

ANALISIS DAYA SAING LIMA KOMODITAS PAKAIAN JADI INDONESIA DI TIGA NEGARA TUJUAN EKSPOR INDONESIA

Fiana Marsha Marentek¹, Eva Ervani²

^{1,2}Program Studi Bisnis Internasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran
fiana21001@mail.unpad.ac.id, eva.ervani@unpad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor pakaian jadi Indonesia di tiga negara tujuan utama, yaitu Amerika Serikat, Jepang, dan Korea Selatan, serta membandingkannya dengan negara-negara pesaing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengukur keunggulan komparatif, dan *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk mengukur keunggulan kompetitifnya dengan menilai tren daya saing ekspor dari waktu ke waktu yaitu periode 2015-2023. Analisis dilakukan terhadap lima HS code yaitu 611020, 610462, 621210, 620640, dan 620640 yang merupakan komoditas unggulan Indonesia untuk di ekspor pada tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata RCA Indonesia di pasar Amerika Serikat cukup tinggi, mencapai di atas 9 dan bahkan 20,12 pada 2023. Di Korea Selatan, RCA rata-rata di atas 1, sementara di Jepang masih ada yang di bawah 1 dengan rata-rata 0,80 pada 2022. Berbeda dengan Vietnam yang memiliki rata-rata RCA sekitar 3 di ketiga pasar utama. Untuk nilai ECI Indonesia menunjukkan daya saing yang kuat karena berada di atas 1 untuk berbagai HS code, dibandingkan dengan tiga negara pesaing yang berbeda untuk setiap HS code. Penting juga untuk meningkatkan nilai ekspor ke negara tujuan lainnya seperti Jepang dan Korea Selatan, agar Indonesia tidak terlalu bergantung pada pasar Amerika Serikat saja.

Kata Kunci: Daya Saing Ekspor, Pakaian Jadi, RCA, ECI, Keunggulan Komparatif, Keunggulan Kompetitif.

Article History

Received: April 2025

Reviewed: May 2025

Published: May 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

This study aims to analyse the competitiveness of Indonesia's apparel exports in three main destination countries, namely the United States, Japan, and South Korea, and compares them with competitor countries. The methods used in this study are Revealed Comparative Advantage (RCA) to measure comparative advantage, and Export Competitiveness Index (ECI) to measure its competitive advantage by assessing the trend of export competitiveness over time, namely the period 2015-2023. The analysis was conducted on five HS codes namely 611020, 610462, 621210, 620640, and 620640 which are Indonesia's leading commodities for export in 2023. The results show that Indonesia's average RCA in the US market is quite high, reaching above 9 and even 20.12 in 2023. In South Korea, the average RCA is above 1, while in Japan there is still below 1 with an average of 0.80 in 2022. In contrast, Vietnam has an average RCA of around 3 in all three major markets. For the ECI value, Indonesia shows strong competitiveness as it is above 1 for various HS codes, compared to three different competitor countries for each HS code. It is also important to increase the value of exports to other destination countries such as Japan and South Korea, so that Indonesia does not depend too much on the United States market alone.

Keywords: *Export Competitiveness, Apparel, RCA, ECI, Comparative Advantage, Competitive Advantage*

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan mekanisme penting karena tiap negara memiliki sumber daya alam dan tenaga kerja yang berbeda, kerja sama antarnegara menjadi penting untuk saling memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa. Ekspor dan impor menjadi dua kegiatan utama dalam perdagangan internasional, di mana ekspor berperan sebagai sumber devisa utama dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagai salah satu negara yang aktif dalam perdagangan internasional, Indonesia banyak mengandalkan kegiatan ekspor dan dalam upaya mendukung perekonomian negara, menempati peringkat ke-10 sebagai negara pengekspor tekstil terbesar di dunia, meskipun masih di bawah Vietnam sebagai pesaing utama di antara negara-negara ASEAN (Ragimun, 2018).

Bidang Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia memiliki sejarah panjang yang dimulai pada era 1970-an, dengan periode keemasan pada tahun 1980-an. Industri ini bersifat strategis dengan struktur terintegrasi dari hulu hingga hilir. Produk TPT Indonesia diklasifikasikan menggunakan sistem Harmonized System (HS) Code, dengan HS 50-60 untuk bahan baku dan kain, serta HS 61-63 untuk pakaian jadi dan produk tekstil lainnya. Pakaian jadi merupakan bagian dari struktur industri TPT dan berada pada segmen hilir, yang mulai berkembang pada pertengahan 1970-an setelah produsen tekstil lokal mampu menyediakan bahan tekstil jadi.

Perkembangan produksi pakaian jadi Indonesia menunjukkan fluktuasi dari tahun 2014 hingga 2024. Pada periode 2014-2017, indeks produksi relatif stabil, kemudian mengalami lonjakan signifikan pada 2018-2019. Namun, terjadi penurunan drastis pada 2020-2021 akibat pandemi COVID-19, sebelum menunjukkan pemulihan pada 2022-2023. Secara global, Indonesia konsisten menempati peringkat ke-8 sebagai pemasok pakaian terbesar di dunia, dengan kontribusi sekitar 1,7% dari total ekspor pakaian dunia pada tahun 2021, senilai USD 9 miliar (World Trade Organization (WTO), 2023).

Data ekspor tahun 2022-2023 menunjukkan penurunan volume dan nilai ekspor baik untuk barang-barang rajutan maupun pakaian jadi bukan rajutan. Untuk barang-barang rajutan, terjadi penurunan dari 234.495.630 kg menjadi 187.641.129 kg, dengan nilai ekspor turun dari USD 4.647.917.249 menjadi USD 3.780.364.643. Sementara itu, pakaian jadi bukan rajutan mengalami penurunan dari 182.251.829 kg menjadi 157.894.779 kg, dengan nilai ekspor berkurang dari USD 4.877.607.830 menjadi USD 4.218.464.880. Penurunan serupa juga terjadi pada sub-industri pakaian jadi lainnya seperti pakaian jadi berbahan rajut, aksesoris tekstil, dan produk kaus kaki rajutan. (Badan Pusat Statistik (BPS), 2024).

Di tengah tantangan tersebut, beberapa negara tercatat sebagai destinasi utama ekspor dan menopang permintaan terhadap produk pakaian jadi Indonesia. Amerika Serikat (AS), Jepang, dan Korea Selatan secara konsisten menjadi pasar utama bagi pakaian jadi Indonesia sejak 2018 hingga 2023. AS mendominasi dengan pangsa pasar selalu melebihi 50% dari total ekspor pakaian jadi Indonesia, mencapai USD 1,07 miliar atau 53,48% pada tahun 2023. Secara geografis menurut, Jawa Tengah dan Jawa Barat menonjol sebagai provinsi eksportir utama pakaian jadi di Indonesia, berkontribusi sebesar 82,39% dari total ekspor pakaian jadi nasional pada periode Januari-Maret 2023, dengan mayoritas ekspor dilakukan melalui Pelabuhan Tanjung Priok (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2018).

Ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat menunjukkan tren peningkatan rata-rata sekitar 3% antara 2018-2022, dengan Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara sumber impor pakaian jadi terbesar di AS (5,35%), di bawah Tiongkok (21,34%), Vietnam (17,84%), Bangladesh (8,98%), dan India (5,76%). Namun, ekspor ke Jepang dan Korea Selatan mengalami penurunan, dari 31,6 juta ton pada 2018 menjadi 22,1 juta ton pada 2023 untuk Jepang, dan dari 21 juta ton menjadi 15,5 juta ton untuk Korea Selatan pada periode yang sama. (World Trade Organization (WTO), 2023).

Mengingat Amerika Serikat, Jepang, dan Korea Selatan merupakan pasar strategis bagi ekspor pakaian jadi Indonesia, analisis daya saing ekspor ke ketiga negara tersebut menjadi penting. Indonesia masih menghadapi persaingan ketat dari negara produsen pakaian jadi lain seperti Vietnam, Bangladesh, dan Tiongkok yang memiliki keunggulan dalam hal biaya produksi dan produktivitas. Oleh karena itu, Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis daya saing ekspor pakaian jadi Indonesia, baik dari aspek keunggulan komparatif maupun kompetitif pada tiga negara tujuan ekspor tersebut, dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi perdagangan internasional Indonesia di sektor pakaian jadi.

TINJAUAN LITERATUR

Perdagangan internasional merupakan aktivitas ekonomi lintas negara yang melibatkan pertukaran barang dan jasa antar berbagai pelaku ekonomi. Aktivitas ini lahir sebagai akibat dari ketimpangan kepemilikan sumber daya alam dan sumber daya manusia, modal, serta tingkat kemajuan teknologi di setiap negara. Dasar pemikiran dalam perdagangan internasional klasik diawali oleh Adam Smith melalui konsep keunggulan mutlak, kemudian dikembangkan oleh David Ricardo melalui konsep keunggulan komparatif yang menggarisbawahi bahwa perdagangan antarnegara tetap memberikan manfaat, bahkan ketika suatu negara memiliki tingkat efisiensi produksi lebih rendah untuk semua komoditas. Perkembangan selanjutnya ditandai dengan munculnya teori Heckscher-Ohlin yang menekankan pada perbedaan faktor produksi sebagai pendorong perdagangan internasional. Berdasarkan berbagai teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa perdagangan internasional membawa keuntungan bagi negara-negara yang berpartisipasi melalui spesialisasi pada produksi komoditas yang memiliki keunggulan komparatif (Ibrahim & Halkam, 2021). Salah satu bentuk dari aktivitas perdagangan internasional tersebut adalah kegiatan ekspor, yang menjadi sarana bagi negara untuk menyalurkan produk unggulannya ke pasar global.

Kegiatan ekspor dilakukan dengan menjual barang atau jasa dari dalam daerah pabean ke luar negeri, sesuai dengan aturan dan undang-undang yang ditetapkan (Nurhakim & Satar, 2015). Keberhasilan kegiatan ekspor disebabkan oleh interaksi antara berbagai faktor yang saling berkesinambungan, termasuk daya saing dan keunggulan produk di pasar internasional, situasi ekonomi negara tujuan, kebijakan perdagangan, fluktuasi nilai tukar mata uang, serta kualitas dan standarisasi produk. Dalam konteks perekonomian nasional, ekspor memberikan berbagai manfaat substansial, di antaranya peningkatan pendapatan nasional melalui aliran devisa yang masuk, penciptaan lapangan kerja baru di sektor industri berorientasi ekspor, dan peningkatan cadangan devisa negara (Todaro & Smith, 2020). Keberhasilan ekspor sangat ditentukan oleh kemampuan suatu negara dalam mempertahankan stabilitas ekonomi makro, pengembangan teknologi, dukungan kelembagaan dan infrastruktur yang memadai serta meningkatkan daya saing produk (Balcioglu & Vural, 2009).

Daya saing mencerminkan sejauh mana suatu komoditas dapat merambah pasar global dan tetap bertahan di tengah persaingan (Wardani & Mulatsih, 2017). Tingkat daya saing sebuah negara dapat diamati melalui dua perspektif utama: keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Keunggulan komparatif suatu produk dapat diukur menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), merupakan metode yang dikembangkan Balassa (1965) untuk mengevaluasi kinerja ekspor produk suatu negara melalui analisis pangsa pasarnya dalam ekspor global suatu negara dalam perdagangan dunia. Sementara itu, keunggulan kompetitif dapat dianalisis menggunakan *Export Competitiveness Index* (ECI) yang dimanfaatkan untuk mengkaji keunggulan komparatif suatu komoditas pada suatu negara untuk bersaing dengan pesaing di negara lain (Harniati & Jamil, 2020). Kombinasi kedua pendekatan ini memberikan pemahaman komprehensif tentang posisi kompetitif dan komparatif suatu negara di pasar global. Komoditas yang dipakai dalam analisis ini merupakan pakaian jadi. Pakaian jadi, sebagai bagian hilir dari industri tekstil dan produk tekstil (TPT), kini menjadi salah satu komoditas unggulan ekspor nonmigas Indonesia. Fokus pada ekspor pakaian jadi diidentifikasi secara spesifik menggunakan klasifikasi 6 digit HS Code untuk melihat jenis produk yang paling banyak dikirimkan ke pasar global. Berdasarkan data yang diambil dari TradeMap, berikut adalah 5 komoditas pakaian jadi dengan 6 digit HS Code yang paling banyak diekspor oleh Indonesia:

| HS Code | Label Produk |
|---------|--|
| 611020 | Jersey, pullover, cardigan, rompi dan barang semacam itu, rajutan atau kaitan -- dari kapas |
| 610462 | Setelan, ensemble, jas, blazer, gaun, rok, rok terpisah, celana panjang, pakaian terusan berpenutup di depan dan bertali, celana panjang sampai lutut dan celana pendek (selain pakaian renang), untuk wanita atau anak perempuan, rajutan atau kaitan -- dari kapas |
| 621210 | Brassiere, girdle, korset, brace, suspender, garter dan barang semacam itu serta bagiannya, rajutan atau kaitan maupun tidak -- dari kapas |
| 620640 | Blus, kemeja dan blus kemeja, untuk wanita atau anak perempuan -- dari serat buatan |
| 620342 | Celana panjang, pakaian terusan berpenutup di depan dan bertali, celana panjang sampai lutut dan celana pendek -- dari kapas |

Sumber: TradeMap dan Kementerian Keuangan, diolah (2025)

Melalui analisis kompetitif dan komparatif, maka dapat digambarkan tingkat daya saing pakaian jadi Indonesia di kancah perdagangan global, khususnya di Amerika, Jepang, dan Korea Selatan, yang menjadi dasar untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing ekspor pakaian jadi Indonesia di ketiga negara tujuan tersebut.

METODE

Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berfokus pada populasi atau sampel tertentu, di mana data dikumpulkan melalui instrumen khusus dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2013). Sumber data yang dimanfaatkan pada studi ini ialah data pustakan maupun data sekunder. Studi pustaka adalah proses pengumpulan informasi dari berbagai teori yang mendukung pendapat serta temuan peneliti (Sari et al., 2023). Metode ini mengakses dan menganalisis berbagai literatur ilmiah seperti jurnal akademik, hasil penelitian sebelumnya, laporan penelitian, dan artikel-artikel terpublikasi. Metode kedua memanfaatkan data sekunder, yakni data yang tersedia dari hasil pengumpulan, pengolahan, dan publikasi oleh pihak lain, baik organisasi, institusi, maupun peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini riset data sekunder diperoleh dari dokumen data terkait ekspor pakaian jadi Indonesia ke negara importir Amerika, Jepang, dan Korea Selatan. Data yang akan digunakan data sekunder dari Trademap yang disajikan melalui portal trademap berupa data ekspor komoditas pakaian jadi dengan produk kode HS yakni 611020, 610462, 621210, 620640 dan 620342.

Dalam studi ini, digunakan dua pendekatan analisis data yang komprehensif, yakni metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Competitiveness Index* (ECI). Pendekatan kuantitatif dalam upaya mengukur daya saing pakaian jadi dengan memanfaatkan analisis metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dipakai untuk menilai aspek kompetitif, sementara *Export Competitiveness Index* (ECI) berfokus pada aspek komparatif. Berikut perhitungan RCA (Kusuma & Firdaus, 2015):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_t}{X_{wj}/X_w}$$

- X_{ij} : Nilai ekspor pakaian jadi asal Indonesia menuju negara i (USD)
 X_t : Total nilai total ekspor pakaian jadi asal Indonesia ke negara i (USD)
 X_{wj} : Capaian ekspor komoditas dari berbagai negara ke negara i , dalam USD
 X_w : Total capaian ekspor komoditas dari berbagai negara ke negara i , dalam USD
 i : Negara destinasi

Apabila hasil penghitungan RCA menghasilkan nilai lebih dari satu ($RCA > 1$), hal ini menunjukkan bahwa suatu negara mempunyai keunggulan komparatif yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata dunia, pada akhirnya komoditas tersebut dinilai mempunyai daya saing yang kuat. Sebaliknya, apabila nilai RCA kurang dari satu, maka negara tersebut dianggap tidak memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia, yang berarti daya saing komoditas tersebut tergolong lemah (Kusuma & Firdaus, 2015).

Metode kedua yaitu *Export Competitiveness Index* (ECI) dimana metode ini digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif suatu komoditas pada suatu negara untuk bersaing dengan pesaing di negara lain (Harniati & Jamil, 2020). Berikut perhitungan ECI:

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ik}}{X_{aj}}\right)^t}{\left(\frac{X_{ik}}{X_{aj}}\right)^{t-1}}$$

- X_{ik} : Nilai ekspor komoditas pakaian jadi i ke seluruh dunia pada tahun t (USD)
 X_{aj} : Nilai ekspor komoditas pakaian jadi seluruh dunia pada tahun t (USD)
 t : Periode yang dianalisis
 $t-1$: Periode dianalisis sebelumnya
 i : Negara yang dianalisis

Ketentuan nilai ECI, apabila $ECI > 1$ maka dapat disimpulkan bahwa komoditas terkait memiliki daya saing yang kuat berdasarkan keunggulan kompetitif. Apabila $ECI < 1$ maka dapat disimpulkan bahwa komoditas terkait memiliki daya saing yang lemah berdasarkan keunggulan kompetitifnya (Harniati & Jamil, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia dan difokuskan pada analisis data ekspor pakaian jadi ke tiga negara tujuan utama, yaitu Amerika Serikat, Jepang, dan Korea Selatan. Rentang waktu analisis yang digunakan adalah dari tahun 2015 hingga 2023, untuk menangkap tren jangka menengah terhadap daya saing lima komoditas pakaian jadi yang diklasifikasikan berdasarkan kode *Harmonized System* (HS) enam digit. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Data yang digunakan bersumber dari data sekunder yang telah dihimpun dari berbagai sumber terpercaya, antara lain Trade Map, dan Indonesia National Single Window (INSW) untuk data terkait ekspor dan klasifikasi produk. Selain itu, data pelengkap berupa volume dan nilai ekspor juga diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS).

Perkembangan Ekspor Pakaian Jadi Indonesia

Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia merupakan sektor strategis dalam struktur ekspor nasional, dengan produk pakaian jadi (*apparel*) menjadi kontributor ekspor utama yang konsisten. Dalam konteks ini, lima HS Code yang menjadi kontributor utama ekspor pakaian jadi Indonesia pada tahun 2022 dan 2023 adalah sebagai berikut:

| HS Code | 2023 (USD Ribu) | 2022 (USD Ribu) |
|---------|-----------------|-----------------|
| 611020 | 655.111 | 619.109 |
| 610462 | 448.674 | 308.457 |
| 621210 | 394.351 | 404.955 |
| 620640 | 300.907 | 317.512 |
| 620342 | 271.622 | 200.808 |

Sumber: TradeMap, diolah (2024)

Tren ekspor ini menunjukkan performa kuat di pasar internasional, dengan beberapa komoditas mengalami pertumbuhan signifikan dalam setahun terakhir.

Dari perspektif posisi daya saing global, Indonesia menempati posisi urutan tiga dibawah China dan Vietnam dalam ekspor pakaian jadi ke tiga pasar utama (Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Jepang).

| Negara Eksportir | Amerika Serikat (USD Ribu) | Korea Selatan (USD Ribu) | Jepang (USD Ribu) |
|------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------|
| China | 3310144 | 616102 | 1277256 |
| Viet Nam | 2498103 | 226177 | 513518 |
| Indonesia | 1428870 | 41397 | 90084 |

Sumber: TradeMap, diolah (2024)

Sementara itu, meskipun Bangladesh dikenal memiliki industri tekstil yang kompetitif secara global, data ekspor untuk lima HS Code dalam studi ini sering tidak tersedia lengkap dalam basis data seperti TradeMap, karena itu, Viet Nam dipilih sebagai negara pembanding berdasarkan posisi volume ekspornya yang terdekat dengan Indonesia pada 2023, dimana Viet Nam menempati peringkat kedua setelah Tiongkok dalam ekspor pakaian jadi ke Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Jepang, sementara Indonesia berada di peringkat ketiga, menjadikan Viet Nam sebagai kompetitor paling relevan bagi Indonesia yang kemudian menjadi landasan untuk analisis lebih lanjut menggunakan metode RCA untuk mengukur posisi relatif komoditas pakaian jadi Indonesia dibandingkan dengan pesaingnya.

Keunggulan Komparatif Ekspor Pakaian Jadi Indonesia

Setelah memahami kondisi ekspor pakaian jadi Indonesia secara umum, analisis selanjutnya melihat posisi Indonesia dalam perdagangan internasional melalui keunggulan komparatif, yang menjadi salah satu indikator dalam menilai daya saing suatu negara, dengan memanfaatkan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) demi mengidentifikasi keunggulan komparatif produk pakaian jadi Indonesia di pasar ekspor utama dibandingkan dengan negara pesaing; analisis ini dibagi menjadi dua bagian: pertama, pembahasan nilai RCA ekspor pakaian jadi Indonesia ke Amerika Serikat, Jepang,

dan Korea Selatan untuk melihat daya saing di masing-masing pasar, dan kedua, perbandingan dengan Viet Nam sebagai pesaing utama untuk memberikan gambaran posisi Indonesia dalam persaingan ekspor pakaian jadi global. Berikut hasil RCA pakaian jadi Indonesia di tiga negara tujuan utama tahun 2015-2023

Gambar 1 Perbandingan RCA Pakaian Jadi (5 HS Code) Indonesia Di Tiga Negara Tujuan 2015-2023

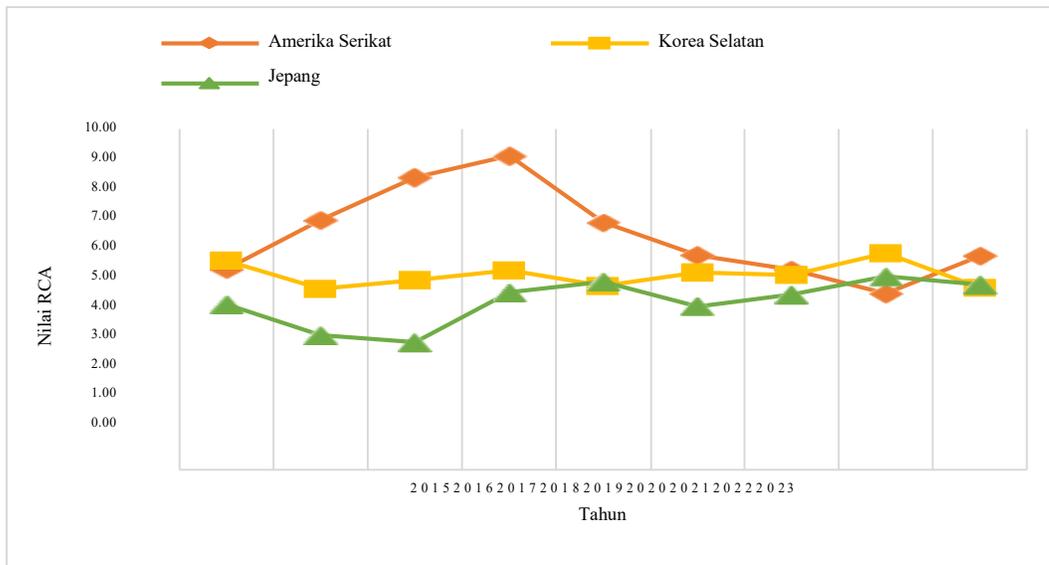


Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) terhadap tiga negara destinasi ekspor utama, yaitu Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Jepang, diperoleh nilai yang bervariasi selama periode 2015 hingga 2023. Nilai RCA Indonesia terhadap Amerika Serikat menunjukkan angka yang secara konsisten tinggi dan berada jauh di atas angka 1, dengan nilai tertinggi pada tahun 2023 sebesar 20,12 dan nilai terendah sebesar 8,92 pada tahun 2016. Hasil ini menampilkan jika Indonesia mempunyai keunggulan komparatif yang sangat tinggi dalam mengekspor produk tersebut ke pasar Amerika Serikat. Sementara itu, nilai RCA terhadap Korea Selatan juga menunjukkan tren yang positif dengan mayoritas tahun berada di atas angka 2, meskipun terdapat penurunan pada tahun 2022 dengan nilai 1,90. Secara umum, hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia tetap memiliki keunggulan komparatif dalam mengekspor produk ke Korea Selatan, meskipun tidak sekuat ke Amerika Serikat. Berbeda halnya dengan Jepang, nilai RCA Indonesia terhadap negara tersebut sebagian besar berada di bawah angka 1 atau hanya sedikit di atasnya. Nilai tertinggi tercatat pada tahun 2019 sebesar 1,44, namun nilai tersebut tidak konsisten setiap tahunnya dan sempat turun ke angka 0,80 pada tahun 2022. Nilai RCA di bawah 1 menandakan bahwa Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif dalam mengekspor produk tersebut ke Jepang dalam beberapa tahun dibandingkan negara pengekspor lainnya. Amerika Serikat menjadi negara paling dominan dalam nilai RCA ini, yang artinya Indonesia memiliki daya saing yang kuat dalam mengekspor produk tersebut ke pasar Amerika Serikat dibandingkan negara tujuan lainnya.

Penting juga untuk meneliti RCA Pakaian Jadi negara pesaing yaitu Viet Nam agar bisa melihat posisi Indonesia di pasar global. Berikut hasil RCA pakaian jadi Viet Nam di tiga negara tujuan utama tahun 2015-2023

Gambar 2. Perbandingan RCA Pakaian Jadi (5 HS Code) Viet Nam Di Tiga Negara Tujuan 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

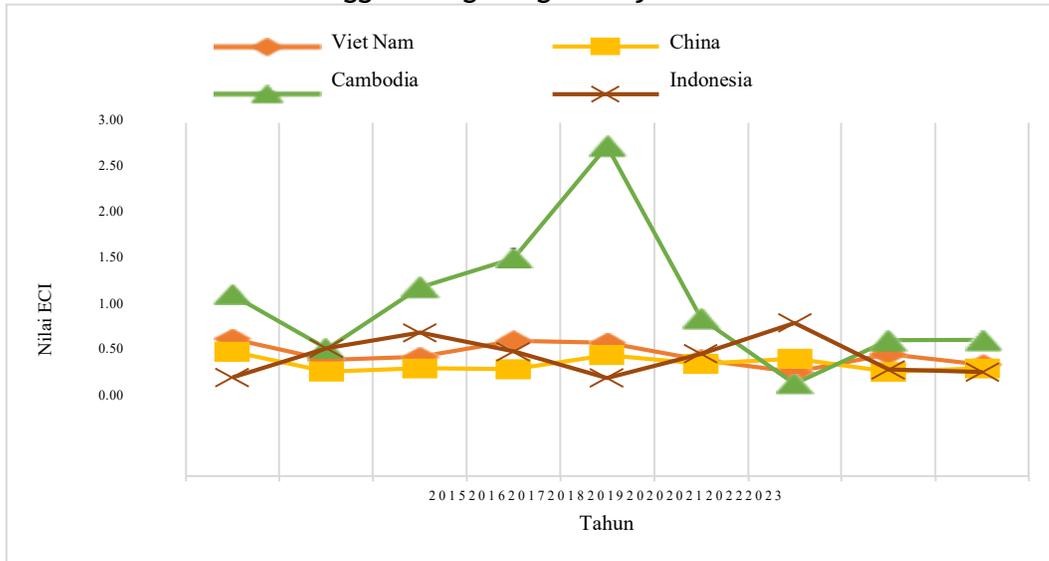
Berdasarkan data RCA pakaian jadi Viet Nam ke tiga negara tujuan utama terlihat bahwa Viet Nam menunjukkan keunggulan komparatif yang konsisten sepanjang periode 2015-2023. Nilai RCA tertinggi dicapai pada tahun 2018 sebesar 9,22, yang mencerminkan daya saing ekspor pakaian jadi Viet Nam yang kuat, khususnya di pasar Amerika Serikat. Meski sempat mengalami penurunan pada 2020 dan 2021, tren rata-rata RCA tetap stabil di kisaran 5,5-6,0. Di antara ketiga negara tujuan, Amerika Serikat menjadi pasar dengan nilai RCA tertinggi hampir setiap tahun, diikuti oleh Korea Selatan dan Jepang.

Jika dibandingkan dengan Indonesia, terlihat bahwa meskipun rata-rata RCA Indonesia sempat lebih tinggi dari Viet Nam pada beberapa tahun tertentu (seperti 2019-2021), keunggulan Indonesia sangat dipengaruhi oleh tingginya nilai RCA di pasar Amerika Serikat, yang secara signifikan mengangkat nilai rata-rata RCA di tiga negara tujuan utama. Sebaliknya, nilai RCA Indonesia di Korea Selatan dan Jepang cenderung rendah (kurang dari 1), bahkan sering kali berada jauh di bawah Viet Nam. Sebagai contoh, pada 2023, nilai RCA Indonesia di Jepang hanya 1,14, sedangkan Viet Nam mencapai 5,43. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif Indonesia masih sangat terfokus pada satu pasar, sementara Viet Nam memiliki keunggulan komparatif yang lebih merata di ketiga pasar tujuan ekspor.

Keunggulan Kompetitif Ekspor Pakaian Jadi Indonesia

Untuk menganalisis daya saing keunggulan kompetitif ekspor pakaian jadi Indonesia di pasar global, penelitian ini menggunakan metode *Export Competitiveness Index* (ECI) dengan membandingkan Indonesia dengan tiga negara pesaing berbeda untuk setiap HS code, sesuai dengan perbedaan karakteristik data yang tersedia untuk masing-masing kategori produk. Dalam penelitian ini, perhitungan nilai ECI digunakan untuk lima kode HS pakaian jadi Indonesia selama periode 2014 hingga 2023. Analisis dilakukan untuk tiga negara tujuan utama ekspor, yaitu Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Jepang.

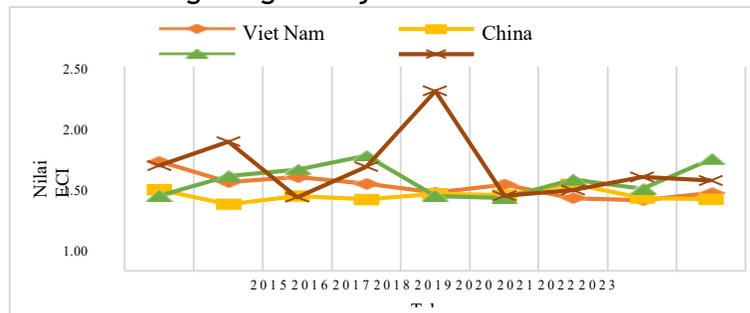
Gambar 3. Perbandingan ECI Pakaian Jadi (HS Code 611020) Tertinggi ke Tiga Negara Tujuan Tahun 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Berdasarkan analisis ECI HS Code 611020 periode 2015-2023, Kamboja mencatat daya saing tertinggi (rata-rata ECI 1,48), diikuti Viet Nam (1,03), Indonesia (1,02), dan China (0,95). China merupakan negara dengan nilai ekspor pakaian jadi yang sangat besar, nilai ECI-nya justru sering berada di bawah 1 pada sebagian besar tahun analisis, mencerminkan daya saing yang kurang kuat dan tren ekspor yang menurun karena proporsi ekspor China terhadap total ekspor dunia untuk komoditas ini mengalami tren penurunan secara relatif; sebaliknya, negara seperti Viet Nam dan Kamboja, meskipun memiliki volume ekspor yang relatif lebih kecil, justru menunjukkan tren peningkatan ekspor yang lebih stabil dan konsisten, tercermin dari nilai ECI yang cenderung berada di atas angka 1, bahkan pada tahun 2019, Kamboja berhasil mencatatkan nilai ECI sebesar 2,80. Ini menegaskan bahwa ECI mengukur tidak hanya besarnya ekspor, tetapi juga kekuatan pertumbuhan dan daya saing di pasar global.

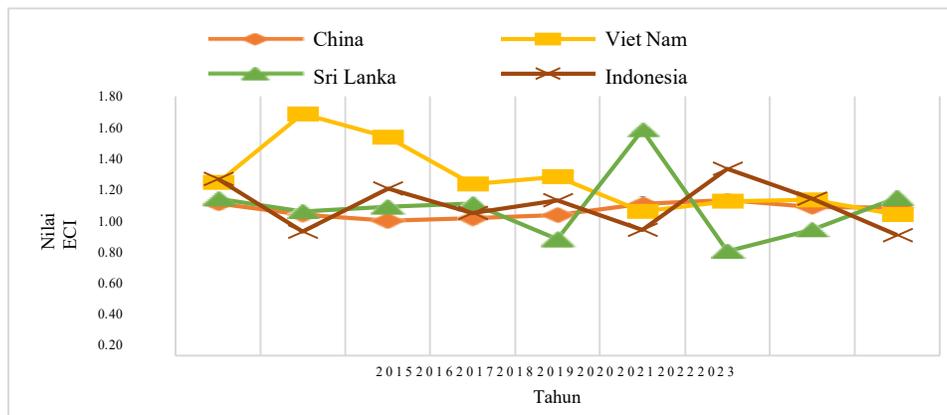
Gambar 4. Perbandingan ECI Pakaian Jadi (HS Code 610462) Tertinggi ke Tiga Negara Tujuan Tahun 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Berdasarkan gambar diagram di atas, Kamboja kembali menunjukkan nilai ECI tertinggi untuk lima kode HS dibandingkan dengan tiga negara lainnya (termasuk Indonesia), dengan puncak tertinggi terjadi pada tahun 2019 yang mencapai nilai sebesar 2,20. Selama periode tahun 2015 hingga 2023, nilai rata-rata ECI Indonesia mencapai 1,11 untuk produk HS 610462. Capaian ini menunjukkan bahwa secara umum Indonesia mempunyai daya saing yang cukup kuat dan stabil dalam mengeksport produk pakaian jadi jenis ini ke pasar utama seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Korea Selatan. Rata-rata ECI Indonesia bahkan lebih tinggi dibandingkan Tiongkok (0,92), dan cukup dekat dengan Kamboja (1,27), yang selama ini dikenal sebagai eksportir dominan produk tekstil global. Ini terlihat dari nilai ECI Cambodia dan Indonesia yang lebih tinggi, mencerminkan daya saing kompetitif yang kuat atau meningkat.

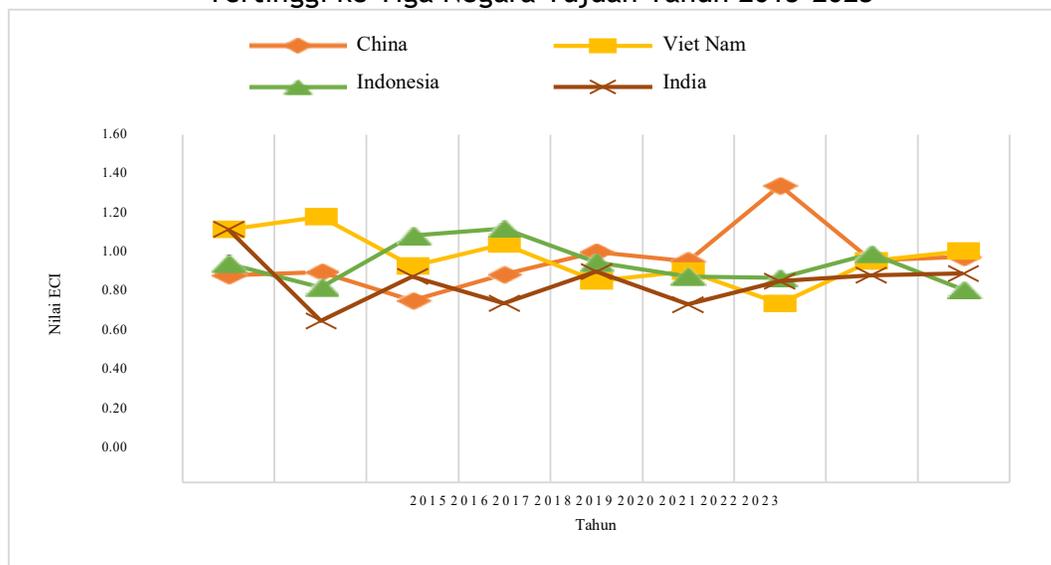
Gambar 5. Perbandingan ECI Pakaian Jadi (HS Code 621210) Tertinggi ke Tiga Negara Tujuan Tahun 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis *Export Competitiveness Index* (ECI) untuk ekspor pakaian jadi dengan HS Code 621210 selama periode 2015 hingga 2023 terlihat bahwa seluruh negara eksportir utama yakni China, Viet Nam, Sri Lanka, dan Indonesia memiliki rata-rata ECI di atas 1, yang mengindikasikan bahwa keempat negara tersebut memiliki daya saing kompetitif ekspor yang kuat secara global dalam komoditas ini. Pada gambar di atas, Vietnam mencatat ECI tertinggi sebesar 1,68 pada 2016, diikuti Sri Lanka sebesar 1,57 pada 2020, dan Indonesia sebesar 1,30 pada 2021. Rata-rata ECI Vietnam mencapai 1,22, menunjukkan daya saing ekspor yang konsisten, diikuti China dan Sri Lanka dengan rata-rata 1,01 dan 1,03. Indonesia mencatat rata-rata ECI 1,05, dengan lonjakan signifikan pada 2021 dan 2022.

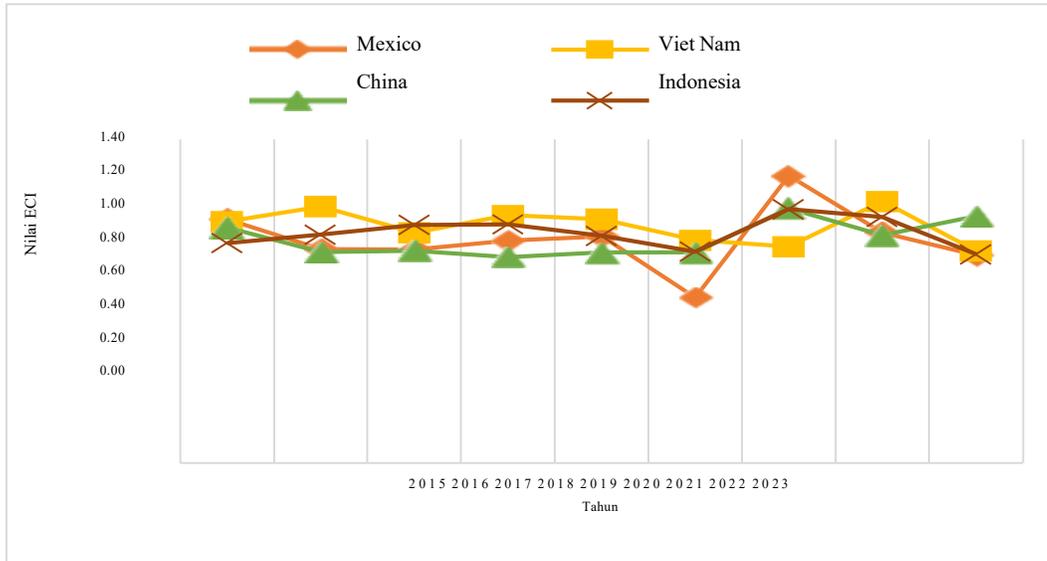
Gambar 6. Perbandingan ECI Pakaian Jadi (HS Code 620640) Tertinggi ke Tiga Negara Tujuan Tahun 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Terlihat pada gambar di atas, nilai ECI tertinggi terjadi pada tahun 2020 yang dicapai oleh China dengan angka sebesar 1,37. Sementara itu, pada periode 2022 hingga 2023, Indonesia mengalami penurunan nilai ECI, berbeda dengan negara pesaing lainnya yang cenderung menunjukkan tren stabil atau meningkat. ECI Indonesia sendiri sempat mencapai angka tertinggi pada tahun 2021 (1,17), dan tetap berada di atas angka 1 pada beberapa tahun lainnya, menunjukkan kemampuan ekspor yang kompetitif meskipun belum terlalu dominan di pasar global. India menjadi satu-satunya negara dalam daftar yang mencatat rata-rata ECI di bawah 1, yakni 0,92, yang menunjukkan bahwa daya saing ekspor India untuk produk ini masih tergolong lemah dibandingkan rata-rata global. Nilai ECI yang rendah ini bisa disebabkan oleh ekspor yang menurun setiap tahunnya untuk komoditas pakaian jadi jenis ini.

Gambar 7. Perbandingan ECI Pakaian Jadi (HS Code 620342) Tertinggi ke Tiga Negara Tujuan Tahun 2015-2023



Sumber: TradeMap, data diolah (2024)

Berdasarkan data, Vietnam mencatat rata-rata ECI tertinggi sebesar 1,03, menunjukkan daya saing ekspor yang kuat dan stabil, meskipun sempat turun pada 2020-2021 sebelum naik kembali pada 2022. Indonesia memiliki rata-rata ECI 1,00, dengan performa ekspor kuat di beberapa tahun seperti 2017, 2018, 2021, dan 2022, meski sempat turun ke 0,90 pada 2023. China dan Meksiko mencatat rata-rata ECI masing-masing 0,97, menandakan daya saing yang sedikit di bawah rata-rata global, dengan kinerja ekspor yang cenderung fluktuatif. Secara keseluruhan, Vietnam dan Indonesia menunjukkan performa ekspor yang lebih stabil dan kompetitif untuk komoditas pakaian jadi HS Code 620342.

Berdasarkan analisis seluruh data ECI (5 HS code), Indonesia secara konsisten mencatat rata-rata ECI di atas 1, menandakan daya saing ekspor pakaian jadi yang kuat dan stabil dibandingkan negara pesaing. Dibanding Vietnam, Indonesia umumnya memiliki rata-rata ECI lebih rendah, kecuali pada HS Code 610462. China, meski nilai ekspornya besar, menunjukkan penurunan terhadap ekspor dunia. Kamboja dan Sri Lanka mencatat daya saing tinggi pada beberapa HS Code, sementara India dan Meksiko memiliki rata-rata ECI di bawah 1. Secara keseluruhan, Indonesia unggul dibanding sebagian besar pesaing, namun perlu terus memperkuat ekspornya agar tetap kompetitif, terutama menghadapi Vietnam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), ekspor pakaian jadi Indonesia masih sangat bergantung pada pasar Amerika Selatan, dengan nilai RCA rata-rata mencapai 20 pada tahun 2023. Sementara itu, di pasar Jepang dan Korea Selatan, nilai RCA Indonesia sebagian besar masih di bawah 1, menandakan keunggulan komparatif yang belum konsisten. Dibandingkan Vietnam, kinerja RCA Indonesia lebih terpaku pada satu pasar, sedangkan Vietnam menunjukkan keunggulan komparatif yang lebih stabil dan merata di ketiga pasar utama (Amerika Selatan, Jepang, dan Korea Selatan).

Berdasarkan analisis *Export Competitiveness Index* (ECI), ekspor pakaian jadi Indonesia secara umum menunjukkan daya saing yang cukup kuat dengan sebagian besar nilai ECI di atas 1 selama 2015-2023. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor Indonesia lebih cepat dibanding rata-rata dunia. Namun, dibandingkan Vietnam, performa ECI Indonesia masih kurang stabil, dengan rata-rata nilai ECI Vietnam lebih tinggi pada hampir semua HS Code yang dianalisis. Meskipun demikian, nilai ECI Indonesia tetap di atas 1 di setiap HS Code, menunjukkan adanya keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Indonesia memperkuat ekspor pakaian jadi ke pasar utama seperti Amerika Serikat, sekaligus meningkatkan ekspor ke Jepang dan Korea Selatan untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar. Selain itu, Indonesia perlu mendorong peningkatan volume ekspor agar daya saing (RCA dan ECI) semakin kuat dan stabil. Penelitian selanjutnya dianjurkan menggunakan data terbaru untuk memantau perkembangan daya saing ekspor dan fenomena global yang dapat mempengaruhi kinerja ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, I., & Nadapdap, H.J. (2019). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR BIJI KOPI INDONESIA DI PASAR GLOBAL TAHUN 2002-2017. *JSEP (Journal Of Social And Agricultural Economics)*, 12(2), 1-6. <https://doi.org/doi:10.19184/jsep.v12i2.11271>
- Anugerah, Y. A., & Rahayu, S. (2013). MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KECIL MENENGAH MELALUI INOVASI DAN PEMANFAATAN JARINGAN SOSIAL: PEMBELAJARAN DARI KLASTER INDUSTRI SOFTWARE DI INDIA. *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage*, 3(1). <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan>
- Asmara, A., Purnamadewi, Y. L., & Meiri, A. (2014). STRUKTUR BIAYA INDUSTRI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA INDUSTRI TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL INDONESIA. *Jurnal Manajemen & Agribisnis (JMA)*, 11(2), 110-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.17358/jma.11.2.110-118>
- Azzahra, F. R., Rijal, N. K., & Prinanda, D. (2022). Dampak Ekspor-Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPBPB) Batam. 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.16>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2015). Produk Domestik Bruto (Lapangan Usaha): Laju Pertumbuhan Produk Domestik PDB Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2000-2014. <http://www.bps.go.id/webbeta/frontend/linkTabelStatis/view/id/1202>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024a). Ekspor Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil Menurut Negara Tujuan Utama, 2012-2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjAyNiMx/ekspor-pakaian-jadi-konveksi-dari-tekstil-menurut-negara-tujuan-utama-2012-2020.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024b). Indeks Produksi Bulanan Industri Besar dan Sedang Menurut KBLI 2 Digit [KBLI 2020] (2010=100), 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA3NyMy/indeks-produksi-bulanan-industri-besar-dan-sedang-menurut-kbli-2-digit--kbli-2020---2010-100-.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024c). Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor, 2023, Bukul. https://www.bps.go.id/id/publication/2024/07/05/aacd81374f3ae5d241c14598/stati_stik-perdagangan-luar-negeri-indonesia-ekspor--2023--buku-i.html

- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage 1. The Manchester School, 33(2), 99-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Balcioglu, H., & Vural, K. (2009). Comparison of Macroeconomic Performance of Selected Asian Countries. An Econometric Analysis of China Economic Growth and Policy Implications. <https://www.researchgate.net/publication/46567528>
- Carbaugh, R. J. (2010). INTERNATIONAL ECONOMICS 13 th Edition (13th ed.). South-Western Cengage Learning. www.cengage.com/highered
- Devitasari, D., Khotimah, E., & Renviana, L. (2023). ANALISIS PENGARUH PERDAGANGAN INTERNASIONAL (EKSPOR DAN IMPOR) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA TAHUN 2018-2022. PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah, 2(2), 705- 719. <https://doi.org/10.24952/profjes.v2i2.10380>
- Duwal, N., & Suwal, S. (2024). INSTITUTIONAL QUALITY AND ECONOMIC GROWTH: A PANEL DATA ANALYSIS IN ASIAN DEVELOPING COUNTRIES. Journal of Empirical Economics and Social Sciences, 6(1), 13-31. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46959/jeess.1466383>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Harniati, & Jamil, A. S. (2020). Tingkat Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Anggrek Indonesia di Pasar Jepang. AgriHumanis: Journal of Agriculture and Human Resource Development Studies, 1(1), 18-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.46575/agrihumanis.v1i1.50>
- Hendria, M., Oktaviani, R., & Sartono, B. (2017). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ALIRAN PERDAGANGAN PAKAIAN JADI INDONESIA DENGAN RENTANG WAKTU PENELITIAN TAHUN 2001 - 2016. Arena Tekstil, 32(2), 77-86. <https://doi.org/10.31266/at.v32i2.3518>
- Ibrahim, H.R., & Halkam, H. (2021). PERDAGANGAN INTERNASIONAL & STRATEGI PENGENDALIAN IMPOR (1st ed.). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS). <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/4920>
- Indotextiles. (2024, March 15). Ekspor Industri Tekstil Indonesia: Tantangan dan Prospek di Tengah Gejolak Global. Indotextiles. https://indotextiles.com/joomla30/1862-ekspor-industri-tekstil-indonesia-tantangan-dan-prospek-di-tengah-gejolak-global?utm_source=
- International Trade Centre. (2025). Trade Map. <https://www.trademap.org/>
- Kadarijah. (n.d.). INDUSTRI TEKSTIL DI INDONESIA A . In INDUSTRI TEKSTIL DI INDONESIA A (pp. 81 108). Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat. Retrieved February 18, 2025, from <https://www.lpem.org/repec/lpe/efijnl/195905.pdf>
- Kamaludin, R. (2018). Competitiveness and Exports Sustainability of The Indonesian Natural Rubber. SIJDEB, 2(1), 85-98. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/sijdeb.v2i1.%25p>
- KarinaDiva. (2024). Evolusi Tren Fashion Indonesia: Dari Tradisional ke Modern. <https://sci.telkomuniversity.ac.id/en/evolusi-tren-fashion-indonesia-dari-tradisional-ke-modern/>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2022). Siaran Pers : Menparekraf: Fesyen Peringkat Pertama dalam Kontribusi Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Nasional. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-fesyen-peringkat-pertama-dalam-kontribusi-nilai-ekspor-ekonomi-kreatif-nasional>

- Kementerian Keuangan. (2025). Indonesia National Trade Repository. <https://insw.go.id/intr>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2018). REALISASI EKSPOR-IMPOR PAKAIAN JADI INDONESIA PERIODE 2018-2023 (JANUARI-MARET). <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/ekspor-impor-pakaian-jadi-indonesia-januari-maret-2023>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, July 29). Menperin: Satu Abad Industri Tekstil Indonesia, Dari Zaman Kolonial Hingga Berjaya di Era Digital. <https://bbt.kemenperin.go.id/blog/konten-25>
- Khalish, F. (2023). Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Komoditas Rempah Indonesia Di Pasar Uni Emirat Arab. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 2256-2276. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jmi.v2i8.441>
- KJRI New York. (2019, September 27). KIKAS USA Roadshow 2019 Diadakan ke Sejumlah Kota di Amerika. <https://kumparan.com/kjri-new-york/kikas-usa-roadshow-2019-diadakan-ke-sejumlah-kota-di-amerika-1rwZoxrTwxB>
- Kusuma, R. L., & Firdaus, M. (2015). Daya Saing dan Faktor yang Memengaruhi Volume Ekspor Sayuran Indonesia Terhadap Negara Tujuan Utama. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(3), 226-236. <https://doi.org/10.17358/jma.12.3.226>
- Laili, N. (2021). ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR PRODUK ALAS KAKI INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1019-1029. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2385>
- Mellinia, S. P., & Wijayanti, Irene Kartika Eka. (2024). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR CENGKEH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN CLOVE EXPORT IN THE INTERNATIONAL MARKET. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 8(3), 948-958. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.03.11>
- Mostafiz, I., Sambasivan, M., Shakil, M. H., & Goh, S.-K. (2021). The Mediating Role of Innovation Capabilities in the Relationship between Dynamic Managerial Capability and Performance of Export-man The Mediating Role of Innovation Capabilities in the Relationship between Dynamic Managerial Capability and Performance of Export-manufacturing Firms. *International Review of Entrepreneurship*, 19(2), 00-00. <https://www.researchgate.net/publication/352169941>
- Nurhakim, K., & Satar, M. (2015). PROSEDUR PELAKSANAAN KEGIATAN EKSPOR BARANG. *INDEPT*, 5(2), 16-21. <https://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/155>
- Patone, C. D., Kumaat, R. J., & Mandei, D. (2020). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR SAWIT INDONESIA KE NEGARA TUJUAN EKSPOR TIONGKOK DAN INDIA. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/download/30423/29316>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press. <https://resource.1st.ir/PortallImageDb/ScientificContent/182225f9-188a-4f24-ad2a-05b1d8944668/Competitive%20Advantage.pdf>
- Purwanti, A. (2020, February). Indonesia, Terperangkap pada Peringkat Ke-8 Eksportir Tekstil Dunia. *Kompas.Id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2020/02/12/indonesia-terperangkap-pada-peringkat-ke-8-eksportir-tekstil-dunia>

- Ragimun. (2018). *DAYA SAING EKSPOR TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL INDONESIA DAN VIETNAM KE AMERIKA SERIKAT DAN REPUBLIK RAKYAT TIONGKOK*. 12(2), 205. <https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/download/194/184/>
- Risa, M. (2018). *EKSPOR DAN IMPOR*. Poliban Press. https://press.poliban.ac.id/uploads/file/Konten_978-602-53809-0-7.pdf
- Salim, Z., & Ernawati. (2015). *Info Komoditi Pakaian Jadi*. https://bkperdag.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Isi-BRIK_Pakaian_Jadi.pdf
- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. (2023). *DASAR-DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. CV. ANGKASA PELANGI. <http://repository.uniyap.ac.id/434/1/Buku%20Annita%20sari%20Dkk%20Dasar-dasar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Schwab, K., & Zahidi, S. (2020). *How Countries are Performing on the Road to Recovery*. www.weforum.org
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV. <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Suprpto, Y., Jhohari, Raihan, & Deni, V. S. (2022). *Pengaruh Bisnis Internasional Bagi Indonesia*. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 436-442. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/566/361/1791>
- Susanto, B., & Sukadwilinda. (2020). *ANALYSIS OF EXPORT COMPETITIVENESS TEXTILE AND APPAREL INDONESIA, CHINA, INDIA*. *ECONOMICS, FINANCE & ACCOUNTING*, 1(1), 64-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.207>
- Syafira, A. A., Purba, H., Siregar, M., & Sukarja, D. (2023). *Pelaksanaan Perjanjian Ekspor Impor Pestisida Dengan Metode Pembayaran Kemudian (Open Account) dalam Perspektif Hukum*. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 2(7), 576-584. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v2i7.208>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 161-166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/article/download/25/20/183>
- Tambunan, T., & Wijanarko. (2000). *Perdagangan internasional dan neraca pembayaran*. LP3ES.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *ECONOMIC DEVELOPMENT* (13th ed.). Pearson. https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/F5v9e6_Economic%20Development-2020.pdf
- Wardani, M. A., & Mulatsih, S. (2017). *ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI EKSPOR BAN INDONESIA KE KAWASAN AMERIKA LATIN*. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 6(1), 81-100. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jekp.6.1.2017.81-100>
- Web Bea dan Cukai. (2022, March 31). *Ketentuan Buku Tarif Kepabeanan Indonesia (BTKI) 2022*. <https://www.beacukai.go.id/faq/ketentuan-buku-tarif-kepabeanan-indonesia-btki-2022.html>
- Widiarini, A. D., & Gewati, M. (2019, August 1). *Tingkatkan Ekspor Tekstil, API Adakan Pertemuan dengan CCI Amerika Serikat*. <https://money.kompas.com/read/2019/08/01/135000526/tingkatkan-ekspor-tekstil-api-adakan-pertemuan-dengan-cci-amerika-serikat>

- World Trade Organization (WTO). (2023). World Trade Statistical Review 2023. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2023_ch5_e.pdf
- Yanti, B. F., Hartani, D., Nuraeni, D., Lumbanbatu, G. A., & Kristina. (2023). ANALISIS DAMPAK PENURUNAN EKSPOR TEKSTIL TERHADAP TENAGA KERJA DI SEKTOR INDUSTRI TEKSTIL DAN PRODUK TEKSTIL SELAMA PANDEMI COVID-19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(5), 617-624. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i5.5180>
- Yusbar, Y., & Chalid, N. (2014). KINERJA EKSPOR INDONESIA KE NEGARA-NEGARA ASEAN DAN NEGARA-NEGARA UTAMA ASIA LAINNYA. *JURNAL EKONOMI*, 22(3). <https://media.neliti.com/media/publications/8746-ID-kinerja-ekspor-indonesia-ke-negara-negara-asean-dan-negara-negara-utama-asia-lai.pdf>
- Zulcarnain, F. M. G. (2024). DAYA SAING KOMPARATIF DAN KOMPETITIF EKSPOR KOMODITAS BUAH PISANG INDONESIA (HS CODE 0803) DI PASAR MALAYSIA DAN SINGAPURA PERIODE 2019-2023. *Blantika: Multidisciplinary Jurnal*, 2(10), 262-281. <https://doi.org/https://doi.org/10.57096/blantika.v2i10.223>