

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kunyit (*Curcuma Domestika Val.*)

Kunyit merupakan tanaman tropis yang tumbuh baik di wilayah Asia termasuk Indonesia. Sebagai salah satu tanaman obat atau lebih dikenal dengan sebutan tanaman biofarmaka, kunyit banyak dicari oleh industri obat. Biofarmaka sendiri merupakan jenis-jenis tanaman yang memiliki fungsi yang berkhasiat sebagai obat dan dipergunakan untuk penyembuhan ataupun mencegah berbagai penyakit (Sarno, 2019). Terdapat 15 jenis tanaman biofarmaka baik rimpang maupun non rimpang meliputi jahe, lengkuas, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temu ireng, temu kunci, dlingo, kapulaga, mengkudu, mahkota dewa, kejobeling, sambiloto, dan lidah buaya BPS (2019). Pengklasifikasian tanaman kunyit sebagai berikut (Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat, 2020).

Divisi : *Spermatophyta*

Sub-divisio : *Angiospermae*

Kelas (*class*) : *Monocotyledoneae*

Suku (*family*) : *Zingiberaceae*

Jenis (*spesies*) : *Curcuma domestica Val.*

Karakteristik yang dimiliki kunyit yaitu batangnya bermodifikasi menjadi rimpang, daun menyirip, bunga *bisexual*, *zygomorphic*, dan mahkota memanjang dengan warna merah muda hingga ungu. Morfologi akar atau rimpang kunyit berbentuk panjang dan bulat dengan diameter sebesar 1-2 cm serta panjangnya 3-6

cm. Rimpang kunyit memiliki bau yang khas aromatik, rasa sedikit pahit, sedikit pedas, lama-kelamaan menimbulkan rasa tebal. Kunyit banyak mengandung minyak esensial pada rimpangnya, sehingga banyak dimanfaatkan untuk obat (Trimanto *et al.*, 2018). Kandungan kimia dalam rimpang kunyit yang sangat bermanfaat adalah kurkuminoid yang terdiri dari desmetoksi kurkumin 10%, oleoresin, dan bidesmetoksikurkumin 1-5%, minyak atsiri yang terdiri dari keton seskuiterpen, turmeron, tumeon 60%, zingiberene 25%, felandren, sebinen, borneol, dan sineil (Kusbiantoro & Purwaningrum). Kunyit juga mengandung senyawa damar, gom, lemak, protein, kalsium, fosfor dan besi (Adisa *et al.*, 2022). Kandungan lemak pada kunyit sebanyak 1-3%, karbohidrat sebanyak 3%, protein 30%, pati 8%, Vitamin C 45-55%, dan garam-garam mineral.

Senyawa kimia utama yang terkandung dalam kunyit yaitu kurkuminoid dan minyak atsiri. Kurkuminoid mengandung senyawa kurkumin dan turunannya yang termasuk senyawa antioksidan yang berperan melindungi sel-sel sehat, khususnya sel-sel yang beresiko kanker. Sifat kurkumin yang menarik yaitu akan berubah warna jika terjadi perubahan pH lingkungan, berwarna kuning saat suasana asam dan berwarna merah saat suasana basa. Minyak atsiri juga termasuk kandungan utama kunyit mengandung banyak senyawa penting yang dapat menentukan aroma dan cita rasa kunyit, serta memiliki sifat bervariasi seperti antimikroba, anti-inflamasi, anti-dermatosis, sebagai pengusir serangga dan juga bermanfaat bagi pencernaan. Minyak atsiri rimpang kunyit juga memiliki sifat antiseptik, antasida, karminatif dan anti jamur (Akbar *et al.*, 2018). Data produksi kunyit Indonesia dari tahun 2012-2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi kunyit Indonesia tahun 2012–2022.

Tahun	Konsumsi --- kg ---	Jumlah Produksi --- kg ---	Luas Panen --- ha ---	Produktifitas -- kg/ha --
2012	95.886.180	96.979.119	4.699,586	20.635,671
2013	119.029.061	120.726.111	5.113,038	23.611,423
2014	108.525.435	112.088.181	5.046,452	22.211,283
2015	104.583.360	113.101.185	5.657,861	19.990,096
2016	99.268.313	107.770.473	5.170,967	20.750,895
2017	121.167.405	128.338.949	6.496,731	19.754,389
2018	195.502.147	203.457.526	7.481,396	27.195,129
2019	185.180.165	190.909.204	8.066,946	23.665,611
2020	185.616.945	193.582.819	8.108,946	23.872,747
2021	177.955.623	184.825.890	7.324,000	25.235,648
2022	189.497.404	196.499.570	7.555,671	26.006,897

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2012-2022 (diolah).

Produksi kunyit Indonesia dari tahun 2012-2022 cenderung mengalami peningkatan begitu pula dengan konsumsinya. Daerah penghasil kunyit di Indonesia yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, Bengkulu, dan Daerah Istimewa Yogyakarta (BPS, 2022). Pulau Jawa menjadi penyumbang produksi terbesar di Indonesia. Produksi kunyit terendah terjadi pada tahun 2012 sebesar 96.979.119 kg dengan angka produktifitas 20.635, 671 kg/ha. Produktifitas tertinggi terjadi pada tahun 2018 sebesar 27.195,129 kg/ha dengan jumlah produksinya pada tahun tersebut sebesar 203.457.526 kg.

Banyaknya manfaat yang dimiliki kunyit berdampak pada permintaannya yang semakin meningkat tidak hanya di pasar domestik saja tapi juga di pasar internasional. Sebagian besar produksi kunyit Indonesia digunakan untuk memenuhi permintaan dalam negeri seperti, industri jamu tradisional, industri kimia, rumah tangga, dan sisanya diekspor. Berdasarkan tabel 1 produksi kunyit yang tinggi berbanding lurus dengan konsumsi kunyit Indonesia yang juga tinggi,

sehingga untuk ekspor Indonesia belum mampu memenuhi permintaan pasar dunia. Contoh perusahaan domestik yang membutuhkan tanaman obat termasuk didalamnya kunyit sebagai bahan produksi yaitu PT. Sido Muncul, PT. Air Mancur, PT. Indo Farma, Dayang Sumbi, CV. Temu Kencono, Indotraco, PT. Nyonya Meneer, Herba Agronusa, dan Jamu Jenggot. Indonesia menjadi salah satu negara pengeksport kunyit terbesar selama beberapa tahun terakhir di pasar internasional. Lima negara tujuan utama ekspor Indonesia yaitu India, Malaysia, USA, Korea, dan Singapura. Data volume ekspor kunyit Indonesia ke lima negara tujuan tahun 2012-2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data ekspor kunyit Indonesia di negara tujuan tahun 2012-2022

Tahun	India	Malaysia	USA	Korea Selatan	Singapura
	--- kg ---	--- kg ---	--- kg ---	--- kg ---	--- kg ---
2012	458.205	94.350	102.823	117.734	24.165
2013	651.300	590.394	41.216	84.665	16.519
2014	2.419.474	267.134	242.285	305.900	20.213
2015	7.066.521	353.541	121.559	243.468	25.683
2016	6.090.732	576.320	442.629	261.243	28.876
2017	6.550.430	204.503	181.840	66.988	20.747
2018	8.162.978	508.077	257.809	98.165	65.398
2019	6.550.430	1.132.961	102.530	67.304	28.748
2020	6.090.732	1.087.410	147.219	135.574	46.560
2021	7.139.057	1.019.809	336.197	49.620	41.888
2022	7.649.167	1.425.280	34.615	82.037	15.791

Sumber: UN Comtrade, 2012-2022 (diolah).

Berdasarkan UN Comtrade 2012-2022 ekspor kunyit Indonesia kelima negara tujuan ekspor masing-masing mengalami fluktuasi yang cenderung meningkat di setiap negara. Negara tujuan ekspor terbesar Indonesia yaitu India dengan ekspor terbesarnya terjadi pada tahun 2018. India sendiri merupakan negara importir terbesar sekaligus eksportir terbesar di dunia. Hal ini terjadi sebab

kunyit yang diimpor akan diolah kembali untuk dijadikan barang jadi yang kemudian dipasarkan kembali ke pasar internasional, sehingga harganya akan lebih tinggi. Selain itu, kebutuhan kunyit di India juga tinggi, untuk memenuhi permintaan dalam negeri maupun luar negeri India melakukan impor. Ekspor terbesar Indonesia ke Malaysia, USA (*United States of America*), Korea Selatan, dan Singapura secara berturut-turut terjadi pada tahun 2022, 2016, 2014, dan 2018. Rata-rata pada tahun 2022 baik India, Malaysia, Korea Selatan mengalami peningkatan volume impor, sedangkan USA dan Singapura mengalami penurunan impor komoditas kunyit Indonesia. Kunyit yang diekspor memiliki standar yang harus dipenuhi sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) 953:2014 tentang kunyit. Persyaratan umum untuk komoditas kunyit diantaranya yaitu rimpang induk utuh, tampilan segar, bebas dari hama dan penyakit, bebas dari kelembapan pada permukaan rimpang, bebas dari aroma dan rasa asing, serta rimpang dipanen setelah memenuhi kriteria panen.

2.2. *Harmonized System (HS)*

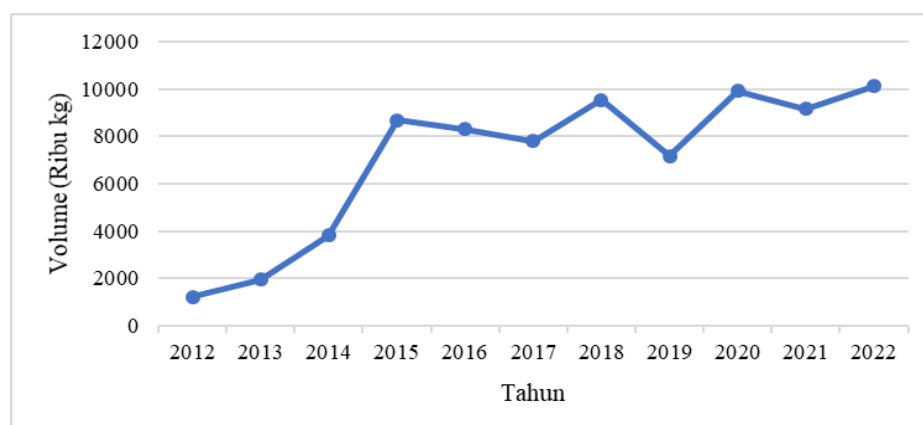
Harmonized System (HS) adalah suatu daftar penggolongan barang yang dibuat secara sistematis dengan tujuan mempermudah penarifan, transaksi perdagangan, pengangkutan dan statistik yang telah diperbaiki dari sistem klasifikasi sebelumnya (Nugrahaeni & Tjen, 2021). *Harmonized System Code* berperan penting dalam kegiatan perdagangan internasional. Penentuan HS mempunyai dampak pada keberlangsungan ekspor dan impor. Penetapan HS yang diperuntukkan untuk memudahkan melakukan identifikasi barang yang akan

diimpor. Kode HS juga bisa digunakan oleh pengimpor untuk melakukan estimasi biaya yang harus dibayarkan oleh importir (Wijayanti & Siahaan, 2022). Tujuan pembuatan kode HS yaitu memberikan keseragaman dalam penggolongan daftar barang yang sistematis, memudahkan pengumpulan data dan analisis statistik perdagangan dunia, dan memberikan sistem internasional yang resmi untuk pemberian kode untuk tujuan perdagangan (Kemendag Indonesia, 2023). Kode HS kunyit yang diteliti dalam penelitian ini yaitu 091030 *spices turmeric (curcuma)*. Dua digit pertama merupakan bab pengklasifikasian utama, empat digit pertama menunjukkan pos yang mengidentifikasikan pengelompokan pada suatu bab, dan enam digit pertama menjelaskan secara spesifik tipe produk dalam satu pos.

2.3. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain atas dasar kesepakatan bersama, sebab setiap negara memiliki keragaman sumber daya yang berbeda (Hasoloan, 2013). Masing-masing negara memiliki sumber daya yang berbeda dan memiliki keunggulan absolut atas suatu produk maka perdagangan dilakukan untuk menekan biaya produksi. Teori perdagangan internasional pertama kali dikemukakan oleh Adam Smith tentang keunggulan absolut yaitu suatu negara mampu memproduksi produk yang tidak mampu diproduksi oleh negara lain. Teori ini kemudian disempurnakan oleh David Ricardo dengan teori keunggulan komparatif. Dalam perdagangan internasional keunggulan komparatif akan tercapai bila suatu negara

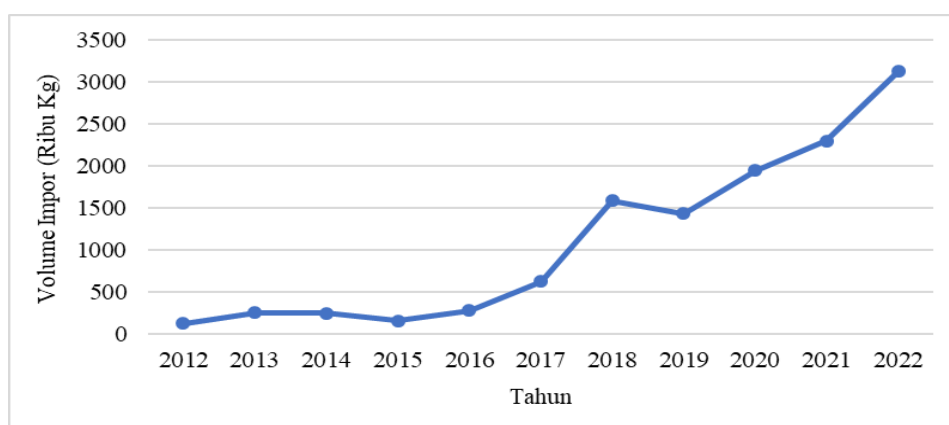
dapat memproduksi suatu produk lebih efisien dibanding negara lain akibat melimpahnya sumber daya (Radityo *et al.*, 2014). Keuntungan dari perdagangan internasional memungkinkan suatu negara untuk berspesialisasi dalam menghasilkan barang dan jasa yang murah, sehingga dapat melakukan ekspor (Fitriani, 2019). Dalam perdagangan internasional komoditas kunyit Indonesia masuk kedalam tiga negara eksportir terbesar setelah India dan Myanmar. Data terkait ekspor kunyit Indonesia di pasar internasional tahun 2012-2022 dapat dilihat pada Ilustrasi 1 (UN Comtrade 2012-2022).



Ilustrasi 1. Ekspor kunyit Indonesia di Pasar Internasional tahun 2012-2022.

Grafik pada Ilustrasi 1 menggambarkan volume ekspor kunyit Indonesia yang berfluktuasi setiap tahunnya, namun cenderung meningkat. Ekspor kunyit Indonesia sendiri menempati posisi ketiga sebagai negara pengeksportir kunyit terbesar di dunia setelah India dan Myanmar (UN Comtrade, 2021). Sebagai salah satu negara eksportir terbesar, Indonesia mengalami penurunan volume ekspor terbesar selama sebelas tahun terakhir di tahun 2019 sebesar 237,85 ton. Padahal jika dilihat dari permintaan pasar internasional akan produk kunyit Indonesia

meningkat setiap tahunnya. Pada beberapa negara berkembang, sebagian besar penduduknya masih menggunakan tanaman alami untuk memenuhi kebutuhan kesehatan tubuhnya. Permintaan kunyit Indonesia di pasar lokal juga terus meningkat, digunakan sebagai bahan dasar berbagai pembuatan jamu, obat-obatan, kosmetik, bahan spa, serta bahan baku industri makanan dan minuman. Demi memenuhi kebutuhan dan menjaga pasokan kunyit dalam negeri, Indonesia juga melakukan impor kunyit. Data impor kunyit Indonesia tahun 2012-2022 dapat dilihat pada Ilustrasi 2 (UN Comtrade 2012-2022).



Ilustrasi 2. Impor kunyit Indonesia di pasar Internasional tahun 2012-2022.

Grafik pada Ilustrasi 2 menggambarkan fluktuasi pada impor kunyit di Indonesia yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Impor terendah terjadi pada tahun 2012, ditahun berikutnya impor naik dan turun lagi di tahun 2015. Tahun-tahun selanjutnya impor kunyit mengalami peningkatan hingga tahun 2022 mencapai peningkatan tertinggi dengan jumlah impor sebesar 3.124,07 ton. Tingginya nilai impor kunyit yang dilakukan Indonesia disebabkan karena meningkatnya konsumsi dalam negeri terhadap komoditas kunyit. Konsumsi

kunyit Indonesia pada tahun 2022 189.497.404 kg, yang merupakan 96% dari total produksinya. mencapai Harga kunyit dunia mengalami penurunan terbesar pada tahun 2019 dari harga US\$ 1.553,97/ton menjadi US\$ 1.248,40/ton (UN Comtrade 2019). Hal ini disebabkan terjadinya kelesuan ekonomi diberbagai belahan bumi akibat pandemi yang terus memburuk. Nilai mata uang Indonesia akan dollar mengalami penurunan, bahkan sempat turun menyentuh angka Rp16.367 per satu dollar lebih rendah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Kemendag RI, 2020).

2.4. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut akan diminati oleh konsumen (Wardani & Sri, 2017). Daya saing menjadi kunci keberhasilan suatu negara, industri dan perusahaan agar bisa bertahan atau bahkan unggul dalam persaingan. Daya saing ekspor dapat diketahui menggunakan pendekatan keunggulan komparatif dan kompetitif suatu komoditas di suatu negara.

1. Keunggulan Komparatif

Teori Keunggulan Komparatif David Ricardo menyatakan bahwa negara akan memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi. Perdagangan internasional antar dua negara dapat dilakukan bila masing-masing negara memiliki perbedaan dalam efisiensi biaya produksi suatu komoditas (Salvatore, 2013). Hal ini mengindikasikan bahwa negara yang

kurang efisien akan berspesialisasi dalam produksi dan ekspor komoditas di mana kerugian absolutnya lebih kecil atau yang paling efisien produksinya dibanding dengan negara lain (Tampubolon, 2019). Perdagangan bebas suatu negara yang memanfaatkan teknologi akan lebih diuntungkan dalam persaingan dibandingkan dengan negara yang hanya mengandalkan sumber daya alam saja.

2. Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif pertama kali dikemukakan Porter (1990) yang disitasi oleh Sarwono (2014), dijelaskan bahwa negara yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan-perusahaan domestik akan mendorong terbentuknya keunggulan kompetitif pada suatu negara. Keunggulan tersebut tergantung dari kemampuan perusahaan berkompetisi dalam menguasai pasar dengan menghasilkan produk yang berdaya saing di pasar internasional. Keunggulan kompetitif sifatnya dapat dikembangkan, sehingga kondisi alami tidak perlu dijadikan penghambat karena pada dasarnya dapat diperjuangkan dengan berbagai usaha (Wastra, 2016). Dalam penguasaan perdagangan di pasar internasional, suatu negara harus dapat memperkuat industri di dalam negerinya.

3.1. Analisis Daya Saing

1. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan metode untuk menganalisis daya saing komparatif ekspor suatu komoditi di suatu negara dengan membandingkan pangsa pasar ekspor komoditi di suatu negara dengan pangsa pasar komoditi tertentu di pasar internasional. Pangsa pasar sendiri merupakan

penjualan relatif untuk suatu pihak terhadap pesaing di pasar yang sama. Dapat dihitung dengan membagi total penjualan produk suatu negara dengan total penjualan suatu produk industri (Naufal & Suprehatin, 2021). Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Ballasa 1965 (Prabayanthi, 2020). Menurut Ballasa daya saing ekspor komparatif suatu komoditas cukup dihitung berdasarkan kinerja eksportnya saja, sebab jika menganalisis menggunakan efisiensi produksi akan semakin rumit sebab setiap negara input faktornya berbeda-beda (Ballasa, 1965). Nilai RCA lebih dari satu artinya daya saing komoditi tersebut kuat dan nilai RCA yang kurang dari satu artinya komoditi tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing rendah (Tarmidzi & Dina, 2021). Variabel yang dihitung pada alat analisis RCA yaitu kinerja ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor suatu wilayah yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan dunia (Hakam & Firmansyah, 2019). Berikut merupakan formula dari alat analisis RCA menurut Ballasa (Stellian & Buitrago, 2022):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{wj}/X_{wt}}$$

Keterangan:

X_{ij} : Nilai ekspor komoditas j dari negara i ke negara tujuan ekspor (US\$)

X_{it} : Nilai ekspor total dari negara i ke negara tujuan ekspor (US\$)

X_{wj} : Nilai ekspor dunia pada komoditas j ke negara tujuan ekspor (US\$)

X_{wt} : Nilai ekspor total dunia ke negara tujuan ekspor (US\$)

2. *Export Product Dynamics* (EPD)

Metode analisis *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan dengan tujuan mengidentifikasi daya saing kompetitif suatu produk serta mengukur performa produk suatu negara apakah dinamis atau tidak (Abdat *et al.*, 2022). Hasil yang diperoleh dari metode EPD dapat digunakan untuk melihat pertumbuhan komoditi di suatu negara. Nilai EPD yang berada di atas rata-rata menunjukkan bahwa ekspor suatu komoditas dapat berlangsung untuk jangka panjang dan memungkinkan komoditi tersebut dapat menjadi sumber pendapatan yang penting di suatu negara. Pada alat analisis EPD menggunakan daya tarik pasar (diukur berdasarkan pertumbuhan permintaan) sebagai sumbu X dan kekuatan bisnis (diukur dari pertumbuhan perolehan pasar atau market share) sebagai sumbu Y (Wardani & Sri, 2017). Penggunaan metode EPD dapat menggunakan formula sebagai berikut Estherhuizen (2006) (Abdat *et al.*, 2022):

Sumbu X : Pangsa ekspor kunyit Indonesia di negara tujuan ekspor.

$$X = \frac{\frac{X_{jt}}{X_{wt}} \times 100\% - \frac{X_{jt-1}}{X_{wt-1}} \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y : Pangsa ekspor produk Indonesia di negara tujuan ekspor.

$$Y = \frac{\frac{\sum X_{ajt}}{\sum X_{awt}} \times 100\% - \frac{\sum X_{ajt-1}}{\sum X_{awt-1}} \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{jt} : Nilai ekspor komoditas Indonesia ke negara j di tahun t (US\$)

X_{wt} : Nilai ekspor komoditas dunia di tahun t (US\$)

X_{jt-1} : Nilai ekspor komoditas Indonesia ke negara j di tahun t-1 (US\$)

X_{wt-1} : Nilai ekspor komoditas dunia di tahun t-1 (US\$)

$\sum X_{ajt}$: Nilai total ekspor produk Indonesia ke negara j di tahun t (US\$)

$\sum X_{awt}$: Nilai total ekspor semua produk dunia di tahun t (US\$)

$\sum X_{ajt-1}$: Nilai total ekspor produk Indonesia ke negara j di tahun t-1 (US\$)

$\sum X_{awt-1}$: Nilai total ekspor semua produk dunia di tahun t-1 (US\$)

T : Jumlah tahun analisis

Terdapat empat kategori yaitu *Rising star*, *Falling star*, *Lost Opportunity*, dan *Retreat*. *Rising star*, mengindikasikan pertumbuhan pangsa pasar yang relatif cepat atau posisi pasar yang paling ideal. *Lost opportunity*, mengindikasikan keadaan kehilangan kesempatan pangsa pasar namun produk tersebut dinamis. *Falling stars*, mengindikasikan keadaan pangsa pasar yang meningkat namun produk tersebut tidak dinamis. *Retreat*, mengindikasikan produk tersebut kehilangan pangsa pasar dan tidak dinamis atau tidak diinginkan lagi di pasar (Akbar & Widyastutik, 2022). Produk industri suatu negara dianggap kompetitif apabila pangsa pasar mereka terus meningkat, dan dianggap dinamis dalam perdagangan dunia jika pangsa pasarnya tumbuh lebih cepat daripada rata-rata pertumbuhan semua produk (Zainudin, 2020). Berikut empat kategori yang ada pada metode EPD dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Posisi Daya Saing dengan metode EPD

Pangsa ekspor kunyit Indonesia di negara tujuan (X)	Pangsa Ekspor Produk Indonesia di Negara Tujuan Ekspor (Y)	
	<i>Rising</i> (Dinamis) (+)	<i>Falling</i> (Stagnan) (-)
<i>Rising</i> (Kompetitif) (+)	<i>Rising Star</i>	<i>Falling Star</i>
<i>Falling</i> (Tidak Kompetitif) (-)	<i>Lost Opportunity</i>	<i>Retreat</i>

(Estherhuizen, 2006)

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan konsep–konsep yang mengacu pada penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan penulisan. Penelitian terdahulu yang digunakan tidak hanya terkait komoditas kunyit saja, namun konsep yang digunakan sama yaitu menganalisis daya saing. Daya saing yang diteliti yaitu daya saing komparatif dan kompetitif. Penelitian–penelitian yang dijadikan sebagai bahan rujukan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Metode Analisis	Hasil
Abdat <i>et al.</i> , (2022)	- <i>Indeks Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) - <i>Export Product Dynamic</i> (EPD) - <i>Acceleration Ratio</i> (AR)	- Hasil perhitungan RCA menunjukkan daya saing ekspor vanili Indonesia untuk negara tujuan ekspor Amerika Serikat, Jerman, Prancis, India, dan Belanda memiliki daya saing yang kuat. - Hasil EPD daya saing vanilli berada di posisi rising star, kemudian lost opportunity, falling star, dan yang paling sedikit muncul adalah retreat. - Hasil perhitungan AR lebih dari satu dan dapat mengalahkan negara-negara pesaingnya yang memiliki nilai AR dibawah
Rahma <i>et al.</i> , (2021).	- <i>Hirschman Herfindahl Index</i> (HHI) - <i>Concentration Ratio</i> (CR) - <i>Revealed Symmetric Comparative Advantage</i> (RSCA). - Indeks Spesialisasi	- Hasil perhitungan HHI dan CR menunjukkan bahwa struktur pasar kunyit dunia selama 10 tahun adalah pasar oligopoli penuh tipe II atau pasar very high oligopoly. - Hasil perhitungan RSCA dari tahun 2011, 2014, 2015, 2016, 2017, Indonesia menempati posisi ketiga terkuat dalam ekspor kunyit. Namun pada tahun 2010,

	Perdagangan (ISP)	2012, 2013, dan 2018 turun ke posisi ke empat, diantara 8 negara pengekspor kunyit terbesar yaitu India, Myanmar, Indonesia, Viet Nam, Belanda, Inggris, Prancis dan Jerman.
Megagita <i>et al.</i> , (2021).	- RCA (Revealed Comparative Advantage) - EPD (Export Product Dynamic) - Uji ARIMA	- RCA kunyit Indonesia memiliki daya saing yang kuat terutama di negara tujuan India, Singapura, Amerika Serikat, Korea Selatan, Vietnam, dan Taiwan. - EPD menunjukkan bahwa posisi pasar kunyit Indonesia di pasar internasional menduduki posisi falling star. - Uji ARIMA menunjukkan peramalan volume ekspor kunyit dari tahun 2020 – 2030 memiliki prospek yang cenderung meningkat.