

Struktur Pasar dan Daya Saing Ekspor Kelapa Indonesia di Pasar Internasional

Nizmah Furoidah^{1*}, Evi Irawan², Putriesti Mandasari³

¹Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jalan Ir. Sutami No.36A, Kentingan, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah.

*email : nizmahfuroidah17@student.uns.ac.id

Abstract

Indonesia is one of the world's largest coconut producers; however, the export competitiveness of its processed coconut products continues to face intense competition in the international market. This study aims to analyze the comparative advantage, competitive advantage, and export market development potential of Indonesian processed coconut products. Secondary data for the period 2014–2024 were obtained from UN Comtrade, Trade Map, Statistics Indonesia, and the Center for Agricultural Data and Information Systems. The analysis employed the Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD), Trade Specialization Index (TSI), and the X-Model Potential Export Product approach. The results indicate that desiccated coconut (HS 080111) has a comparative advantage in all major export destinations, while coconut oil (HS 151311) demonstrates comparative advantage in Malaysia and the United States. Based on the EPD analysis, desiccated coconut is positioned as a rising star in Germany, the United Kingdom, and the United States, whereas coconut oil achieves rising star status in France and Germany. Market potential analysis identifies Germany, the United Kingdom, and the United States as priority markets for desiccated coconut exports, while other markets still offer opportunities through improvements in product quality, supply chain efficiency, product diversification, and compliance with international standards.

Keywords: processed coconut; export competitiveness; RCA; EPD; market potential.

1. PENDAHULUAN

Perkebunan merupakan salah satu bagian sektor pertanian yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Pratama et al., 2023). Salah satu komoditas unggulan yang dapat bersaing dalam pasar secara global adalah kelapa. Kelapa beserta turunannya asal Indonesia telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap devisa negara dan menjadi komoditas ekspor unggulan dalam perdagangan internasional (Astuti dan Paksi, 2022). Ekspor kelapa Indonesia dalam 5 tahun terakhir menunjukkan kinerja yang relative stabil dalam perdagangan internasional dengan kecenderungan mencatat surplus neraca perdagangan (Pusdatin, 2025). Disamping itu produksi kelapa Indonesia terus mengalami penurunan dalam 5 tahun terakhir (FAO, 2024). Meskipun produksi kelapa Indonesia mengalami tren penurunan, Indonesia hingga saat ini tetap sebagai produsen kelapa terbesar di dunia. Potensi tersebut memberikan peluang kepada Indonesia untuk dapat tetap mempertahankan posisinya di pasar global (Pusdatin, 2025).

Analisis kinerja perdagangan kelapa Indonesia dibedakan menurut tingkat pengolahannya yaitu primer dan olahan. Kelapa olahan merupakan hasil dari olahan kelapa yang sudah tidak lagi memperlihatkan ciri asli buah kelapa. Kelapa olahan banyak diminati oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia (Naufal dan Suprehatin, 2021). Kelapa olahan terdiri dari 14 olahan, dengan kelapa parut kering dan minyak kelapa yang memiliki permintaan tinggi (Pusdatin, 2025).

Filipina hingga kini masih menjadi pemain utama dalam perdagangan kelapa olahan dengan volume dan nilai ekspor tertinggi (Pusdatin, 2025). Indonesia berada di posisi kedua yang juga mencatat kinerja yang cukup kuat, namun masih tertinggal jauh dari Filipina (Andhika et al., 2022). Dominasi Filipina dalam perdagangan kelapa olahan juga menegaskan bahwa Indonesia masih memiliki peluang untuk memperkuat daya saingnya pada komoditas kelapa yang bernilai tambah (Pratama et al., 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa Indonesia perlu memperkecil kesenjangan kinerja ekspor dengan Filipina dan meningkatkan posisinya di pasar global dengan melakukan penguatan industri hilir. Liberalisasi perdagangan mendorong Indonesia untuk meningkatkan daya saing ekspor melalui spesialisasi dan pengembangan produk bernilai tambah agar mampu bersaing di pasar global (Diphayana, 2020). Sebagai salah satu komoditas unggulan perkebunan, kelapa olahan perlu didukung dengan strategi pengembangan yang adaptif terhadap dinamika perdagangan internasional guna mempertahankan sekaligus meningkatkan daya saing dan nilai ekspornya (Rahmah & Ibrahim, 2023).

Penelitian mengenai ekspor kelapa olahan telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada analisis daya saing atau potensi pasar secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan daya saing komparatif, daya saing kompetitif, dan potensi pengembangan pasar kelapa olahan dalam satu kerangka analisis masih relatif terbatas. Padahal, pendekatan yang komprehensif diperlukan untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai posisi daya saing kelapa olahan Indonesia di pasar internasional serta menentukan strategi pengembangan ekspor yang lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kebaruan melalui: (1) pengukuran daya saing komparatif dan kompetitif menggunakan RCA dan EPD pada pasar tujuan utama; serta (2) penyusunan prioritas pengembangan pasar ekspor kelapa olahan berdasarkan integrasi hasil analisis RCA, EPD, melalui pendekatan X-Model Potential Export Product.

2. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan merupakan data time series dengan rentang waktu selama 11 tahun yaitu tahun 2014-2024 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Pertanian Direktorat Jendral dan Perkebunan, Kementerian Perdagangan, TradeMap, dan UN Comtrade Teknik pengambilan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis Revealed Comparative Advantage (RCA), analisis Export Product Dynamics (EPD), serta X Model Potential Product. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel. Revealed Comparative Advantage (RCA) mengukur apakah pangsa pasar ekspor sebuah komoditas dalam total ekspor negara tersebut lebih besar dibandingkan pangsa pasar komoditas yang sama dalam ekspor dunia (Arsal dan Rahmadanih, 2025).

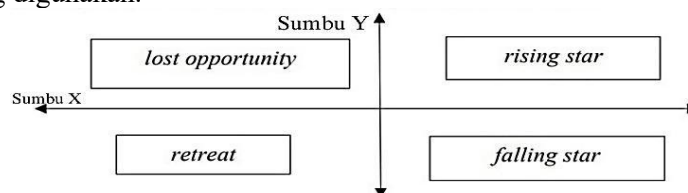
$$RCA = \frac{X_i/X_j}{Y_i/Y_j}$$

Dimana X_i adalah nilai ekspor komoditas kelapa oleh negara i ke negara tujuan (US\$), X_j adalah nilai total ekspor oleh negara i ke negara tujuan (US\$), Y_i adalah nilai ekspor komoditas kelapa dunia ke negara tujuan (US\$), Y_j adalah nilai total ekspor dunia ke negara tujuan (US\$). Putro dan Hidayat (2023), menyatakan bahwa nilai $RCA < 1$ berarti daya saing komoditas kelapa lemah atau negara tidak memiliki keunggulan komparatif, sebaliknya nilai $RCA > 1$ berarti daya saing komoditas kelapa kuat atau negara memiliki keunggulan komparatif.

Menurut Aurelia *et al.*, (2022), *Export Product Dynamic* (EPD) adalah indikator yang menggambarkan tingkat daya saing produk suatu negara di pasar tujuan tertentu. Metode ini digunakan untuk mengetahui posisi daya saing kelapa Indonesia di pasar tujuan dan apakah ekspor kelapa Indonesia dan negara pesaingnya dalam kondisi dinamis atau tidak.

$$\begin{aligned} \text{Sumbu X, Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor} &= \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij_t}} \right) \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij_{(t-1)}}} \right) \times 100\%}{T} \\ \text{Sumbu Y, Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk} &= \frac{\sum_{t=1}^T \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij_t}} \right) \times 100\% - \sum_{t=1}^T \left(\frac{X_t}{W_t} \right) \times 100\%}{T} \end{aligned}$$

Dimana X_{ij} adalah nilai ekspor kelapa oleh negara i di negara tujuan ekspor (US\$), X_t adalah nilai ekspor total oleh negara i di negara tujuan ekspor (US\$), W_{ij} adalah nilai ekspor kelapa dunia di negara tujuan ekspor (US\$), W_t adalah nilai ekspor total dunia di negara tujuan ekspor (US\$), T adalah jumlah tahun analisis yang digunakan.



Gambar 1. Matriks Daya Tarik dan Kekuatan Pasar pada EPD

X-Model Potential Export Products merupakan suatu metode analisis yang menggabungkan antara hasil analisis RCA dengan EPD yang bertujuan untuk menentukan potensi pengembangan suatu komoditas dengan klusterisasi komoditas berdasarkan potensi pengembangan tinggi atau rendah di wilayah tertentu (Rivai *et al.*, 2021). Metode *X-Model* ini berguna untuk menentukan potensi pengembangan komoditas kelapa Indonesia.

Tabel 1. *X-Model Potential Export Products*

RCA	EPD	(Potensi Pengembangan Pasar)
$RCA > 1$	<i>Rising Star</i>	Pasar Optimis
	<i>Lost Opportunity</i>	Pasar Potensial
	<i>Falling Star</i>	Pasar Potensial
	<i>Retreat</i>	Kurang Potensial
$RCA < 1$	<i>Rising Star</i>	Pasar Potensial
	<i>Lost Opportunity</i>	Kurang Potensial
	<i>Falling Star</i>	Kurang Potensial
	<i>Retreat</i>	Tidak Potensial

Sumber: (Rivai *et al.*, 2021)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu komoditas berdasarkan kinerja ekspornya dibandingkan dengan ekspor komoditas yang sama di pasar dunia (Sudrajat, 2023). Dalam penelitian ini, RCA digunakan untuk menilai daya saing komparatif kelapa olahan Indonesia pada negara tujuan ekspor. Nilai RCA yang lebih besar dari satu menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif, sedangkan semakin tinggi nilai RCA maka semakin kuat daya saing komoditas tersebut di pasar internasional (Sapto et al., 2025). Perhitungan daya saing produk kelapa olahan Indonesia dilakukan dengan menggunakan beberapa variabel, yaitu nilai ekspor kelapa olahan Indonesia, nilai total ekspor Indonesia, nilai ekspor kelapa olahan dunia, serta nilai total ekspor dunia. Berdasarkan pengukuran terhadap variabel-variabel tersebut, diperoleh nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) yang menggambarkan tingkat daya saing kelapa olahan Indonesia di berbagai negara tujuan ekspor.

Tabel 2. Daya Saing Komparatif Kelapa Olahan Kode HS 080111 dan Kode HS 151311 Indonesia di Negara Tujuan Ekspor Berdasarkan Analisis RCA

Tahun	Nilai RCA Kelapa Olahan Indonesia							
	Kelapa Parut Kering (HS 080111)				Minyak Kelapa (HS 151311)			
	China	Jerman	UK	AS	Prancis	Jerman	Malaysia	AS
2014	42,93	188,99	63,16	1,35	0,00	0,00	16,74	52,08
2015	35,40	148,96	67,07	0,49	0,00	0,00	14,45	37,36
2016	28,79	130,59	63,82	0,72	0,00	0,00	13,96	67,64
2017	23,78	118,72	56,72	0,65	0,00	0,00	13,79	57,49
2018	19,05	117,87	75,79	0,57	0,00	0,00	16,62	15,86
2019	15,46	115,17	88,30	0,92	0,00	0,00	12,72	24,95
2020	19,00	169,48	75,65	5,00	0,00	0,00	11,49	14,63
2021	10,38	198,31	82,19	4,15	0,59	0,00	10,50	25,76
2022	6,65	147,33	72,93	3,13	0,00	0,00	10,29	21,80
2023	6,60	146,60	63,42	1,69	0,54	0,11	13,28	17,00
2024	4,91	178,44	82,90	0,50	0,00	6,22	167,60	3,73
Rata-rata	19,36	150,95	72,00	1,74	0,10	0,58	27,40	30,75

Sumber: Data diolah

Tabel 2. menunjukkan bahwa kelapa parut kering Indonesia memiliki keunggulan komparatif di semua pasar tujuan, sementara itu minyak kelapa memiliki keunggulan komparatif di pasar tujuan Malaysia dan Amerika Serikat. Kelapa parut kering berdaya saing paling kuat di Jerman. Jerman merupakan salah satu importir utama kelapa Indonesia di pasar Eropa dengan nilai impor mencapai 30 juta US\$ tahun 2021 (Azhar *et al.*, 2023). Indonesia menempati posisi sebagai eksportir kelapa parut kering terbesar kedua setelah Filipina, namun pada tahun 2021 dan 2022 Indonesia berhasil melampaui Filipina menjadi eksportir utama kelapa parut kering ke Jerman. Sementara itu, minyak kelapa Indonesia berdaya saing paling kuat di Amerika Serikat. Hasil ini selaras dengan penelitian yang menunjukkan bahwa minyak kelapa Indonesia memiliki daya saing komparatif yang kuat, disebabkan oleh volume ekspor minyak kelapa dan pangsa pasar ekspor yang terus meningkat seiring dengan peningkatan permintaan minyak kelapa di Amerika Serikat (Xia dan Dewi, 2021).

Export Product Dynamics (EPD) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur posisi pasar dan daya saing suatu komoditas di pasar tujuan ekspor (Sembiring et al., 2021). Dalam penelitian ini, EPD digunakan untuk mengevaluasi daya saing kompetitif kelapa olahan Indonesia melalui analisis pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pangsa pasar produk. Apabila pertumbuhan ekspor berlangsung lebih cepat dibandingkan rata-rata dalam jangka waktu yang relatif panjang, maka komoditas tersebut memiliki potensi menjadi salah satu sumber utama penerimaan ekspor dan menunjukkan daya saing yang semakin kuat di pasar internasional.

Tabel 3. Daya Saing Kompetitif Kelapa Olahan Indonesia di Negara Tujuan Utama Berdasarkan Analisis EPD Tahun 2014-2024

Kode HS	Negara Importir	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ekspor (%)	Pertumbuhan Pangsa Pasar Produk (%)	Posisi Pasar
080111	China	-0,03	0,00	<i>Lost Opportunity</i>
	Jerman	0,00	0,00	<i>Rising Star</i>
	UK	0,00	0,00	<i>Rising Star</i>
	AS	0,00	0,00	<i>Rising Star</i>
151311	Prancis	0,00	0,00	<i>Rising Star</i>
	Jerman	0,00	0,00	<i>Rising Star</i>
	Malaysia	-0,02	0,00	<i>Lost Opportunity</i>
	AS	-0,04	0,00	<i>Lost Opportunity</i>

Sumber: Data diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa masing-masing komoditas kelapa Indonesia memiliki posisi pasar yang berbeda pada setiap negara tujuan ekspor. Komoditas kelapa Indonesia berada di posisi rising star untuk kelapa parut kering di Jerman, United Kingdom dan Amerika Serikat, serta minyak kelapa di Prancis dan Jerman. Posisi rising star ini menunjukkan pertumbuhan yang berkembang cepat dan pesat, baik dari sisi peningkatan pangsa pasar ekspor maupun penguasaan komoditas di pasar tersebut (Aurelia et al., 2022). Artinya, kapasitas ekspor kelapa dan penguasaan pasar Indonesia di negara tersebut terus meningkat secara konsisten. Komoditas kelapa Indonesia juga berada di posisi lost opportunity kelapa parut kering di China; serta minyak kelapa di Malaysia dan Amerika Serikat. Posisi ini menunjukan pangsa pasar komoditas kelapa Indonesia mengalami penurunan, tetapi komoditas kelapa masih kompetitif di pasar internasional karena permintaan komoditas kelapa masih tinggi. Posisi ini mengindikasikan adanya penurunan daya saing sehingga ekspor kelapa Indonesia tidak maksimal dalam memanfaatkan peluang yang ada di pasar (Naufal dan Suprehatin, 2021).

Komoditas kelapa olahan Indonesia di pasar Eropa, khususnya Jerman dan Prancis, berada pada posisi rising star, yang menunjukkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan permintaan produk yang terus meningkat (Azhar et al., 2023). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia mampu memenuhi kebutuhan pasar melalui pasokan yang relatif stabil serta kualitas produk yang semakin baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Oktari et al. (2023) yang menyatakan bahwa pasar Eropa masih mengandalkan Indonesia sebagai salah satu pemasok utama kelapa olahan karena industri pengolahan domestik telah mampu memenuhi standar mutu internasional dan menjaga kontinuitas pasokan. Selain itu, meningkatnya preferensi konsumen Eropa terhadap minyak nabati dan produk pangan sehat berbasis kelapa turut memperkuat peluang ekspor kelapa olahan Indonesia (Azhar et al., 2023).

Sebaliknya, kelapa olahan Indonesia di beberapa pasar asia seperti Malaysia dan China, masih berada pada posisi lost opportunity, yang menunjukkan bahwa peningkatan permintaan pasar belum mampu dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh ketatnya persyaratan keamanan pangan di negara tujuan, termasuk standar terkait residu pestisida, kontaminasi mikrobiologis, serta kualitas pengemasan dan penanganan pascapanen yang belum sepenuhnya konsisten (Daspar et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk, penerapan standar keamanan pangan, dan perbaikan sistem pascapanen menjadi faktor penting untuk memperkuat daya saing kelapa olahan Indonesia di pasar internasional.

Tabel 4. Potensi Pengembangan Pasar Kelapa Olahan Indonesia Ekspor Berdasarkan Hasil Analisis RCA dan EPD

Kode HS	Negara Tujuan	RCA	EPD	Potensi Pengembangan Pasar
080111	China	19,36	<i>Lost Opportunity</i>	Potensial
	Jerman	150,95	<i>Rising Star</i>	Optimis
	UK	72,00	<i>Rising Star</i>	Optimis
	AS	1,74	<i>Rising Star</i>	Optimis
151311	Prancis	0,10	<i>Rising Star</i>	Potensial
	Jerman	0,58	<i>Rising Star</i>	Potensial
	Malaysia	27,40	<i>Lost Opportunity</i>	Potensial
	AS	30,75	<i>Lost Opportunity</i>	Potensial

Sumber: Data diolah

Hasil analisis menunjukkan bahwa potensi pengembangan pasar ekspor kelapa olahan Indonesia bervariasi antarnegara tujuan berdasarkan kombinasi nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Export Product Dynamics (EPD). Pada komoditas kelapa parut kering (HS 080111), seluruh negara tujuan memiliki nilai RCA di atas satu yang menunjukkan keunggulan komparatif. Jerman, Inggris, dan Amerika Serikat berada pada posisi rising star sehingga dikategorikan sebagai pasar optimis karena didukung oleh keunggulan komparatif dan pertumbuhan pangsa pasar yang positif. Sementara itu, China termasuk pasar potensial karena meskipun memiliki RCA yang tinggi, posisinya masih lost opportunity, yang mengindikasikan bahwa peluang pertumbuhan permintaan belum dimanfaatkan secara optimal.

Berbeda dengan kelapa parut kering, minyak kelapa (HS 151311) menunjukkan daya saing yang lebih beragam. Prancis dan Jerman berada pada posisi rising star, tetapi belum memiliki keunggulan komparatif karena nilai RCA masih di bawah satu, sehingga masih tergolong sebagai pasar potensial. Sebaliknya, Malaysia dan Amerika Serikat memiliki keunggulan komparatif yang kuat, namun berada pada posisi lost opportunity, yang mencerminkan belum optimalnya pemanfaatan pangsa pasar. Secara keseluruhan, hasil integrasi RCA dan EPD menunjukkan bahwa Jerman, Inggris, dan Amerika Serikat menjadi prioritas pengembangan ekspor kelapa parut kering, sedangkan pasar lainnya masih memerlukan strategi peningkatan daya saing melalui perbaikan kualitas produk, efisiensi rantai pasok, diversifikasi produk, dan pemenuhan standar internasional.

4. KESIMPULAN

Kelapa olahan Indonesia memiliki daya saing yang berbeda pada setiap negara tujuan ekspor. Kelapa parut kering menunjukkan keunggulan komparatif di seluruh pasar utama, sedangkan minyak kelapa hanya memiliki keunggulan komparatif di Malaysia dan Amerika Serikat. Berdasarkan analisis EPD, kelapa parut kering berada pada posisi rising star di Jerman, Inggris, dan Amerika Serikat, sementara minyak kelapa berada pada posisi rising star di Prancis dan Jerman. Integrasi hasil RCA dan EPD menunjukkan bahwa Jerman, Inggris, dan Amerika Serikat merupakan pasar prioritas bagi pengembangan ekspor kelapa parut kering, sedangkan China, Prancis, Malaysia, dan Amerika Serikat masih memiliki peluang untuk dikembangkan melalui strategi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing pasar. Peningkatan daya saing ekspor kelapa olahan memerlukan penguatan kualitas dan diversifikasi produk, peningkatan efisiensi rantai pasok, serta pemenuhan standar mutu dan keamanan pangan internasional. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisi kelapa olahan Indonesia di pasar global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada bapak ibu dosen Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan ilmunya sehingga saya dapat menerapkan langsung dalam bentuk jurnal ini. Apabila terdapat kesalahan penulisan dan hal lainnya. Hal tersebut murni kesalahan penulis.

REFERENCES

- Andhika, I., Rachmat, P., & Winandi, R. (2022). Daya Saing Produk Kelapa Indonesia di Negara Tujuan. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(4), 1632–1643.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.04.35>
- Arsal, A., & Rahmadanih. (2025). *Daya Saing Untuk Pemenuhan Pangan dan Kesejahteraan Petani*. Penerbit KBM Indonesia
- Astuti, W., & Paksi, A. K. (2022). A Study about Indonesia's Crude Oil as Export Commodity. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(9), 402–411.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i9.4142>
- Aurelia, M., Syaukat, Y., & Falatehan, A. F. (2022). Competitiveness and Potential for Indonesian Coffee Export Market Development. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 20116–20126.
https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6031_20116
- Aurelia, M., Syaukat, Y., & Falatehan, A. F. (2022). Competitiveness and Potential for Indonesian Coffee Export Market Development. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 20116–20126.
https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6031_20116
- Azhar, A., Medy, F., Anggraini, D., Yoda, T., & Dewi, O. (2023). Daya Saing dan Potensi Pengembangan Ekspor Produk Kelapa Parut Kering Ke Enam Negara Uni Eropa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 13–19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i1.541>
- Daspar, Sartika, D. Y., Putri, A. M., Fitriyani, & Halimah, N. (2024). Peluang Dan Ancaman Perdagangan Produk Kerajinan Dan Kebijakan Untuk Mengatasinya : Studi Kasus Indonesia dengan Singapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(04), 783–788.
<https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/index>
- Diphayana, W. (2020). *Perdagangan Internasional*. Deepublish
- Naufal, H. Al, & Suprehatin. (2021). Daya Saing Produk Kelapa Indonesia dan Eksportir Kelapa Utama Lainnya Di Pasar Global. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 21(1), 24–31.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25181/jppt.v21i1.2073>
- Oktari, R. D., Siregar, A. P., & Meitasari, D. (2023). Analisis Ekspor Kelapa dan Produk Olahan Kelapa Indonesia di Pasar Uni Eropa: Pendekatan Indeks Spesialisasi Perdagangan. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 8(4), 163–168.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37149/JIMDP.v8i4.416>
- Pratama, B. M., Ali, M. I., Wati, M. H., Rhonsina, R., & Wulandari, S. (2023). Kontribusi Subsektor Perkebunan Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Sumatera Utara. *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1637–1645.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i6.3079>
- Pratama, B. R., Tooy, D., & Kim, J. (2024). Price Competition and Shifting Demand : The Relation between Palm and Coconut Oil Exports. *Sustainability*, 16(101), 1–24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su16010101>

- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2025). Analisis Kinerja Perdagangan Komoditas Kelapa. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2025). Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kelapa. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Putro, F. A. D., & Hidayat, N. K. (2023). Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Jepang: Struktur Pasar dan Daya Saing. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 17(2), 177–202. <https://doi.org/10.55981/bilp.2023.227>
- Rahmah, M., & Ibrahim, H. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2413–2417. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13281>
- Rivai, A. P., Musran, M., & Mahyuddin, M. (2021). Daya Saing dan Potensi Pengembangan Ekspor Pati Sagu Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 39(2), 153–161. <https://doi.org/10.24246/agric.2021.v33.i1.p43-56>
- Sapto, S., Marwanti, S., Hastuti, D., & Fachriyani, H. A. Analisis Daya Saing Ekspor Teh Indonesia di Pasar Asia Tenggara Tahun 2012-2021. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 3(1), 57-65. <https://doi.org/10.20961/agrisema.v3i1.87516>
- Sembiring, B. S., Syaukat, Y., & Hastuti. (2021). Struktur Pasar Dan Daya Saing Karet Alam Indonesia Di Amerika Serikat. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 15(2), 235–256. <https://doi.org/10.30908/bilp.v15i2.623>
- Sudrajat, M. A. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar Asean. *Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 105–116. <https://jurnal.litnuspublisher.com/index.php/jecs/article/view/172/179>
- Xia, L., & Dewi, S. S. (2021). Analysis of Trade Specialization and Competitiveness of Indonesian Coconut Cil In The International Market (2010-2020). *Open Journal of Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101015>