

### BAB III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu Dan Objek Penelitian

Tahapan dan waktu dalam penelitian ini dibagi dalam beberapa tahapan seperti tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Waktu dan Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian							
	2023	2024						
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
Perencanaan Penelitian	■							
Investasi Pustaka	■	■						
Survei Pendahuluan	■	■	■					
Penulisan Usulan Penelitian		■	■					
Seminar Usulan Penelitian				■				
Revisi Makalah Usulan Penelitian				■				
Pengumpulan Data				■				
Pengolahan dan Analisis Data				■	■			
Penulisan Hasil Penelitian					■	■		
Seminar Kolokium							■	
Revisi Hasil Seminar Kolokium							■	
Sidang Skripsi								■
Revisi Makalah Skripsi								■

Objek penelitian ini adalah fokus pada posisi dan kemampuan daya saing ekspor teh hijau Indonesia di pasar internasional dengan membandingkan negara-negara eksportir terbesar pada komoditas teh hijau. Negara pembanding yaitu Tiongkok, Jepang, Polandia, dan Jerman, karena negara tersebut merupakan negara terbanyak ekspor teh hijau di dunia.

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*Case Study*) pada ekspor produk teh hijau Indonesia di pasar internasional dengan menerapkan metode yang bersifat kuantitatif. Sujarweni (2023) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai suatu proses pencarian informasi yang menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantitatif (pengukuran).

Analisis keunggulan komparatif menggunakan analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) & RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*) untuk mengetahui keunggulan komparatif. Analisis ECI (*Export Competitive Indeks*) untuk mengetahui keunggulan kompetitif komoditas teh hijau Indonesia di pasar dunia dengan melihat nilai ekspor secara komparatif.

### 3.3 Jenis Data Dan Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (*time series*) dari tahun 2013 sampai tahun 2022 dan *The United Nation Commodity Trade Statistic Database (UN Comtrade)*, *Trade Map*, jurnal penelitian dan lain sebagainya yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Data-data yang dibutuhkan antara lain:

- Nilai ekspor komoditas Teh hijau dari negara Indonesia dari tahun 2013-2022 dalam satuan ribu US\$.
- Nilai ekspor komoditas Teh hijau dari negara Tiongkok dari tahun 2013-2022 dalam satuan ribu US\$.
- Nilai ekspor komoditas Teh hijau dari negara Jepang dari tahun 2013-2022 dalam satuan ribu US\$.
- Nilai ekspor komoditas Teh hijau dari negara Polandia dari tahun 2013-2022 dalam satuan ribu US\$.
- Nilai ekspor komoditas Teh hijau dari negara Jerman dari tahun 2013-2022 dalam satuan ribu US\$.

### 3.4 Operasional Variabel

Definisi fungsional adalah definisi yang memberikan penjelasan variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini memberikan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang diteliti (Dekanawati dkk, 2023). Operasional variabel berfungsi mengarahkan variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini ke dalam indikator-indikator yang lebih terperinci, yang berguna dalam pembahasan hasil penelitian.

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini meliputi:

1. Teh Hijau adalah nama teh yang terbuat dari daun tanaman teh (*Camellia sinensis*), yang dipetik dan dipanaskan untuk mencegah oksidasi, atau bisa juga merujuk pada minuman yang dibuat dengan cara menyeduh daun teh.
2. Daya Saing adalah kemampuan suatu negara atau wilayah untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.
3. Perdagangan Internasional adalah aspek makroekonomi ilmu ekonomi internasional sebab berhubungan dengan masing-masing negara sebagai individu yang diperlakukan sebagai unit tunggal, serta berhubungan dengan harga relatif satu komoditas.
4. Keunggulan komparatif adalah ukuran daya saing suatu negara dalam kondisi persaingan sempurna.
5. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu entitas, seperti negara, perusahaan, atau individu, untuk memproduksi barang atau jasa dengan biaya peluang yang lebih rendah dibandingkan pesaing.
6. Nilai ekspor teh hijau adalah jumlah dari nilai ekspor teh hijau Indonesia pada periode 2013 hingga 2022 dengan satuan dollar Amerika Serikat (US\$).
7. Total nilai ekspor adalah jumlah nilai ekspor dari keseluruhan komoditas teh hijau di Indonesia dan empat negara pembanding lainnya dengan satuan dollar Amerika Serikat (US\$).
8. Nilai ekspor teh hijau dunia adalah nilai ekspor teh hijau yang dilakukan semua negara di dunia tahun tersebut dengan satuan dollar Amerika Serikat (US\$).

9. Total nilai ekspor dunia adalah total nilai seluruh ekspor yang dilakukan semua negara di dunia pada tahun tersebut dengan satuan dollar Amerika Serikat (US\$).

### 3.5 Kerangka Analisis

#### 1. Analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*) Dan Analisis RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*)

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui kekuatan daya saing produk ekspor teh hijau Indonesia digunakan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang digunakan sebagai alat untuk menganalisis dan mengolah data. *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk melihat lebih rinci komoditas teh Indonesia untuk bersaing dengan negara-negara lain di pasar dunia (Simalango dkk, 2023).

Analisis keunggulan komparatif dengan menggunakan indeks RCA untuk mengetahui daya saing komoditas teh hijau Indonesia pada pasar dunia dengan melihat nilai ekspor secara komparatif. Indeks RCA dirumuskan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{X_i/X_{im}}{X_w/X_{wm}}$$

Keterangan :

$X_i$  = Nilai ekspor komoditas teh dari negara i (US\$)

$X_{im}$  = Nilai ekspor total dari negara i (US\$)

$X_w$  = Nilai ekspor komoditas teh dunia (US\$).

$X_{wm}$  = Nilai ekspor total dunia (US\$)

RCA = Indikator daya saing (keunggulan komparatif)

$i$  = negara Indonesia dan negara Perbandingan.

Jika nilai RCA pada Negara lebih besar dari pada satu, maka dapat di katakan negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif yang besar dalam komoditas ekspor teh dan dapat memiliki daya saing yang kuat. Maka jika semakin tinggi nilai RCA komoditi pada negara tersebut, maka semakin kuat daya saing pada produk tersebut, sehingga negara tersebut akan disarankan untuk terus mengembangkannya dengan cara melakukan perbaikan pada komoditi tersebut. Nilai RCA index adalah salah satu faktor yang dapat menunjukkan perubahan pada

keunggulan komparatif. Pada indeks RCA ini dapat menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas atau sekelompok komoditas pada suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Sehingga dapat dikatakan, indeks RCA dapat menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas terhadap dunia dengan menunjukkan nilai RCA tersebut.

Dari metode ini jika nilai RCA lebih kecil daripada 1, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan bisa dibilang negara tersebut berdaya saing lemah atau tidak memiliki daya saing. Sehingga tidak berspesialisasi di kelompok komoditas yang bersangkutan.

Perlu diketahui apakah setiap produk teh memiliki keunggulan komparatif atas ekspornya, hal tersebut dapat dinilai berdasarkan RCA antara 0 dan lebih besar dari 1. Nilai 1 dianggap garis pemisah antara keunggulan dan ketidakunggulan komparatif.  $RCA \geq 1$  berarti daya saing dari negara bersangkutan untuk produk yang diukur diatas rata-rata (dunia), sedangkan bila  $RCA \leq 1$  berarti daya saingnya berada dibawah rata-rata (Tambunan, 2004). Namun, RCA memiliki kelemahan karena nilai RCA asymmetric, artinya nilai dari RCA tidak memiliki batas karena berkisar dari 0 sampai tidak terhingga ( $0 < RCA < \infty$ ). Laursen (2000) memodifikasi RCA menjadi *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA). Keunggulan dari indeks RSCA memiliki nilai yang dibatasi sehingga lebih mudah dipahami.

$$RSCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)}$$

Konsep dari RSCA hampir sama dengan rumus RCA akan tetapi rumus RSCA membuat perubahan dalam penilaian daya saing, dimana pada nilai RSCA dibatasi antara -1 sampai dengan 1. Sebuah produk disebut memiliki daya saing jika memiliki nilai di atas nol, dan dikatakan tidak memiliki daya saing jika nilai dibawah nol (Tobing dkk, 2023).

## 2. Analisis ECI (*Export Competitive Index*)

Lindung & Jamil (2018) menyatakan bahwa analisis untuk menentukan kemampuan daya saing teh hijau Indonesia di pasar internasional menggunakan analisis ECI (*Export Competitive Index*). Analisis ECI ini menyatakan keunggulan kompetitif. Hasil ECI akan menunjukkan kemampuan daya saing teh hijau suatu negara dibandingkan dengan negara lain, apabila hasil nilai ECI komoditas teh hijau lebih besar dari satu maka suatu negara dalam komoditas tersebut menghadapi trend daya saing yang naik. Hasil nilai ECI akan menunjukkan apakah suatu produk yang di maksud memiliki kemampuan untuk bersaing (berdasarkan keunggulan kompetitif) dengan negara lain yang merupakan negara pesaingnya. ECI menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditi tertentu (lemak kakao) pada periode tertentu (t) dengan rasio pangsa ekspor suatu negara di pasar dunia untuk komoditas tersebut pada periode sebelumnya (t-1).

$$ECI = \frac{(X_{ij}/X_{iw})_t}{(X_{ij}/X_{iw})_{t-1}}$$

Keterangan :

Simbol (j) ditujukan untuk kelima negara ekspor teh hijau.

$X_{ij}$  : Nilai ekspor teh hijau oleh negara j (satuan US\$)

$X_{iw}$  : Nilai ekspor total dunia teh hijau (satuan US\$)

t : Periode berjalan

t-1 : Periode sebelumnya

Kriteria pengambilan keputusan :

$ECI > 1$  : Memiliki keunggulan kompetitif atau memiliki arah tren naik.

$ECI = 1$  : Tidak terjadi kenaikan ECI atau Kinerja ekspor teh hijau suatu negara tersebut tidak berubah dari tahun sebelumnya.

$ECI < 1$  : Tidak memiliki keunggulan kompetitif atau mengalami arah tren menurun.