.
3. Jumlah lapangan kerja yang tersedia bagi masyarakat juga akan dipengaruhi oleh bertambahnya lapangan kerja dari kegiatan ekspor. Ekspor barang-barang Indonesia ke negara lain akan mendorong peningkatan produksi dalam negeri, yang tentunya membutuhkan tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, hal ini juga akan berdampak pada

terbentuknya usaha-usaha baru yang menyediakan pengelolaan ekspor dan jasa pengangkutan produk. Perusahaan EMKL, pelayaran, angkutan truk, pengiriman barang, dan industri lainnya adalah beberapa contohnya.

Manfaat impor dan ekspor juga membantu dalam mendorong pertukaran lintas budaya dan ideologi melalui perdagangan. Selanjutnya, mendorong pemahaman internasional dan kolaborasi antar negara. Kemudian dengan mendatangkan barang dan teknologi baru melalui impor, meningkatkan daya saing industri rumah tangga. Selain itu, mendorong perluasan sektor jasa, yang mencakup industri seperti perbankan, asuransi, dan logistik yang memfasilitasi impor dan ekspor. Perdagangan internasional membina hubungan yang sehat antar negara dan memberikan kontribusi positif terhadap perluasan perekonomian dunia.

2.4 Keunggulan Komparatif

David Ricardo memperkenalkan teori keunggulan komparatif dalam bukunya Prinsip Ekonomi Politik dan Perpajakan pada tahun 1817. Menurut teori keunggulan komparatif, suatu negara dapat terlibat dalam perdagangan internasional meskipun negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut dengan menjual barang-barang yang kekurangannya lebih sedikit dibandingkan barang lainnya (Kartika Sari, 2019). Teori keunggulan komparatif merupakan penyempurnaan dari teori keunggulan absolut yang dicetuskan oleh Adam Smith. Beliau menyatakan bahwa karena perdagangan internasional berfokus pada produksi dan mengeksport komoditas ketika suatu negara memiliki keunggulan tertentu dan mengimpor barang ketika tidak memiliki keunggulan tertentu, maka semua negara akan memperoleh keuntungan darinya. Teori ini didasarkan pada sejumlah premis, seperti pemerataan faktor produksi, barter sebagai alat tukar, dan penghapusan biaya transportasi (Hady, 2001). Teori keunggulan absolut memiliki kelemahan karena perdagangan internasional tidak akan berhasil jika suatu negara memonopoli kedua jenis barang tersebut. Namun David Ricardo menyempurnakan kelemahan teori Adam Smith ketika ia menyatakan bahwa perdagangan multinasional masih dapat terjadi antara

dua negara meskipun salah satu negara mempunyai keunggulan tertentu, asalkan keduanya memiliki produktivitas dan efisiensi tenaga kerja yang tinggi.

Jika suatu negara memproduksi suatu barang dengan biaya pengorbanan yang lebih rendah (dalam hal barang lain yang diproduksi) dibandingkan negara lain, maka negara tersebut akan mempunyai keunggulan komparatif dibandingkan negara lain dalam memproduksi barang tersebut. Jika kedua negara memproduksi dan mengekspor barang dimana mereka mempunyai keunggulan komparatif, maka perdagangan diantara kedua negara akan menguntungkan kedua negara. (Krugman dan Obstfeld diterjemahkan Basri, 2003). Pola perdagangan internasional sebagian besar ditentukan oleh keunggulan komparatif. Ketika suatu negara memproduksi suatu barang dengan harga lebih murah dibandingkan pesaingnya, maka negara tersebut cenderung mengekspor barang tersebut (Boediono, 2003). Berikut ini adalah tiga faktor utama yang mempengaruhi keunggulan komparatif suatu negara:

1. Ketersediaan sumber daya atau fasilitas produksi untuk berbagai jenis atau jumlah barang berbeda-beda di setiap negara.
2. Masyarakat dapat berkreasi dengan lebih efektif di beberapa industri ketika ukuran produksinya lebih tinggi.
3. Terdapat variasi dalam tren dan kecepatan kemajuan teknologi.

2.4.1 Teori *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Teori keunggulan komparatif sangat penting bagi teori ekonomi. Teori keunggulan komparatif dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana perdagangan internasional beroperasi. Dengan menghitung nilai keunggulan komparatif masing-masing negara, setiap negara akan dapat menggunakan teori ini untuk memilih di mana investasi harus dilakukan dan di negara mana produk mereka akan diperdagangkan. Menurut teori keunggulan komparatif David Ricardo, perdagangan akan terjadi antara dua negara jika menguntungkan keduanya. Kekuatan nilai tukar dalam negeri menunjukkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Perdagangan antara dua negara tidak

akan terjadi jika suatu negara dapat memproduksi suatu barang dengan harga yang sama dengan membeli barang tersebut dari negara lain. Perdagangan antara dua negara akan terjadi apabila salah satu negara dapat membeli suatu komoditas dari negara lain dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan memproduksi komoditas tersebut sendiri. Ingatlah bahwa negara yang menjual komoditas mendapatkan keuntungan finansial baik dari penjualan maupun pembeliannya. metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif suatu negara.

2.5 Keunggulan Kompetitif

Untuk memperoleh keunggulan kompetitif dalam lingkungan industri, suatu perusahaan tentunya harus berusaha untuk menjadi lebih kompetitif agar dapat mengungguli para pesaingnya. Banyak bisnis memulai pendekatan penerapan teknisnya dengan memanfaatkan departemen fungsionalnya secara maksimal. Langkah pertama dalam memperoleh keunggulan kompetitif adalah organisasi merancang proses pengembangan bisnis yang akan digunakannya. Setelah itu, mereka akan menilai tujuan-tujuannya dan kebijakan-kebijakan yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Menurut (Triono, 2022), Kompetitif merupakan nilai tambah yang dapat dimiliki suatu usaha karena kekhasan barang dan jasa yang ditawarkannya. Kemampuan suatu perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan menawarkan produk unggulan kepada pelanggan merupakan salah satu keunggulan kompetitifnya. Diferensiasi produk, diferensiasi kualitas layanan, diferensiasi sumber daya manusia, diferensiasi kapasitas produksi, dan perbedaan saluran distribusi adalah beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing.

2.5.1 Ciri-Ciri Keunggulan Kompetitif

Menurut Evans dan Dean dalam (Kaswan, 2012), Kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai dominasi pasar atas pesaingnya berasal dari keunggulan kompetitifnya. Hasil terbaik dapat diperoleh dengan menerapkan rencana keunggulan kompetitif jangka panjang dan berkelanjutan. Ada enam ciri keunggulan kompetitif yang kuat:

1. Keunggulan kompetitif yang diperoleh dari persyaratan dan keinginan pelanggan. Perusahaan akan menawarkan nilai kepada kliennya yang tidak disertakan dalam pesan.
2. Keunggulan kompetitif membantu keberlangsungan bisnis.
3. Sumber daya perusahaan memberikan peluang yang dapat menghasilkan manfaat kompetitif. Menggunakan sumber daya tersebut secara efisien dapat menjadi strategi yang bermanfaat.
4. Keunggulan kompetitif bersifat tahan lama dan sulit untuk ditiru oleh pesaing. Untuk tetap selangkah lebih maju dari para pesaingnya, departemen penelitian dan pengembangan yang lebih baik secara berkelanjutan dapat menciptakan produk atau terobosan baru.
5. Keunggulan kompetitif dapat menjadi landasan bagi kemajuan di masa depan.
6. Keunggulan kompetitif mengarahkan dan memotivasi perusahaan secara keseluruhan.

Organisasi yang produktif dapat mengungguli pesaingnya di pasar dengan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi atau keuntungan yang lebih besar. Struktur biaya, branding, kualitas produk, dan layanan pelanggan perusahaan merupakan beberapa sumber keunggulan kompetitif.

2.5.2 Teori Berlian Porter

Tingkat daya saing suatu negara ditentukan oleh gabungan tingkat daya saing lembaga-lembaga publik dan swasta. Sebab, suatu negara baru bisa dikatakan berdaya saing jika industrinya inovatif, berdaya saing, dan

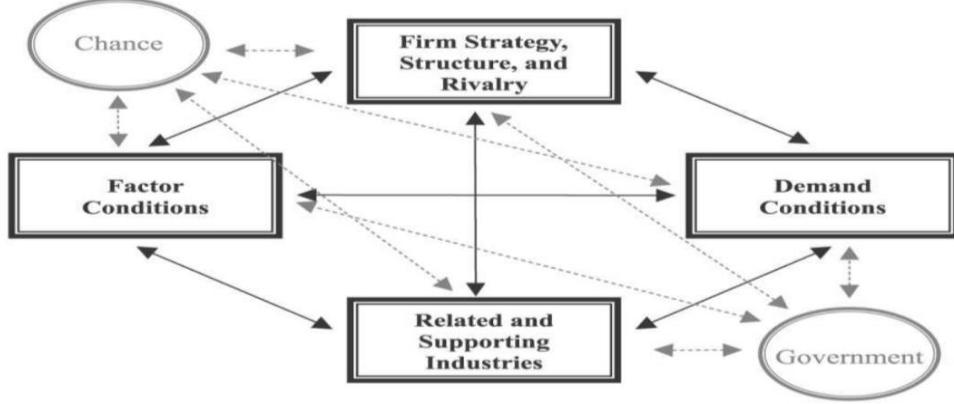
mampu mendukung pertumbuhan ekonomi (Porter, 1990). Porter (1990), dalam karyanya yang bertajuk *Competitive Advantage of Nations*, menyelidiki daya saing sepuluh negara (Amerika Serikat, Jerman, Denmark, Korea Selatan, Inggris, Italia, Swedia, Swiss, Jepang, dan Singapura) dengan ciri-ciri ekonomi yang berbeda-beda. Selama periode 4 tahun, penelitian ini dilakukan di 100 sektor industri (Oz, 2002). Metode Porter lebih komprehensif karena memperhitungkan skala ekonomi, diferensiasi produk dan pasar, diferensiasi teknologi, dan segmentasi pasar, bukan hanya menekankan pada biaya sebagaimana yang ditekankan dalam teori-teori lama (Bakan dan Doğan 2012). Porter (1990) secara khusus menghadirkan Model Berlian Porter (*Porter's Diamond Model*). Model Berlian Porter (1990) menerapkan konsep daya saing pada tingkat negara, wilayah, industri, dan bisnis individu yang menyediakan barang dan jasa (Shafaei, 2009). Pada kenyataannya, model berlian Porter merupakan kerangka kerja untuk mengevaluasi daya saing perusahaan domestik di pasar global, yang pada gilirannya menambah nilai bagi suatu negara (Smith, 2010)

2.5.3 Determinan Pokok Model Berlian Porter

Model berlian terdiri dari empat determinan dasar yang saling memperkuat dan menjadi dasar Model Berlian Porter. Keempat unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kondisi faktor (*Factor condition*)
2. Kondisi permintaan (*Demand condition*)
3. Industri terkait dan pendukung (*Related and supporting industries*)
4. Strategi, struktur, dan persaingan korporasi (*Corporate strategy, structure, and competition*).

Selain itu, ada dua determinan penunjang lainnya yaitu faktor peluang (*chance*) dan pertimbangan pemerintah (*government*). Model tersebut akan menghasilkan kerangka kerja yang menetapkan hukum persaingan di setiap industri yang berkontribusi terhadap persaingan jangka panjang (Sun *et al*, 2010).



Gambar 2.1 Model Berlian Porter (*Porter's Diamond Model*)

Sumber: Porter (1990)

1. Kondisi faktor (*Factor condition*)

Infrastruktur yang dibutuhkan untuk bersaing dalam suatu industri tertentu dan input yang digunakan dalam proses industri dikenal sebagai kondisi faktor. Porter (1990) menyatakan bahwa penciptaan dan inovasi adalah faktor kondisi yang esensial. Porter (1990) juga menjelaskan fenomena yang menarik yaitu kemampuan suatu negara untuk berinovasi dan menciptakan produk baru sebenarnya dapat meningkatkan daya saing negara tersebut dalam menghadapi kekurangan sumber daya.

2. Kondisi permintaan (*Demand condition*)

Menurut (Gallagher, 2005), Permintaan dalam negeri yang berkaitan dengan kondisi pasar internal suatu negara merupakan komponen yang paling menarik karena harus berhubungan dengan sifat konsumen. Hal ini mendorong pengembangan produk berkualitas tinggi dengan memperkuat hubungan yang saling menguntungkan antara dunia usaha dan konsumen.

3. Industri terkait dan pendukung (*Related and supporting industries*)

Dapat diartikan sebagai sektor-sektor yang terkait dengan perusahaan yang mempunyai kekuatan untuk memberikan dampak pada tingkat daya saing yang lebih tinggi. Industri pendukung mendorong industri yang

kompetitif dan memberikan peluang pertukaran informasi dan teknologi (Porter, 1998).

4. Strategi, struktur, dan persaingan korporasi (*Corporate strategy, structure, and competition*).

Terkait taktik, susunan pasar, dan dinamika persaingan di sektor tertentu. Salah satu indikator mendasar yang digunakan untuk mempersiapkan struktur dan strategi perusahaan adalah persaingan (Watchravesringkan et al. 2010). Pola persaingan berdampak pada proses inovasi dan pada akhirnya akan membawa kesuksesan yang lebih besar di kancah global (Tasevska, 2006).

Porter menambahkan 2 detrimen lain sebagai penambahan, yakni peran pemerintah (*government*) dan faktor kesempatan (*chance*). Peran pemerintah sebagaimana dimaksud adalah menetapkan undang-undang dan kebijakan yang mendukung pengembangan industri dalam negeri sehingga meningkatkan daya saing bangsa. Menurut (Bakan dan Dogan, 2012), faktor peluang diartikan sebagai keadaan internal dan eksternal yang terjadi di luar kendali perusahaan. Contoh kondisi tersebut antara lain kondisi sosial, tren politik nasional, fenomena keamanan, faktor inovasi, kondisi pasar keuangan atau nilai tukar, dan tren global atau permintaan regional, fluktuasi harga input, atau kemajuan signifikan lainnya di bidang mikroelektronika dan bioteknologi.

2.6 Teori Daya Saing

Menurut (Simanjuntak, 1992), Kemampuan produsen untuk menyediakan suatu barang dengan harga yang menguntungkan untuk menjualnya di pasar global dikenal sebagai daya saing. Daya saing dapat pula diartikan kemampuan suatu komoditas untuk menembus pasar internasional dan berkembang disebut sebagai daya saingnya. Artinya suatu produk yang mempunyai daya saing sangat diminati oleh banyak pembeli (Tatakomara 2004 dalam Marlinda, 2008).

2.6.1. Faktor Pendukung Daya Saing Ekspor

Menurut *Global Competitiveness Report* (WEF 2009) mencantumkan tiga faktor yang mendukung daya saing ekspor:

1. Faktor-faktor yang berhubungan dengan permintaan:
 - a. Meningkatnya permintaan produk setengah jadi karena meningkatnya permintaan produk akhir.
 - b. Pergeseran preferensi dan selera pelanggan.
 - c. Kriteria atau spesifikasi baru untuk kualitas.
 - d. Kekhawatiran konsumen terhadap perdagangan yang adil, lingkungan hidup, dan hak-hak pekerja.
 - e. Strategi promosi.
 - f. Saluran distribusi.
2. Faktor-faktor yang berkaitan dengan pasokan:
 - a. Biaya yang terkait dengan produksi, termasuk tenaga kerja, biaya modal, dan input yang diperoleh.
 - b. Infrastruktur
 - c. Investasi
 - d. Produktivitas tenaga kerja
 - e. Pemanfaatan Kapasitas
 - f. Kedekatan pasar
 - g. Kemampuan melakukan inovasi produk dan mengambil risiko organisasi industri (misalnya integrasi vertikal dan horizontal, konsentrasi)
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar:
 - a. Variabilitas nilai tukar meningkatkan risiko ekspor dan mungkin menghambat produsen untuk menjadi eksportir. Selain itu, hal ini dapat membujuk konsumen untuk berganti pemasok.
 - b. Peningkatan nilai tukar riil suatu negara dapat menjadi indikasi potensi peningkatan biaya ekspor dibandingkan produk pesaing di

pasar luar negeri, seperti yang terlihat dari perubahan tren harga domestik dan internasional untuk barang serupa.

Selain itu, Pendorong utama daya saing ekspor adalah dukungan dan kebijakan pemerintah. Dengan menerapkan kebijakan yang mendukung perdagangan, mendorong ekspor melalui inisiatif keuangan dan promosi, berinvestasi di bidang infrastruktur, menegosiasikan perjanjian perdagangan yang menguntungkan, menstabilkan nilai tukar mata uang, menjaga stabilitas politik, menjaga lingkungan hukum dan peraturan yang stabil, dan mendukung pendidikan dan pengembangan keterampilan, pemerintah memainkan peran penting. Bersama-sama, langkah-langkah ini menciptakan iklim yang menguntungkan yang mengurangi hambatan, meningkatkan aksesibilitas pasar, dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam perdagangan global.

2.7 Penelitian Terdahulu

Literatur analisis daya saing dari penelitian-penelitian sebelumnya berfungsi sebagai sumber informasi untuk penelitian ini. Berikut hasil penelitian terdahulu terkait daya saing:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

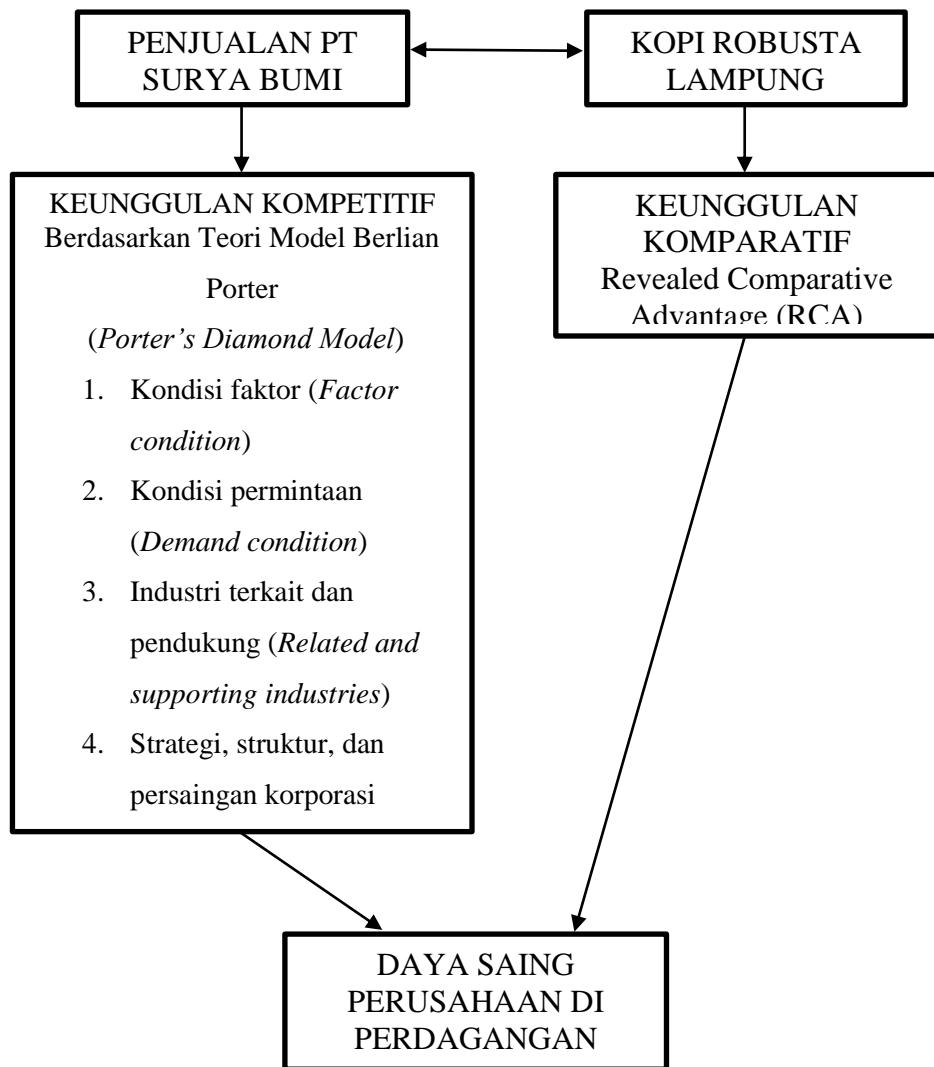
No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	
1	Aditya Putra Raharja (2020)	Daya Saing Dan Faktor Penentu Ekspor Kopi Indonesia Ke Jerman	Kopi Indonesia memiliki nilai RCA rata-rata sebesar 12,53 di pasar Jerman dari tahun 1991 hingga 2014, menurut studi yang mengungkapkan keunggulan komparatif (RCA). Karena $RCA > 1$ di pasar Jerman menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada komoditas kopi dan mampu bersaing dengan negara lain.	
2	Federica Pascucci (2018)	<i>The Export Competitiveness Of Italian Coffee Roasting Industry</i>	penulis menggunakan empat indeks untuk mengevaluasi dimensi pertama (pangsa pasar ekspor, pangsa ekspor bersih, indeks ekspor bersih, keunggulan komparatif yang terungkap)	

			<p>dan tiga indeks untuk dimensi kedua (harga unit ekspor, indeks kualitas relatif, pertumbuhan ekspor relatif). Evolusi konteks internasional, dengan munculnya pesaing baru dan penyebaran konsumsi kopi mereka ke seluruh dunia, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan baru bagi perusahaan Italia. Faktanya, kinerja kompetitif dan potensi kompetitif telah memburuk sejak paruh kedua abad ke-21 karena kurangnya inovasi. Kombinasi faktor eksternal dan internal menjelaskan kekurangan ini.</p>	
3	Jing Shuai, Fubin Huang, Zihui Leng and Xin Cheng (2019)	<i>International competitiveness of China's biomass products: a CMS and RCA analysis</i>	Kategori produk biomassa utama di Tiongkok memiliki indeks RCA yang semuanya kurang dari 1, dengan karbon aktif sebagai satu-satunya pengirim. Di sisi lain, indeks RCA meningkat dari 0,34 pada tahun 2007 menjadi 0,54 pada tahun 2016. Daya saing secara keseluruhan pada kedua tahap juga ditunjukkan oleh hasil model CMS (<i>Constant Market Share</i>). Dari tahun 2007 hingga 2016, ekspor biomassa Tiongkok meningkat dari 38,84 persen pada tahun 2007–2008 menjadi 73,43 persen pada tahun 2009–2016, yang memberikan dampak persaingan yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pasar produk biomassa Tiongkok menjadi lebih kompetitif secara keseluruhan.	
4	Rahayu Widyantini (2019)	<i>Analysis of The Competitiveness of Indonesian Coffee in The Export Market</i>	Berdasarkan temuan penelitian, indeks RCA Indonesia berada pada kisaran 2,8 pada tahun 2018. Angka indeks RCA yang lebih besar dari 1 menunjukkan daya saing Indonesia di pasar global. Berdasarkan kajian kualitatif terhadap karakteristik internal, Indonesia memiliki produktivitas yang rendah dibandingkan empat negara pengekspor terbaik lainnya. Meskipun total permintaan ekspor kopi Indonesia berfluktuasi, namun permintaan dalam negeri terus meningkat. Hanya ada enam perusahaan lokal besar yang menawarkan pengolahan kopi bernilai tinggi. Tujuan ekspor Indonesia juga terbukti menjadi pasar yang kompetitif.	

5	Nur Syavira Rahmalia Putri, Novi Rosanti, dan Zainal Abidin (2022)	Daya Saing Ekspor Pati Ubi Kayu Provinsi Lampung	Sebagai eksportir tepung singkong, Provinsi Lampung mempunyai keunggulan kompetitif komparatif yang cukup besar. Nilai rata-rata RCA sebesar 16,92 dan nilai rata-rata ISP pati singkong selama 12 tahun terakhir di Provinsi Lampung menunjukkan bahwa tanaman berada dalam posisi tumbuh. Sebaliknya, rendahnya tingkat daya saing Provinsi Lampung disebabkan oleh interaksi empat faktor utama: 1) faktor sumber daya dan persaingan, struktur, dan strategi; 2) kondisi permintaan dan industri terkait dan pendukungnya; dan 3) industri terkait dan penunjang serta industri terkait dan penunjang. Menurut model Porter's Diamond, kondisi permintaan dengan persaingan, struktur, dan strategi tidak saling mendukung.	
---	--	--	---	--

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas, penelitian ini telah ditetapkan variabel-variabel yang ditinjau yaitu terkait dengan Analisis Daya Saing Produk Biji Kopi Robusta Lampung Dalam Persaingan Perdagangan Internasional (Studi Pada PT Surya Bumi Sentosa). Sehingga dalam penelitian ini dapat dibentuk melalui kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk mempelajari fenomena manusia atau sosial yang melibatkan pengumpulan perspektif spesifik dari sumber informan, melaporkan temuan dalam latar alami, dan mengembangkan gambaran menyeluruh dan kompleks yang dapat diungkapkan dalam kata-kata (Walidin *et.al.*, 2015).

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Menurut Narimawati dalam (Pratiwi, 2017) Sumber data primer merupakan data asli yang bersumber dari responden. Data primer hanya didapat melalui narasumber yang biasanya disebut responden. Pada penelitian ini, data primer diterima melalui jawaban wawancara dengan narasumber

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2016:225) Data sekunder merupakan sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data yang dilakukan secara tidak langsung. Data sekunder didapatkan melalui yang menjadi sumber data berupa buku, skripsi, jurnal, Badan Pusat Statistik (BPS), Data dan Sistem Informasi Pertanian, *United Nations Commodity Trade Statistics Database* (UN Comtrade), dan *The World Bank* yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan pada penelitian ini.

3.2.3 Informan

Informan disebut juga dengan subjek penelitian, merupakan sumber data yang dapat memberikan wawasan terhadap permasalahan penelitian yang sedang diselidiki. Purposive sampling adalah metode yang digunakan untuk memilih partisipan penelitian; artinya, kandidat dipilih dengan mempertimbangkan tujuan dan perhatian tertentu (Sugiyono, 2014). Peneliti mendefinisikan subjek penelitian sebagai orang-orang yang memenuhi kriteria tertentu, seperti ikut serta dalam kegiatan penelitian dan memiliki pengetahuan serta informasi yang berkaitan dengan penelitian. Subjek yang dipilih untuk mengisi penelitian ini adalah sebagai berikut Penelitian ini diikuti oleh enam karyawan PT Surya Bumi Sentosa. Sumber data penelitian hanya terbatas pada penelitian kualitatif, yang mengutamakan informasi di atas responden dalam jumlah besar. Oleh karena itu, metode *purposive* digunakan untuk memilih peserta penelitian.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau dimanfaatkan dalam penelitian. (Sugiyono, 2011:201) menegaskan bahwa “alat ukur yang baik diperlukan karena komponen fundamental penelitian menyangkut pengambilan pengukuran”. Metode wawancara dan observasi digunakan dalam instrumen ini. Peneliti sendiri mengumpulkan data untuk penelitian kualitatif dengan cara bertanya, meminta, mendengarkan, dan mengambil data dengan meminta bantuan orang lain untuk mengumpulkan data melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi dan fakta pendukung dari lapangan untuk penelitian. Metode berikut digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini:

3.4.1 Observasi

Menurut Sugiyono, (2017:203) Jika dibandingkan dengan metode lain, observasi merupakan suatu pendekatan pengumpulan data yang memiliki kualitas tertentu. Data dikumpulkan melalui observasi dengan melihat aktivitas yang terjadi di Gudang ekspor PT Surya Bumi Sentosa.

3.4.2 Wawancara

Menurut Arikunto (2010:270) Wawancara dimulai dengan serangkaian pertanyaan terorganisir, yang kemudian diperlakukan satu per satu dengan memperoleh informasi tambahan. Dengan kriteria pertanyaan baru yang dikembangkan, pertanyaan dan keterangan responden diharapkan lebih terfokus sehingga memudahkan dalam merangkum catatan temuan pengumpulan data penelitian.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2019) merupakan pengumpulan dokumen atau data peristiwa yang berfungsi sebagai catatan masa lalu. Dokumen berbasis tulisan meliputi laporan kegiatan, peraturan kebijakan, peraturan, dan data yang berkaitan dengan penelitian. Data yang dimaksud merupakan data sekunder yang dikumpulkan dari PT Surya Bumi Sentosa. Informasi tersebut tertuang dalam dokumen yang berkaitan dengan siklus pengelolaan dan pertanggungjawaban aset tetap PT Surya Bumi Sentosa. Dalam penelitian kualitatif, analisis dokumen merupakan tambahan dari metode observasi dan wawancara.

3.5 Subjek dan Objek Penelitian

3.5.1 Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) Subjek penelitian adalah individu-individu yang mempunyai kaitan dengan topik penelitian (informan atau narasumber) guna mengumpulkan data atas data penelitian yang merupakan sampel dari penelitian. Subjek penelitian dapat memberikan rincian mengenai temuan

penelitian yang menjelaskan karakteristik subjek yang diselidiki. Subjek atau informan dalam penelitian ini adalah Karyawan PT Surya Bumi Sentosa.

3.5.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), Objek penelitian adalah memperoleh data dengan tujuan dan fungsi tertentu tentang sesuatu yang obyektif, sah, dan dapat dipercaya dengan mengacu pada faktor-faktor tertentu. Objek penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Daya Saing Produk Kopi Robusta Lampung pada PT Surya Bumi Sentosa Dalam Persaingan Perdagangan Internasional.

3.6 Kerangka Analisis

3.6.1 *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Penggunaan RCA (Revealed Comparative Advantage) berupaya untuk mengetahui seberapa kompetitif ekspor kopi Robusta Lampung dibandingkan provinsi produsen kopi Robusta yang lain di Indoneisa dalam kerangka perdagangan bebas Menganalisis daya saing melalui analisis keunggulan komparatif dengan alat analisis RCA. Rasio ekspor kopi global ke negara tujuan dan rasio pengiriman kopi Indonesia ke negara tujuan dibandingkan untuk melakukan analisis ini. Nilai RCA ditentukan dengan menggunakan persamaan berikut:

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

Keterangan :

RCA = Tingkat daya saing kopi Robusta Lampung di Dunia

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Robusta Lampung ke Dunia

X_j = Nilai ekspor total Lampung ke Dunia

X_{iw} = Nilai ekspor kopi Dunia

X_w = Nilai ekspor total Dunia

Kriteria Keputusan

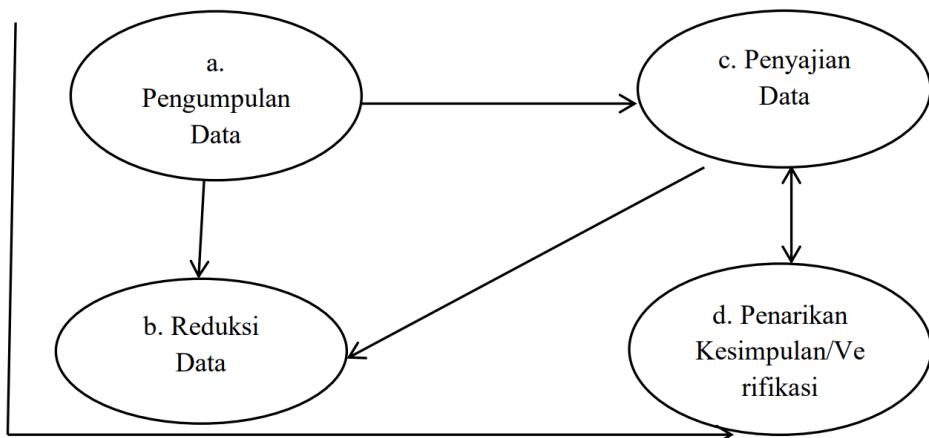
1. $RCA > 1$ maka suatu negara mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan negara lain pada suatu komoditas.
2. $RCA < 1$, maka suatu negara tidak dapat bersaing dengan negara lain karena tidak memiliki keunggulan komparatif pada suatu komoditas.

Teknik analisis RCA mempunyai manfaat dalam mengurangi dampak intervensi pemerintah, sehingga memudahkan untuk melihat bagaimana perubahan keunggulan komparatif suatu komoditas dari tahun ke tahun. Namun, keterbatasan alat analisis RCA terletak pada pengukuran permintaan domestik, ukuran pasar, dan pembangunan berdasarkan nilai RCA. RCA tidak dapat menentukan apakah pola perdagangan saat ini adalah yang terbaik, juga tidak dapat mengidentifikasi peluang produk di masa depan.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan selama dan setelah proses pengumpulan data selesai dalam jangka waktu yang ditentukan. Peneliti telah memeriksa tanggapan responden sebelum wawancara. Hal ini disebabkan data penelitian tidak dapat segera dimanfaatkan; melainkan harus diolah untuk menghasilkan pengetahuan yang komprehensif, dapat dipahami, dan jelas. Penelitian ini menggunakan *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang terdiri dari proses-proses berikut untuk menampilkan data dengan cara yang mudah dipahami: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.



Gambar 3.1. Analysis Interactive Model (Miles & Huberman)

a. Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi, atau dengan menggabungkan ketiga metode tersebut (triangulasi).

b. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memadatkan, memusatkan perhatian pada apa yang penting, menemukan tema dan pola, serta memilih dan mengkategorikan informasi penting. Dalam pengertian ini, data yang diringkas akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan penelitian.

c. Penyajian Data

Proses menyusun informasi menjadi mudah dibaca sehingga dapat diambil kesimpulan dan tindakan dapat diambil, disebut penyajian data dalam penelitian kualitatif. Pemilihan data atau persyaratan pada langkah penyajian data ini harus mempertimbangkan fokus masalah kajian. Informasi tersebut dimodifikasi untuk mengatasi masalah penelitian.

d. Penarik Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan dibuat setelah menyelesaikan tiga langkah pertama. Kesimpulan mengenai temuan analisis dapat diambil setelah data disajikan dengan penekanan pada permasalahannya. Penelitian harus menjadi landasan kesimpulan, yang tidak selalu bisa diungkapkan secara garis besar.

3.7.2 Triangulasi Data

Menurut Sugiyono (2015:83), Triangulasi data adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penggabungan berbagai sumber dan jenis data terkini. Sementara menurut Wijaya (2018), Triangulasi data adalah membandingkan informasi dari berbagai sumber dalam berbagai konteks dan pada berbagai titik waktu. Apabila tidak terdapat perbedaan antara laporan peneliti dengan kenyataan sebenarnya yang diamati pada objek, maka kesimpulan atau data penelitian kualitatif dapat dianggap sah. Namun, penting untuk dipahami bahwa data realitas, sebagaimana didefinisikan oleh penelitian kualitatif, bersifat multipel, bukan unik, dan bergantung pada konstruksi manusia yang sudah terinternalisasi. seseorang sebagai proses berpikir unik dengan pengalaman berbeda. Peneliti menggunakan uji kredibilitas yang disebut triangulasi untuk menilai kebenaran data yang digunakan di lapangan. Meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil adalah tujuan triangulasi.

Berikut triangulasi data yang digunakan :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah proses memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk wawancara, arsip, dan dokumen lain untuk menilai kredibilitas data.

2. Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi digunakan untuk memverifikasi data yang dikumpulkan dari sumber yang sama dengan menggunakan berbagai metode untuk menilai kredibilitas data. Misalnya, data hasil observasi diverifikasi melalui wawancara.

3. Triangulasi Penyidik

Triangulasi penyidik adalah proses pengumpulan dan evaluasi data oleh banyak peneliti. Validitas data dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan sudut pandang peneliti lain saat mengevaluasi informasi dan mengumpulkan data.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai analisis daya saing kopi Robusta Lampung dalam perdagangan internasional dengan objek studi PT. Surya Bumi Sentosa menunjukkan keunggulan daya saing pada seluruh indikator teori berlian Porter. Kondisi Faktor PT. Surya Bumi Sentosa memiliki keunggulan kompetitif yang berdaya saing. Faktor kondisi yaitu sumber daya alam, sumber daya infrastruktur, tenaga kerja, sumber daya modal, dan sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi sudah terpenuhi. Pada kondisi permintaan (*demand condition*) perusahaan ini mampu memenuhi permintaan berdasarkan kondisi pasar kopi saat ini. Pada poin industri pendukung, perusahaan ini mampu membuat hubungan kerjasama yang baik dengan industri pendukung ekspor sehingga daya saingnya meningkat. Pada poin strategi, perusahaan ini memiliki kelemahan pada sumber daya infrastruktur yaitu tidak adanya infrastruktur digital seperti situs web serta media digital lainnya, namun perusahaan ini tetap mampu menciptakan penjualan yang cukup tinggi melalui penggunaan e-mail pemasaran dengan menekankan pada pendekatan dan komunikasi yang personal dengan calon pembeli. Pada poin Pemerintah, perusahaan ini memiliki hubungan baik dengan intansi pemerintah sehingga mampu meningkatkan daya saing. Pada poin peluang, perusahaan ini mampu memanfaatkan peluang pasar dengan baik untuk mendapatkan penjualan. Analisis teori berlian Porter menyimpulkan produk biji kopi Robusta PT. Surya Bumi Sentosa punya daya saing yang tinggi dalam perdagangan internasional.
2. Hasil keunggulan komparatif melalui metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) pada tiga provinsi penghasil kopi Robusta di

3. Indonesia menunjukkan tingkat daya saing provinsi Lampung sangat tinggi menempati urutan pertama sebagai provinsi pengekspor kopi Robusta terbesar. Provinsi Lampung menunjukkan tingkat daya saing yang sangat kuat dengan rata-rata nilai RCA sebesar 58,96 dibandingkan kedua provinsi lainnya yaitu Jawa Timur di urutan kedua dengan nilai sebesar 36,22 dan Sumatera Utara di urutan terakhir dengan tingkat daya saing terendah yaitu dengan rata-rata nilai sebesar 33,58.
4. PT. Surya Bumi Sentosa beserta hasil produksinya yaitu biji kopi Robusta Lampung telah memenuhi keunggulan kompetitif. Perusahaan ini memiliki tingkat produktivitas yang tinggi yang didukung faktor-faktor pendukung yang dimiliki perusahaan sehingga menghasilkan biji kopi berkualitas yang mampu memenuhi ekspektasi pembeli luar negeri. Selain itu, didukung pula dengan hasil analisis keunggulan komparatif dengan menggunakan indikator RCA atau *revealed comparative advantage* yang menunjukkan nilai rata-rata RCA provinsi Lampung sebesar 58,96 lebih besar dibanding Jawa Timur dan Sumatra Utara. Kedua Indikator penentu daya saing perdagangan internasional menyimpulkan bahwa biji kopi Robusta Lampung hasil produksi PT. Surya Bumi Sentosa berdaya saing dalam perdagangan internasional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini membahas daya saing perusahaan dalam perdagangan internasional. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk mengukur kemampuan daya saing baik daya saing perusahaan

maupun daya saing negara atau daya saing regional dalam perdagangan internasional.

5.2.2 Saran Praktis

PT. Surya Bumi Sentosa sampai saat ini masih belum memanfaatkan digitalisasi secara keseluruhan, perusahaan ini juga punya informasi yang masih minim sehingga para pembeli masih kesulitan mencari kredibilitas perusahaan ini. Perusahaan ini seharusnya dapat memanfaatkan digitalisasi khususnya pemasaran digital dengan membuat website maupun media sosial supaya dapat memperluas jangkauan pembeli serta memperkuat personal branding perusahaan. Dengan menggunakan media digital sebagai personal branding diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi calon pembeli untuk mengakses informasi terkait perusahaan dan meningkatkan kepercayaan konsumen baru. Perusahaan ini hendaknya melakukan ekspansi varian biji kopi lain selain Robusta Lampung untuk membangun diferensiasi produk. Sampai saat ini, biji kopi Robusta Lampung hanya menggunakan proses natural. Perusahaan ini hendaknya bersama dengan petani dapat membangun inovasi berkelanjutan pada proses pasca panen biji kopi Robusta Lampung misalnya inovasi biji kopi hasil fermentasi sehingga dapat menciptakan keunikan produk tersendiri

DAFTAR PUSTAKA

- Aam Slamet Rusdiyana. (2019). Perdagangan Internasional: Komparasi Teori Ekonomi Modern dengan Perspektif Islam‖, internet.
- Alamsyah Putra, F. (2022). Pengaruh Ekspor, Impor, dan Kurs terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2).
- Amir M.S. (2004). Strategi Memasuki Pasar Ekspor Bisnis Internasional No.14. PPM. Jakarta
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2023). Pemanfaatan Website Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 7(1), 381. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>
- Ansori & Joko Priyono. (2018). ANALISIS PENGARUH PENYERAPAN TENAGA KERJA DAN UPAH MINIMUM PEKERJA TERHADAP JUMLAH KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2009-2015. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 3(No. 1).
- Apriani, T. (2021). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI SUMATERA SELATAN DI PASAR ASEAN. *Journal of Business Administration (JBA)*, Vol. 1(No. 2).
- Arikunto, s. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barirah Marlinda. (2008). Analisis Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogo
- Bakan I, Doğan F. (2012). Competitiveness of the industries based on the Porter's diamond model: an empirical study. *International Journal of Recent Research and Applied Studies (IJRRAS)*.1 (3): 441-455.
- Boediono. (2010). Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.3 Ekonomi Internasional. BPFE. Yogyakarta.

Candrianto. (2021). Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Literasi Nusantara,<https://play.google.com/store/books/details?id=g9YrEAAAQBAJ>.

Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran. Bandung : satu Nusa.

Delano, W. J. F. A., & Tumbuan, Y. J. F. A. (2022). Analisis Tows Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Di Cafe Time420s Kecamatan Langowan Utara Tows Analysis Of Marketing Strategy Determination At Cafe Time420s, Langowan Utara District. *Mandagie 101 Jurnal EMBA*, 10(1), 101–112.

Ennis, D., (2014). The Effect of Caffeine on Healt: The Benefits Outweigh the Risk. Academic Journal.

Fandy Tjiptono. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta: Andi offset.

Ferdinand C.E & Nugraheni R. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk,dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki. Skripsi

Fitria, E. A. (2022). Pengaruh Ekspor, Tabungan Bruto, Dan Pembentukan Modal Bruto Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol 1(No 2).

Gallagher S. (2005). Why does firm performance differ? global strategy james modison university. [internet]. [Diunduh pada 2008 Maret 10]. Tersedia pada <http://educ.jmu.edu/~gallagsr/WDFPDGlobal.pdf>

Gregory, Mankiw. (2006). Pengantar Ekonomi Makro. Salemba Empat. Jakarta.

Hady, Hamdy. (2001). Ekonomi Internasional I. Teori dan Kebijakan Perdagangan Iternasional. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press., <https://play.google.com/store/books/details?id=PYfCDwAAQBAJ>

Kartika Sari. (2019). Perdagangan Internasional. Cempaka Putih. Klaten

Kaswan, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 2.

- Komaludin, A., & Wahid, N. N. (2017). Analisis Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Kemampuan Manajerial, Jiwa Kewirausahaan Dan Motivasi Sebagai Faktor Penentu Kinerja Operasional. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(2), 104-113.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition,. Pearson Education, Inc
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Krugman, P.R and M. Obstfeld; diterjemahkan Faisal H. Basri. 2003. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurniasari, F., & Monica, L. (2019.). Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga Indonesia Dan Produk Domestik Bruto Terhadap Volume Ekspor Impor Di Indonesia. In *Journal Of Business & Applied Management* (Vol. 12, Issue 1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Leo Daphne. (2014) *MIAW-Management In Absurd Way* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,), 67.
- Lubis, M. P. N. & Harahap, I. M. (2022). 4061-Article Text-7088-4-10-20220812. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, Vol 2(2), 3069–3080.
- Murtiani, Ningsih, & Bawono. (2020). Hubungan antara perilaku konsumtif pada produk x dengan citra diri remaja putri. *Jurnal Mediapsi*, 2(1), 45-50.
- Oz O. (2002). Assessing Porter's framework for national advantage: the case of Turkey. *Journal of Business Research*. 55(6): 509-515.
- Porter ME. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York (US): Free Press.
- Sahat Barita Simanjuntak. (1992). Analisis Daya Saing dan Dampak Kebijaksanaan Pemerintah terhadap Daya Saing Perusahaan Kelapa Sawit Indonesia. Disertasi Doktor. Program Pascasarjana IPB. Bogor.

- Salvatore, D. (2020). Growth and trade in the United States and the world economy: Overview. *Journal of Policy Modeling*, 42(4), 750–759
- Sedyaningrum, M., Suhadak, & Nuzula, N. F. (2016). Daya Beli Masyarakat di Indonesia Studi pada Bank Indonesia Periode Tahun 2006 : IV-2015 : III. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 114–121
- Shafaei R. (2009). An analytical approach to assessing the competitiveness in the textile industry. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. 13(1): 20 – 36.
- Smith, AJ. (2010). The competitive advantage of nations: is Porter's Diamond framework a new theory that explains the international competitiveness of countries? *Southern African Business Review*. 14(1): 105-130.
- Sudaryono., (2016). Manajemen Pemasaran teori dan implementasi. Yogyakarta: Penerbit ANDI CV
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi ke-2 Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid & Atik Budi Paryanti. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress Vol.12, No. 1*.
- Sun H, Fan Z, Zhou Y, Shi Y. (2010). Empirical research on competitiveness factors analysis of real estate industry of Beijing and Tianjin. *Engineering, Construction and Architectural Management*. 17(3): 240-251.
- Tasevska GM. (2006). An economic analysis of the macedonian viticulture

a competitiveness view of the grape and wine sectors. [thesis]. Upssala (SE): Swedish University of Agricultural Sciences

Watchravesringkan K, Karpova E, Hodges NN, Copeland R. (2010). The competitive position of Thailand's apparel industry: challenges and opportunities for globalization. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 14(4): 59