

# DAYA SAING KOMODITAS LADA INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL (Studi Tentang Ekspor Lada Indonesia Tahun 2010-2014)

**Dini Tri Kurnianto**  
**Suharyono**  
**Kholid Mawardi**  
Bisnis Internasional  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
E-Mail: [dinitrikurnianto@gmail.com](mailto:dinitrikurnianto@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the competitiveness of Indonesian pepper commodities in the international market. The analysis is the analysis of Porter's Diamond Analysis, RCA, and ISP with qualitative and quantitative approaches. The results of this study are Indonesian pepper commodities lacks on competitiveness. This is evidenced by Indonesian human resources and natural resources are very abundant, but very lacking in technology, capital, and infrastructure. The weakness of related industries is very influential, structure and competition is very high with product diversification strategy. For the government and chance factors a very good. Indonesian pepper commodities has a comparative advantage with RCA value is still above Vietnam that has value 7.91, Indonesia with a RCA value 33.90. Indonesian Value ISP in 2014 period about 0.72 and it is still inferior to Brazil with ISP value about 0.99.*

**Keywords : Competitiveness, Export, Pepper.**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui daya saing komoditas lada Indonesia di pasar internasional. Analisis yang digunakan adalah Analisis Daya Saing Berlian Porter, RCA, dan ISP dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah komoditas lada Indonesia tidak mempunyai daya saing kompetitif. Hal ini dibuktikan dengan SDM dan SDA Indonesia yang sangat melimpah, tapi sangat kurang dalam Teknologi, Modal, dan Infrastruktur. Masih lemahnya industri terkait sangat berpengaruh, struktur dan kompetisi sangat tinggi dengan strategi diversifikasi produk. Untuk faktor pemerintah dan kesempatan sangat baik. Komoditas lada Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dengan nilai RCA 7,91 tapi Vietnam masih diatas Indonesia dengan nilai RCA 33,90. Nilai ISP Indonesia tahun 2014 sebesar 0,72 masih kalah dengan Brazil sebesar 0,99.

**Kata Kunci : Daya Saing, Ekspor, Lada**

## 1. PENDAHULUAN

Aktivitas perekonomian suatu negara tidak bisa dipisahkan dari perdagangan internasional. Negara-negara banyak yang mengandalkan perdagangan internasional sebagai penggerak perekonomian dan sumber pendapatan negara (Bustami, 2013:56). Integrasikan perekonomian berdasarkan kebutuhan akan perdagangan bebas yang minim akan hambatan, berdampak pada terbentuknya organisasi yang mampu memberikan fasilitas barang, jasa, dan uang, seperti, *World Trade Organization* (WTO), *International Monetary Fund* (IMF), *North American Free Trade Area* (NAFTA), *Association South East Asian Nations* (ASEAN) (Nadrag dan Bala, 2014: 642).

Bentuk kegiatan perdagangan internasional adalah ekspor dan impor. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean, Impor adalah kegiatan mendatangkan barang ke daerah kepabeanan. Ekspor memungkinkan ekonomi nasional menjadi lebih baik untuk memperkaya cadangan valuta asing, menyediakan lapangan kerja, dan akhirnya mencapai sebuah kualitas hidup yang lebih baik. Indonesia adalah negara yang menjadikan ekspor salah satu sumber pendapatan negara baik sektor migas dan non-migas.

Salah satu komoditas yang menjadi unggulan dan mempunyai potensi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah lada (*Piper Nigrum L*). Lada adalah salah satu komoditas rempah-rempah Indonesia yang sudah diperdagangkan sejak zaman Kerajaan Hindu-Budha. Lada (*Piper Nigrum L*) merupakan salah satu rempah yang paling tua dan populer di dunia. Tanaman hijau ini tumbuh merambat sejak zaman dahulu dipesisir pantai Malabar, India (Kemenperin, 2013:1). Lada merupakan komoditas perkebunan pertama dari Indonesia yang diperjual-belikan ke Eropa melalui Arabia dan Persia. Indonesia dikenal dengan 2 jenis lada, yaitu lada hitam dari Lampung dan lada putih dari Bangka. Potensi komoditi lada bisa dilihat dengan mempunyai kenaikan produksi 1,75% setiap tahunnya. (Ditjenbun, (2014:5), IPC.org (*International Pepper Community*).

Oleh karena itu, penelitian mengenai daya saing lada Indonesia perlu dilakukan untuk mengetahui posisi bersaing Indonesia dalam perdagangan komoditi lada di pasar internasional. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Daya Saing Komoditas Lada Indonesia di Pasar Internasional (Studi Tentang Ekspor Lada Indonesia 2010-2014)**”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Perdagangan Internasional

Menurut Sobri (2000:1), perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai transaksi perdagangan antara subjek ekonomi negara yang satu dengan subjek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa-jasa. Subjek ekonomi adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor dan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan.

### 2.2 Teori Keunggulan Absolut

Menurut Ekananda (2014:21), suatu negara dikatakan memiliki keunggulan absolut karena masing-masing negara dapat menghasilkan suatu barang dengan biaya yang secara absolut lebih rendah dari negara lain. Kelebihan dari keunggulan absolut adalah terjadinya perdagangan bebas di antara dua negara yang saling memiliki keunggulan absolut berbeda, dimana ekspor dan impor meningkatkan kemakmuran negara. Kelemahannya yaitu apabila hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut, maka perdagangan internasional tidak akan terjadi karena tidak ada keuntungan.

### 2.3 Teori Keunggulan Kompetitif

Menurut Porter (1990:71), ada enam (6) kategori atribut yang merupakan faktor penentu keunggulan bersaing industri nasional. Menurut teori ini, terdapat empat faktor penentu daya saing internasional, yaitu kondisi faktor sumber daya, kondisi permintaan, eksistensi industri terkait dan pendukung, persaingan, kondisi struktur, dan strategi perusahaan dalam negeri. Sebagai pelengkap terdapat dua variabel luar yaitu peranan pemerintah dan peluang.

## 2.4 Teori Keunggulan Komparatif

Tambunan (2004:110) menyatakan bahwa terdapat tiga metode dalam menganalisis daya saing suatu negara yaitu pertama melalui *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode ini menjelaskan apabila ekspor suatu negara terhadap suatu jenis barang yang mana persentase jumlah ekspor manufaktur negara tersebut lebih tinggi daripada pangsa ekspor barang yang sama atas jumlah ekspor dunia, maka negara ini mempunyai keunggulan komparatif atas produksi dan ekspor barang tersebut. Metode yang kedua yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), dimana indeks ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah untuk suatu jenis produk menjadikan negara tersebut cenderung menjadi eksportir atau importir dan memantau produk negara tersebut mengalami kejenuhan atau pertumbuhan. Metode ketiga adalah *Acceleration Ratio* (AR) yang menggambarkan apakah sebuah negara dapat mengambil pasar di luar negeri atau posisinya semakin lemah di pasar ekspor dunia. Penelitian ini akan menggunakan analisis komparatif RCA dan ISP.

## 2.5 Daya Saing

Pada dasarnya, tingkat daya saing suatu negara dipasar internasional ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitiv advantage*). Selanjutnya, faktor keunggulan komparatif bisa dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif bisa dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan atau diciptakan (Tambunan, 2001:48).

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif.

### 3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada daya saing komoditas lada Indonesia dipasar internasional.

### 3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Objek penelitian adalah daya saing secara komparatif dan kompetitif perdagangan komoditas lada Indonesia pada tahun 2010-2014 dengan Vietnam, Brazil, India, dan Malaysia sebagai pembanding dengan pertimbangan negara-negara tersebut adalah produsen lada dunia berdasarkan *Food and Agriculture Organization* (FOA) dan *International Pepper Community* (IPC).

### 3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time series* tahun 2010-2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi volume dan nilai ekspor dan impor lada Indonesia dan negara-negara produsen lada lainnya untuk perhitungan RCA dan ISP, luas areal perkebunan lada Indonesia, konsumsi lada dalam negeri, harga lada internasional, total volume dan nilai ekspor-impor lada dunia. Data diperoleh dari BPS (Badan Pusat Statistik), AELI (Asosiasi Eksportir Lada Indonesia), KEMENPERIN (Kementerian Perdagangan dan Industri), *International Trade Centre* (ITC), dan IPC (*International Pepper Community*), Kementerian Pertanian yang ditelusuri melalui jaringan internet. Sumber informasi yang lain diperoleh dari buku, artikel, jurnal, dan internet. Dalam penelitian ini juga digunakan data yang berasal dari literatur dan penelitian terdahulu.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mencatat langsung dari berbagai kepustakaan seperti tulisan ilmiah, jurnal, laporan, dan website yang berkaitan dengan penelitian. Sebagian besar data sekunder diolah sesuai kebutuhan penelitian.

### 3.6 Teknis Analisis Data

#### 3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2009:206) statistik deskriptif adalah statistik untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku pada umumnya.

Langkah awal untuk menjelaskan dan menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing perdagangan lada menggunakan konsep kompetitif analisis daya saing Berlian Porter, selanjutnya analisis komparatif dengan menggunakan analisis perhitungan RCA dan ISP.

### 3.6.2 Model Daya Saing Berlian Porter

Menurut Porter (1990:69) suatu bangsa atau negara dalam era globalisasi memiliki *Competitive Advantage of Nation* yang digunakan untuk bersaing di pasar internasional yang terbentuk empat titik sudut yang saling terkait yaitu kondisi faktor sumber daya, kondisi permintaan, eksistensi industri terkait dan pendukung, kondisi struktur, persaingan dan strategi perusahaan dalam negeri. Sebagai tambahan terdapat dua variabel luar yaitu peranan pemerintah dan peluang.

### 3.6.3 Analisis Revealed Comparative Advantage

Menurut Tambunan (2001:92) Nilai indeks RCA adalah indeks yang menunjukkan perbandingan antar pangsa ekspor komoditas / sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa pasar ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Jika nilai indeks RCA dari suatu negara untuk komoditas tertentu lebih besar dari satu (1), berarti negara bersangkutan mempunyai keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia dalam komoditas tersebut. Sebaliknya, lebih kecil dari satu (1) berarti keunggulan komparatif untuk komoditas tersebut rendah, atau dengan kata lain di bawah rata-rata dunia. Rumus RCA sebagai berikut:

$$RCA = (X_{ij}/X_{IT}) / (W_j/WT)$$

Dimana:

X<sub>ij</sub> = nilai ekspor produk i negara i

X<sub>IT</sub> = total nilai ekspor negara i

W<sub>j</sub> = nilai ekspor produk i dunia

WT = total nilai ekspor dunia

Sumber: Kemenkeu.go.id

### 3.6.4 Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan

Indeks Spesialisasi Perdagangan merupakan metode umum yang digunakan sebagai alat ukur tingkat daya saing. Indeks ini digunakan untuk melihat apakah suatu jenis produk di suatu negara menjadikan negara tersebut negara eksportir atau improtir (Bustami dan Hidayat, 2013:59).ISP dirumuskan sebagai berikut:

$$ISP = \frac{X_{ia} - M_{ia}}{X_{ia} + M_{ia}}$$

Dimana:

X<sub>ia</sub> = Nilai ekspor produk i di suatu negara

M<sub>ia</sub> = Nilai Impor produk i di suatu negara

Menurut Tambunan (2004:124) Perhitungan Nilai ISP adalah antara -1 dan +1. Jika nilainya positif (di atas 0 sampai 1), maka komoditi bersangkutan dikatakan mempunyai daya saing yang kuat antar negara atau negara bersangkutan cenderung sebagai pengekspor dari komoditi tersebut (suplai domestik lebih besar dari permintaan domestik). Sebaliknya, daya saing rendah atau cenderung negara pengimpor jika nilainya negatif (dibawah 0 sampai -1).

## 4. PEMBAHASAN DAN HASIL

### 4.1 Gambaran Umum Lada

Lada (*Piper nigrum L*), termasuk keluarga *Piperaciae* yang meliputi ratusan jenis tanaman lada. Di Indonesia dijumpai sekitar 40 jenis lada. Jenis lada yang dikenal didaerah-daerah penghasil lada ialah Kerinci, Jambi, Bangka, dan Bulok Belantung. Pembibitan lada dapat dilakukan dengan cara menyemai biji lada yang sudah cukup tua (berwarna merah atau kuning) dan dengan cara stek cabang (Soemartono, 1985:14). Proses pemeliharaan tanaman lada terdiri dari penyiraman, penyulaman, pemberantasan tumbuhan pengganggu, *mulching*, pemupukan, pemangkasan, dan pengendalian hama dan penyakit. Penyakit yang paling sering menyerang tanaman lada adalah penyakit busuk pangkal batang (*Phytophthora Capsici*) dan penyakit kuning (Soemartono, 1985:24).

## 4.2 Pemasaran Lada

Alur perdagangan lada Indonesia, dimulai dari petani yang sebagai produsen, didistribusikan ke pedagang tingkat desa, pedagang tingkat kecamatan, pedagang tingkat kabupaten dan barulah sampai ke eksportir. Pada setiap level, keuntungan pedagang adalah 10%. Hal ini berlanjut kepada tingkat eksportir dimana kenaikan 90% dari harga awal petani yang dibebankan kepada konsumen.

## 4.3 Perkembangan Ekspor Impor Negara Produsen

Pada tahun 2010 ekspor lada dunia oleh 5 negara produsen lada tersebut sebesar 269.033 Ton pada dan pada 2014 sebesar 278.528 Ton. Indonesia ditahun 2014 mengalami penurunan ekspor sebesar 34.733 Ton, padahal tahun 2013 Indonesia mengekspor lada sebesar 47.908 Ton. Negara-negara eksportir pun tak hanya mengandalkan produksi dalam negerinya saja untuk pemenuhan akan lada, mereka pun seringkali mengimpor lada untuk diekspor kembali ataupun digunakan untuk kebutuhan dalam negeri mereka. Negara pengimpor lada terbesar adalah Vietnam dan terkecil adalah Brazil. Vietnam sendiri mengimpor lada terbesar pada tahun 2010 sebesar 23.063 Ton sedangkan Brazil mengimpor terendah pada tahun 2012 sebesar 305 Ton. Indonesia sendiri, mengimpor lada terbesar pada tahun 2014 sebesar 6.049 Ton, dan terkecil pada tahun 2013 sebesar 417 Ton.

## 4.4 Perkembangan Lada Indonesia

Pada tahun 2010 luas area perkebunan lada Indonesia adalah 110.620 Ha dan pada tahun 2014 sebesar 111.563 Ha. Produksi lada Indonesia pada tahun 2010-2014, bahwa produksi lada Indonesia selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010 produksi lada menurut Direktorat Jendral Perkebunan Kementerian Pertanian adalah sebesar 83.663 Ton. Selanjutnya, pada tahun 2014 jumlah produksi lada Indonesia sejumlah 92.016 Ton.

Konsumsi dalam negeri Indonesia selalu mengalami kenaikan. Hal ini bisa dilihat pada tahun 2010 jumlah total konsumsi lada Indonesia dalam negeri adalah sebesar 16.200 Ton. Meningkat drastis pada tahun 2014 dimana konsumsi lada dalam negeri sebesar 20.000 Ton.

Kondisi ini terjadi karena sekitar 80% produksi lada Indonesia diekspor keluar negeri.

Perkembangan harga rata-rata lada putih (wujud biji kering) di pasar dalam negeri di Indonesia cenderung meningkat, yaitu dari Rp. 45.925,-/kg pada tahun 2010 dan mencapai puncaknya pada tahun 2014 sebesar Rp. 133.759,-/kg. Rata-rata pertumbuhan pada periode tersebut sebesar 17,4%. Hal ini tidak jauh berbeda dengan harga rata-rata lada hitam di pasar dalam negeri yang cenderung meningkat dari periode tersebut. Pada awalnya, ditahun 2010 harga dalam negeri adalah sebesar Rp. 27.899,-/kg, dan kemudian pada tahun 2014 sebesar Rp. 94.067,-/kg. Rata-rata pertumbuhan periode tersebut adalah 13,4%.

Perkembangan harga rata-rata lada hitam di pasar internasional cenderung meningkat, yaitu dari US\$3.677,-/Ton pada tahun 2010 dan mencapai puncaknya pada tahun 2014 sebesar US\$8.975,-/Ton. Rata-rata pertumbuhan pada periode tersebut sebesar 1,02%. Hal ini sama tidak jauh beda dengan lada putih dimana harganya cenderung naik, yaitu pada tahun 2010 US\$5.662,-/Ton dan US\$12.362,-/Ton pada tahun 2014. Rata-rata pertumbuhan adalah 1,03%.

## 4.5 Analisis Berlian Porter

### 4.5.1 Faktor Kondisi

SDA, SDM sangat baik. SD Teknologi, Modal, Infrastruktur sangat kurang.

### 4.5.2 Kondisi Permintaan

Mempunyai daya saing dari kualitas dan keunggulan produk lada, seperti contoh masih banyaknya permintaan pasar internasional

### 4.5.3 Eksistensi industri terkait dan pendukung

Dukungan Industri Terkait masih lemah: seperti belum adanya industri Penangkar bibit dan Olah lada.

### 4.5.4 Kondisi struktur, persaingan, dan strategi

Strategi, Struktur, dan persaingan antar perusahaan: Struktur dan Persaingan ketat, Strategi diversifikasi produk.

### 4.5.5 Peran Pemerintah

Kebijakan Hulu, Produksi, Pengolahan, Pemasaran, dan Kelembagaan yang sudah tersistem dengan baik.

#### 4.5.6 Kesempatan

*Brand* Lada Hitam dan Putih yang sudah terkenal di pasar internasional menjadi keunggulan kompetitif lada Indonesia.

### 4.6 Analisis RCA dan ISP

#### 4.6.1 RCA

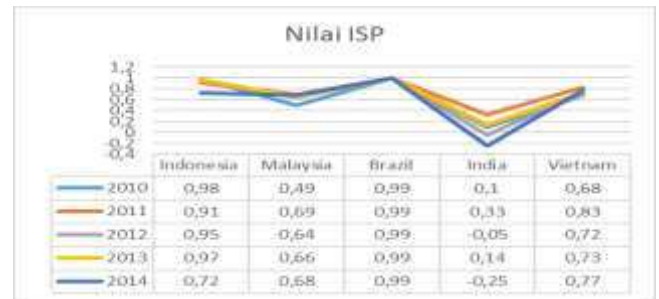


**Gambar 1. Nilai RCA 5 Produsen Lada Dunia**  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016.

Nilai RCA tertinggi dari 5 negara diperoleh negara Vietnam. Pada tahun 2010 nilai RCA Vietnam sebesar 70,44. Sempat naik di tahun 2011 sebesar 73,67 dan terus menurun sampai 2014 sebesar 33,90. Tapi masih menjadi yang tertinggi diantara produsen lada lainnya. Nilai RCA Indonesia pada tahun 2010 adalah 21,76. Indonesia mempunyai nilai RCA yang fluktuatif dimana 2011 turun menjadi 11,48, di tahun 2012 naik menjadi 20,94, pada tahun 2013 turun menjadi 17,25 dan pada 2014 turun hingga 7,91. Namun secara keseluruhan, nilai RCA Indonesia lebih unggul dibandingkan Brazil, India, dan Malaysia. Dibawah Vietnam dan Indonesia ada negara Brazil. Nilai RCA Brazil di tahun 2010 sebesar 7,69 dan pada 2014 sebesar 5,60. Nilai RCA India cenderung mengalami peningkatan, pada tahun 2010 sebesar 3,54 dan tahun 2014 sebesar 9,77. Nilai RCA Malaysia stagnan dan cenderung menurun hal ini terlihat dari nilai RCA pada tahun 2010 sebesar 3,77 dan 2014 sebesar 2,31.

#### 4.6.2 ISP

Brazil memiliki nilai yang cenderung stagnan dari 2010-2014 yaitu dengan nilai ISP 0,99. Indonesia diperingkat kedua dengan nilai ISP pada tahun 2010 sebesar 0,98 dan 2014 sebesar 0,72.



**Gambar 2. Nilai ISP 5 Produsen Lada Dunia**  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016.

Diperingkat ketiga adalah Vietnam, dengan nilai ISP 2010 sebesar 0,68 dan 0,77 di 2014. Malaysia diperingkat keempat dengan nilai ISP di tahun 2010 sebesar 0,49 dan 2014 sebesar 0,68. Dan yang terakhir adalah India. India sempat menjadi negara importir lada di tahun 2012 dan 2014 dikarenakan nilai ISP nya dibawah dari Nol (0). Indonesia masih bisa menyaingi Brazil dalam konteks ISP dengan cara menambah jumlah produksi lada dalam negeri, karena Indonesia berada pada urutan kedua untuk ekspor dan impor setelah Brazil berdasarkan hitungan ISP.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulannya bahwa, dalam analisis secara Kompetitif lada Indonesia belum mempunyai daya saing yang kuat (Periode 2010-2014) tetapi mempunyai daya saing secara komparatif yang sangat tinggi. Dengan kata lain, lada Indonesia secara kualitas stagnan tapi perdagangan lada Indonesia terus dan tetap terjadi karena permintaan akan lada Indonesia terus menerus meningkat di pasar internasional.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, untuk meningkatkan daya saing lada Indonesia perlu adanya peningkatan kualitas dan kuantitas dari penjualan produk lada dengan menambah dan mengembangkan ekspor lada dalam bentuk diversifikasi sehingga dapat meningkatkan volume dan nilai ekspor lada. Meningkatkan produktivitas dalam negeri budidaya lada melalui perbaikan benih unggul atau bersertifikat serta penanganan hama dan penyakit pada lada. Menjalin kerjasama dan melakukan pendekatan pada pihak investor ataupun kreditur mulai memberikan kredit khusus kepada petani maupun produsen disektor perkebunan lada.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, B. Dan Hidayat. 2013. Analisis Daya Saing Produk Ekspor Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(2): 56-71
- Ekananda, M. 2014. *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Nadrac, L dan Bala, M. A. 2014. Study of The Term Globalisation. *Linguistik And Philosophical Investigations*, 13(1): 641-649
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. London: The Macmillan Press Ltd.
- Soemartono. 1985. *Lada*. Edisi 2. Jakarta: Yasaguna.
- Sobri. 2000. *Ekonomi Internasional: Teori Masalah dan Kebijaksanaannya*. Yogyakarta : BPFE-UI
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Tambunan, Tulus. 2001. *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran*. Jakarta : Pusat LP3ES.
- Tambunan, Tulus. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- \_\_\_\_\_. Ditjenbun Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2014. "Basis Data Ekspor Impor Produk Pertanian Indonesia 2012 – 2016", Diakses Pada Tanggal 4 Juni 2016 dari <https://database.pertanian.go.id/eksim/index1.asp>
- \_\_\_\_\_. Undang-Undang No.10.1995. "Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan", Diakses pada tanggal 4 Juni 2016 dari <https://repository.beacukai.go.id/peraturan/2011/11/31579455e986-undang-undang-nomor-10-tahun-1995.pdf>