

## ANALISIS DAYA SAING PRODUK EKSPOR INDONESIA KE TIONGKOK

Muhammad Mulya Tarmidzi, Dina Rahayu

Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor

[muhammad.mulya.tarmidzi@iuqibogor.ac.id](mailto:muhammad.mulya.tarmidzi@iuqibogor.ac.id)

Naskah masuk:09-08-2021, direvisi:20-08-2021, diterima:10-09-2021, dipublikasi:18-09-2021

### ABSTRAK

Perdagangan internasional adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa lintas negara atas kesepakatan bersama melalui kegiatan ekspor dan impor, Dan Salah satu negara yang menjadi mitra dagang Indonesia adalah Negara Tiongkok. Untuk dapat memasuki suatu pasar luar negeri tentu membutuhkan produk yang memiliki daya saing tinggi. Untuk itu perlu diketahui kekuatan daya saing dari produk Indonesia yang selama ini di ekspor ke pasar Tiongkok. Adapun tujuan penelitian ini adalah menganalisis daya saing, posisi pasar, dan untuk mengetahui sektor apakah yang perlu didorong selama 2015-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan periode tahunan. Berdasarkan hasil RCA hanya ada 34 dari 97 sektor produk yang memiliki keunggulan komparatif atau nilai rata-rata RCA lebih dari satu. Dan berdasarkan hasil EPD sebagian besar produk ekspor Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif di negara Tiongkok, Karena terdapat 40 dari 97 sektor produk yang berada pada posisi reatreat yang artinya adalah adanya kemunduran pangsa pasar ekspor pada sektor produk tersebut.

**Kata Kunci:** RCA, EPD, daya saing, posisi pasar

### ABSTRACT

*International trade is the activity of exchanging goods or services across countries based on mutual agreement through export and import activities, and one of the countries that is Indonesia's trading partner is China. To be able to enter a foreign market, of course, requires a product that has high competitiveness. For this reason, it is necessary to know the strength of competitiveness of Indonesian products which have been exported to the Chinese market. The purpose of this study is to analyze competitiveness, market position, and to find out what sectors need to be encouraged during 2015-2019. The data used are secondary data with annual periods. Based on the RCA results, there are only 34 out of 97 product sectors that have a comparative advantage or an average RCA value of more than one. And based on the EPD results, most of Indonesia's export products do not have a competitive advantage in China, because there are 40 out of 97 product sectors that are in a reatreat position, which means that there is a decline in the export market share in that product sector.*

**Keywords:** RCA, EPD, competitiveness, market position

### PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi merupakan menduniannya kegiatan dan keterkaitan perekonomian. Kegiatan-kegiatan perekonomian tidak lagi sekedar internasional tapi bahkan nasional, dan transnasionalisasi kegiatan-kegiatan perekonomian, bukan lagi terbatas pada aspek-aspek perdagangan dan keuangan, tetapi meluas ke aspek produksi

dan pemasaran, bahkan sumber daya manusia konsekuensi dari semua ini. Perekonomian antar Negara semakin berkaitan erat, peristiwa ekonomi di sebuah Negara dengan cepat dan mudah merambah ke negara-negara lain. (A.Mubasysyir, 2002-2011: 1)

Dalam situasi seperti sekarang, keunggulan bisnis dan perekonomian bukan lagi berdasarkan pada strategi keunggulan komparatif (Comparative advantage) melainkan strategi keunggulan kompetitif (Competitive advantage). Globalisasi mengubah struktur perekonomian dunia secara fundamental. Interdependensi (saling ketergantungan) perekonomian negara semakin erat, keeratan interdependensi ini bukan saja berlangsung antara negara maju, tapi juga antara negara berkembang dan negara maju. (A.Mubasysyir, 2002-2011: 1)

Ekspor merupakan salah satu sumber devisa yang sangat dibutuhkan oleh negara atau daerah yang perekonomiannya bersifat terbuka seperti di Indonesia, karena ekspor secara luas ke berbagai negara memungkinkan peningkatan jumlah produksi yang mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga diharapkan dapat memberikan andil yang besar terhadap pertumbuhan dan stabilitas perekonomiannya. Apalagi Indonesia yang baru saja bangkit dari keterpurukan akibat krisis ekonomi dan krisis multidimensional senantiasa berupaya untuk mengembangkan ekspornya untuk menopang pemulihan ekonomi melalui peningkatan pertumbuhan ekonomi yang didukung dengan jaminan pemerataan, stabilitas dan kepastian hukum.(Boediono, 1998: 65). Berdasarkan hal tersebut dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa dalam kehidupan ini kita harus senantiasa beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwa. Dalam Q.S Ash-Shaf:10-11 Allah swt berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾ تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ  
اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman, inginkah kalian Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kalian dari azab yang pedih? (Yaitu) kalian beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu, itulah yang lebih baik bagi kamu mengetahuinya.”*

Ayat tersebut menegaskan bahwa Allah akan hendak memenangkan agama-Nya atas semua agama. Kehendak itu di wujudkan-Nya melalui perjuangan kaum beriman, bukan karena Dia tidak mampu mewujudkannya sendiri, tetapi karena Dia hendak pula menguji keimanan manusia. Dari sini ayat-ayat diatas dengan gaya bertanya memerintahkan kaum berjuang guna mewujudkan kehendak Allah itu. Wahai orang-orang yang beriman maukah kamu Aku yang mengetahui ini menunjukkan kepada kamu suatu perniagaan besar yang bila kamu melakukannya maka ia dapat menyelamatkan kamu atas izin Allah dari siksa yang pedih? Perniagaan itu adalah perjuangan di jalan Allah, karena jika kamu mau maka hendaklah kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya yakni meningkatkan iman kamu dan memperbaharui dari saat ke saat dan juga berjihad yakni bersungguh-sungguh dari saat ke saat mencurahkan apa yang kamu miliki berupa tenaga, pikiran, waktu, dan dengan harta-harta dan jiwa-jiwa kamu masing-masing di jalan Allah, yang demikian itu yakni beriman dan berjihad yang sungguh tinggi nilainya lagi luhur baik buat kamu. Jika



kamu mengetahui bahwa hal tersebut baik maka tentulah kamu mengerjakannya.(Shibab, 2015: 206)

Ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain. Proses ini seringkali digunakan oleh perusahaan dengan skala bisnis kecil sampai menengah sebagai strategi utama untuk bersaing di tingkat internasional. Strategi ekspor digunakan karena risiko lebih rendah, modal lebih kecil dan lebih mudah bila dibandingkan dengan strategi lainnya. Strategi lainnya misalnya franchise dan akuisisi.(Anonim, 2006: 48)

Salah satu negara yang menjadi mitra dagang Indonesia adalah Negara Tiongkok. Tiongkok masih merupakan mitra dagang Indonesia terbesar bagi Indonesia Berdasarkan data BPS, nilai perdagangan Indonesia dengan negeri tirai bambu tersebut mencapai US\$ 72,66 miliar atau lebih dari seribu triliun rupiah pada 2018. Angka tersebut tumbuh 23,47% dari tahun sebelumnya dan berkontribusi sebesar sekitar 20% dari total perdagangan Indonesia dengan semua mitranya. Nilai ekspor Indonesia ke Tiongkok tahun lalu mencapai US\$ 27,13 miliar sementara nilai impor Indonesia dari negeri panda tersebut mencapai US\$ 45,54 miliar. Artinya, Indonesia dalam perdagangan dengan Tiongkok mengalami defisit US\$ 18,41 miliar. Mitra dagang terbesar kedua Indonesia adalah Jepang dengan nilai US\$ 37,46 miliar kemudian diikuti Singapura dengan nilai US\$ 34,43 miliar. Total nilai perdagangan Indonesia dengan 10 mitra utamanya, seperti terlihat pada tabel di bawah ini 1.1 tumbuh 14, 36% menjadi US\$ 263,34 miliar dari tahun sebelumnya dan mencapai 71,38% dari total nilai perdagangan.(Badan Pusat Statistik, 2018)

Tingginya nilai ekspor dari Tiongkok ternyata juga membuka peluang bagi kita untuk memasuki pasar Tiongkok. Untuk dapat memasuki suatu pasar luar negeri tentu membutuhkan produk yang memiliki daya saing tinggi sehingga dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Untuk itu perlu diketahui kekuatan daya saing dari produk-produk Indonesia yang selama ini di ekspor ke pasar Tiongkok sehingga dapat menyusun kebijakan yang sesuai dengan kondisi yang ada. Adapun pengertian Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Sedangkan Menurut World Economic Forum, daya saing nasional adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.(Porter, 2001: 12)

## **METODE PENELITIAN**

Metode analisis pengolahan data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan menganalisis struktur dan persaingan pasar internasional, metodenya yaitu Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamics (EPD). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk data deret waktu (time series) dengan periode tahunan, yaitu dari 2015 sampai 2019.

Metode RCA berguna dalam mengukur daya saing dan keunggulan komparatif produk biofarmaka Indonesia di pasar internasional. Dapat didefinisikan jika ekspor suatu barang dari sebuah negara sebagai persentase jumlah ekspor dari negara tersebut lebih tinggi daripada pangsa barang yang sama dalam jumlah ekspor dunia, artinya negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atau kompetitif atas produksi dan ekspor barang yang bersangkutan (Tambunan, 2008). Rumus umum yang digunakan dalam metode RCA adalah sebagai berikut (Chandran, 2010):  $RCA = (X_{ij}/X_t) / (W_{ij}/W_t)$



Metode EPD berfungsi sebagai penentu apakah produk ekspor Indonesia ke Tiongkok memiliki performa yang baik atau tidak di pasar dunia dengan kata lain melihat posisi daya saing produk ekspor Indonesia khususnya terhadap negara importir terbesar. Metode ini memiliki empat kategori analisis. Kategori tersebut adalah “rising star” kategori ini menunjukkan bahwa negara tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar produk biofarmaka yang tumbuh dengan cepat. “lost opportunity” ditandai dengan adanya penurunan pangsa pasar produk ekspor Indonesia yang bergerak dinamis, artinya pasokan produk ekspor dunia lebih besar dibandingkan dengan pasokan produk ekspor Indonesia. “Falling Star” hampir sama dengan “lost opportunity” dan kategori tersebut lebih baik karena pangsa pasar produk ekspor Indonesia tetap meningkat. (Firdaus, 2003-2012: 185-186)

Posisi keempat “retreat” artinya adalah kemunduran dari produk ekspor Indonesia, biasanya hal ini baik apabila pergerakannya menjauhi produk stagnan menuju prduk yang dinamik. Dan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah posisi komoditas yang berada di “lost opportunity” karena pasokan produk ekpor dunia lebih besar dibandingkan dengan pasokan produk Indonesia, dengan posisi ini kita dapat mengetahui kelemahan dari komoditas yang harus ditingkatkan sekaligus mengetahui pesaing utama yang lebih unggul dibandingkan produk Indonesia berdasarkan nilai ekspornya. Menurut (Karlinda, 2012) pada posisi “lost opportunity” seharusnya pemerintah lebih mendorong perusahaan komoditas Indonesia untuk lebih produktif dalam produksi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan menjalin hubungan dagang yang bilateral. (Firdaus, 2003-2012: 186). Adapun rumus yang digunakan dalam perhitungan EPD ini, diantaranya:

Sumbu x:

Pertumbuhan kekuatan bisnis atau disebut pangsa pasar ekspor:

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{W_{ij}}{W_{ij}}\right)_t \times 100 \% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{W_{ij}}{W_{ij}}\right)_t = 1 \times 100 \%}{T}$$

Sumbu y:

Pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar produk:

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{W_t}{W_t}\right)_t \times 100 \% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{W_t}{W_t}\right)_t = 1 \times 100 \%}{T}$$



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah ekspor produk Indonesia ke Tiongkok periode 2015-2019 (USD)

Sektor	2015	2016	2017	2018	2019
hewan hidup	710.312	716.541	982.804	1.222.663	1.613.509
daging dan sisa daging yang bisa dimakan	839.613	942.815	1.654.166	1.207.426	1.129.880
ikan, crustacean, moluska dan invertebrata air	223.003.136	273.719.328	266.013.555	421.994.020	530.936.561
<b>SAMPAI 95 SEKTOR LAINNYA</b>					
Total	15.046.433.812	16.785.585.029	23.049.295.858	27.126.932.372	27.961.887.182

Jumlah ekspor produk Dunia ke Tiongkok periode 2015-2019 (USD)

Sektor	2015	2016	2017	2018	2019
hewan hidup	549.431.455	394.452.237	363.839.499	412.936.020	497.472.671
daging dan sisa daging yang bisa dimakan	6.800.509.587	10.262.578.190	9.486.551.081	11.018.798.343	18.835.596.064
<b>SAMPAI 95 SEKTOR LAINNYA</b>					
Total	1.679.564.324.560	1.587.920.688.162	1.843.792.938.795	2.134.982.614.989	2.068.950.254.597



### Analisis Daya Saing produk ekspor Indonesia ke Tiongkok Periode 2015-2019

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu alat analisis untuk mengetahui daya saing suatu komoditas di suatu negara. Jika nilai RCA lebih dari satu artinya daya saing komoditi tersebut kuat dan nilai RCA yang kurang dari 1 artinya daya saing komoditi tersebut rendah. Berdasarkan hasil analisis RCA pada ekspor produk Indonesia ke Tiongkok, didapatkan bahwa ekspor produk Indonesia berdaya saing lemah. Perhitungan analisis RCA Pada Sektor Hewan Hidup

$$\begin{aligned} &= \frac{1613509}{27961887182} \\ &\quad \frac{497472671}{2068950254597} \\ &= \frac{0,0000577038664}{0,0000240447} \\ &= 0,02399859 \\ &= 0,24 \text{ ( Non Basis)} \end{aligned}$$

Setelah dilakukan analisis RCA pada semua sektor hasilnya adalah terdapat 61 sektor produk yang masuk kedalam kategori non basis atau memiliki nilai rata-rata RCA kurang dari satu, sisanya 34 sektor produk masuk kedalam kategori basis atau memiliki nilai rata-rata lebih dari satu Hal itu menunjukkan bahwa produk ekspor Indonesia ke Tiongkok yang memiliki keunggulan komparatif (memiliki daya saing kuat) hanya 34 sektor saja sisanya 61 sektor tidak memiliki keunggulan komparatif (memiliki daya saing lemah).

### Analisis Posisi Pasar produk ekspor Indonesia ke Negara Tiongkok Periode 2015-2019

Analisis posisi pasar dapat dilakukan dengan alat analisis Export Dynamic Product (EPD). Alat analisis EPD dapat menghasilkan posisi pasar suatu produk memiliki keunggulan kompetitif atau tidak dengan melihat matriks yang berisikan daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Daya tarik pasar dihitung berdasarkan pertumbuhan dari permintaan sebuah produk untuk tujuan pasar tertentu, sedangkan informasi kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan dari perolehan pasar (market share) sebuah negara pada tujuan pasar tertentu.

Analisis EPD yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari 97 sektor produk ekspor Indonesia ke Tiongkok selama 2015 sampai 2019. Hasil analisis EPD menunjukkan 97 sektor produk ekspor Indonesia ke Tiongkok berada pada posisi pasar yang berbeda-beda. Perhitungan Analisis EPD Pada Sektor Hewan Hidup.

#### Sumbu X:

$$\begin{aligned} &= \frac{710312}{15046433812} \times 100 - \frac{716541}{1678558029} \times 100 - \frac{982804}{23049295858} \times 100 - \frac{1222663}{27126932372} \times 100 \\ &\quad - \frac{1613509}{27961887182} \times 100 \\ &= \underline{0,00047208 - 0,004268788 - 0,004263922 - 0,004507192 - 0,005770387} \end{aligned}$$



$$T = \frac{-0,000452012 + (-0,000004866) + 0,00024327 + 0,001263194}{4}$$

$$= 0,000262397$$

Hasil dari analisis EPD pada sektor hewan hidup adalah sumbu X berada pada 0,000262397 dan sumbu Y berada pada -0,002167012 maka dapat disimpulkan bahwa posisi pangsa pasar sektor tersebut berada pada posisi "Falling Star" artinya ekspor produk dunia lebih besar dibandingkan dengan ekspor produk Indonesia tetapi pangsa pasar tetap meningkat.

Berdasarkan analisis EPD, dari 97 sektor produk yang diekspor dari Indonesia ke Tiongkok hanya ada 20 sektor yang berada pada posisi pasar rising star, 20 sektor berada di posisi pasar lost opportunity, 17 sektor berada pada posisi pasar falling star, dan 40 sektor berada pada posisi pasar retreat. Artinya hanya ada 20 sektor produk yang memiliki keunggulan kompetitif di negara Tiongkok yaitu sektor produk yang berada pada posisi pasar rising star. Kategori ini menunjukkan bahwa sektor tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar yang tumbuh dengan cepat.

## SIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan penelitian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut, **Pertama**, berdasarkan analisis RCA, dari 97 sektor produk yang diekspor dari Indonesia ke Tiongkok hanya ada 34 sektor yang memiliki nilai RCA lebih dari satu dan masuk kedalam kategori basis. Artinya 34 sektor tersebut memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing yang kuat di negara Tiongkok. sedangkan 63 sektor lainnya memiliki nilai rata-rata RCA kurang dari 1 dan masuk ke dalam kategori non basis. Artinya 63 sektor tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing yang lemah di negara Tiongkok.

**Kedua**, berdasarkan analisis EPD, dari 97 sektor produk yang diekspor dari Indonesia ke Tiongkok hanya ada 20 sektor yang berada pada posisi pasar rising star, 20 sektor berada di posisi pasar lost opportunity, 17 sektor berada pada posisi pasar falling star, dan 40 sektor berada pada posisi pasar retreat. Artinya hanya ada 20 sektor produk yang memiliki keunggulan kompetitif di negara Tiongkok yaitu sektor produk yang berada pada posisi pasar rising star. Kategori ini menunjukkan bahwa sektor tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar yang tumbuh dengan cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almutmainah 2016"Analisis Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Cadangan Devisa Indonesia"Skripsi.Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- A.Mubasysyir, 2013" Pengaruh Ekspor, Impor, Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Selatan Periode (2002- 2011)"Skripsi. Makassar Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Anonim, Kebijakan umum di Bidang Ekspor, Departemen Perindustrian dan Perdagangan. (Samarinda 2006)
- Bergstrand J dan Egger P. 2010. Gravity Equations and Economic Frictions in the World Economy: A Survey.[Working Paper] [Internet]. [Diunduh 2015



- Feb13].Tersedia pada:  
[http://www3.nd.edu/jbergstr/WorkingPapers/Gravity\\_survey.pdf](http://www3.nd.edu/jbergstr/WorkingPapers/Gravity_survey.pdf).
- Boediono, Pengantar Ilmu Ekonomi 2 ; Ekonomi Makro, Edisi 4 (Yogyakarta : BPFE,, 1998)
- Djoko Muljono, 2012 Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam, (Yogyakarta: CV. Andi Offset,)
- Isti Rahmadhani 2015”Daya saing dan determinan ekspor udang beku Indonesia di negara tujuan ekspor”(skripsi.Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Jamaludin, R Syafrizal ,2020, [\*Konsep Dasar Ekonomi Menurut Syariat Islam\*](#), Jurnal Muamalatuna,
- Jamaludin, Roisyatin,2020. [\*Kesejahteraan Mustahiq dan Non Mustahiq Perspektif Maqaashidus Syariah Pada Petani Sehat Dompot Dhuafa Dan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat\\*\*](#). Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam
- Roisyatin dan Jamaludin, 2020.*PENGARUH ZAKAT TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA 2007-2018*, ALMUBIN ISLAMIC SCIENTIFIC JOURNAL
- Kalaba Y. 2012. Analisis Daya Saing Kakao Indonesia [disertasi]. Yogyakarta (ID): Universitas Gajah Mada.
- Krugman PR, Obstfeld M.2003. Internasional Economics: Theory and Policy [Internet][diunduh 2015 Mar 18]. Boston (US) : Pearson Education Internasional. Tersedia pada:<http://course.sdu.edu.cn/625/eWebEditor/uploadfile/20120417191243590081573385.pdf>.
- Lipsey RG, Courant PN, Purvis DD, Steiner PO. 1993. Pengantar Makroekonomi Edisi Kesepuluh Jilid Dua. Maulana A, penerjemah. Jakarta (ID): Binarupa Aksara. Terjemahan dari: Economics 10th ed.
- Lipsey RG, Purvis DD, Steiner PO. 1993. Pengantar Makroekonomi Edisi Kedelapan. Wasana J, Kirbrandoko, penerjemah; Sumihari, editor. Jakarta (ID): Penerbit Erlangga. Terjemahan dari: Economics 8th ed.
- Micel A Porter, 2001 Competitive Advantage, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia, 2001), Edisi 4
- M. Qurasyh Shibab, Tafsir Al-Misbah Volume 14 (Jakarta),
- Porter ME. 1990. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Bussiness Review [Internet]. [diunduh 2015 Mar 18]. Tersedia pada: <http://dl.cuni.cz/pluginlife.php/50387/mod.resource/content/0/Porter Competitive-Advantage.pdf>.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses.
- Salvatore. 1997. Ekonomi Internasional. Edisi Kelima. Jakarta (ID): Erlangga.
- Stiglitz JE. 1993. Principles of Macroeconomics first edition. New York (US): W. W Norton and Company, inc.
- Sadono Sukirno,2000 Pengantar Teori Ekonomi Makro, Edisi Kedua,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Press),
- Irgandhini Agra Kanaya dan Muhammad Firdaus,2014 ” DAYA SAING DAN PERMINTAAN EKSPOR PRODUK BIOFARMAKA INDONESIA DI NEGARA TUJUAN UTAMA PERIODE 2003-2012”, Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 11 No. 3

