Kajian Peran *E-Commerce* terhadap Perluasan Akses Pasar Ekspor Kelapa Sawit Indonesia

Study of the Role of E-Commerce in Expanding Access to Indonesian Palm Oil Export Markets

Ernah*, Jastitia Arifania Tauladani, Khalisya Rahma Safitri, Anneke Lamarsha Bhakti

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Email: ernah@unpad.ac.id

(Diterima 29-06-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Komoditas kelapa sawit merupakan salah satu penopang utama ekspor Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Namun demikian, perluasan ekspor masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan distribusi, akses pasar global, serta kurangnya transparansi dalam rantai pasok. Seiring pesatnya perkembangan teknologi digital, e-commerce menawarkan peluang baru dalam menjawab persoalan tersebut, khususnya untuk produk turunan seperti minyak kelapa sawit (CPO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam mendukung ekspor komoditas kelapa sawit Indonesia ke pasar internasional. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik studi literatur dan analisis data sekunder yang diperoleh dari lembaga perdagangan dan platform e-commerce. Alat analisis yang digunakan mencakup analisis konten terhadap data dan dokumen relevan untuk mengidentifikasi pola, peluang, dan tantangan. Hasil kajian menunjukkan bahwa e-commerce berkontribusi dalam mempercepat proses promosi produk, memperluas jaringan pembeli lintas negara, serta meningkatkan efisiensi logistik dan transparansi transaksi ekspor. Namun, sejumlah hambatan masih dihadapi, seperti keterbatasan regulasi perdagangan digital, belum meratanya infrastruktur digital nasional, dan rendahnya literasi digital pelaku UMKM agribisnis. Studi ini menyimpulkan bahwa e-commerce memiliki potensi besar dalam memperluas ekspor kelapa sawit Indonesia. Oleh karena itu, disarankan adanya dukungan kebijakan yang proaktif, penguatan kapasitas pelaku usaha kecil dan menengah, serta integrasi sistem logistik digital nasional untuk mengoptimalkan potensi tersebut.

Kata kunci: E-Commerce, Kelapa Sawit, Pasar, Kualitatif, Digital

ABSTRACT

Palm oil is one of Indonesia's key export commodities, contributing significantly to the national economy. However, the expansion of exports continues to face challenges such as limited distribution channels, restricted access to global markets, and a lack of transparency in the supply chain. Amid rapid advancements in digital technology, e-commerce has emerged as a potential solution to address these issues, particularly for downstream products such as crude palm oil (CPO). This study aims to analyze the role of e-commerce in supporting the export of Indonesian palm oil commodities to global markets. The research employs a qualitative-descriptive approach using literature review and secondary data analysis sourced from trade institutions and e-commerce platforms. Content analysis was used to examine relevant documents and data to identify patterns, opportunities, and constraints. The findings indicate that e-commerce contributes to accelerating product promotion, expanding international buyer networks, and improving logistics efficiency and transaction transparency in export activities. Nevertheless, several obstacles remain, including limited digital trade regulations, uneven digital infrastructure across regions, and low digital literacy among agribusiness MSMEs. This study concludes that e-commerce holds considerable potential to enhance the global reach of Indonesia's palm oil exports. Therefore, it is recommended that the government adopt supportive policies, strengthen the capacity of small and medium enterprises, and integrate digital logistics systems at the national level to fully harness the benefits of e-commerce in export development.

Keywords: E-Commerce, Palm Oil, Market, Qualitative, Digital

PENDAHULUAN

Minyak kelapa sawit (CPO) merupakan salah satu komoditas utama ekspor Indonesia yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (Irawan & Soesilo, 2021; Sihombing *et al.*, 2022). Indonesia, sebagai salah satu negara penghasil terbesar CPO di dunia, telah lama

mendominasi pasar global dengan produk ini, yang digunakan dalam berbagai industri, mulai dari pangan hingga energi terbarukan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), Indonesia menghasilkan lebih dari 40 juta ton CPO setiap tahun (Nurmalita & Wibowo, 2019). Meskipun ekspor CPO Indonesia terus mengalami peningkatan, tantangan terkait distribusi, akses pasar, dan transparansi rantai pasok masih menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan ekspor. Hal ini membatasi potensi ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke pasar global.

Perkembangan teknologi digital, khususnya e-commerce, menawarkan peluang besar bagi sektor agribisnis, termasuk minyak kelapa sawit, untuk mengakses pasar internasional dengan lebih efisien (Lutfiah Abdullah et al., 2024). E-commerce memungkinkan produsen CPO memperluas pasar tanpa batasan geografis dan memfasilitasi transaksi yang lebih cepat dan lebih murah (Pratomo & Cantika Saputra, 2022). Platform digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar negara berkembang dan maju dengan lebih mudah. Penerapan e-commerce untuk ekspor minyak kelapa sawit Indonesia masih dihadapkan pada beberapa kendala.

E-commerce memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekspor komoditas pertanian, termasuk kelapa sawit. Menurut (Advent et al., 2021), penggunaan platform e-commerce dalam perdagangan internasional telah terbukti meningkatkan efisiensi dalam proses promosi dan distribusi produk. E-commerce juga memungkinkan transparansi dalam rantai pasok untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan produk yang semakin dibutuhkan oleh konsumen internasional (IPOA, 2023). Tantangan seperti infrastruktur digital yang tidak merata dan peraturan perdagangan digital yang berbeda antarnegara masih menjadi penghalang bagi adopsi e-commerce yang lebih luas dalam sektor ini (WTO, 2022). Berdasarkan hal tersebut studi ini bertujuan untuk mengkaji peran e-commerce dalam memperluas jangkauan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke pasar global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam memperluas ekspor minyak kelapa sawit Indonesia. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap dinamika kebijakan, infrastruktur digital, serta potensi dan tantangan pemanfaatan e-commerce dalam mendukung akses pasar ekspor komoditas sawit.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur yang mencakup berbagai sumber sekunder, seperti artikel ilmiah, jurnal akademik, laporan dari lembaga perdagangan nasional dan internasional, serta dokumen kebijakan terkait e-commerce dan ekspor minyak kelapa sawit. Literatur yang dianalisis berasal dari publikasi-publikasi kredibel yang diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir untuk menjamin relevansi dengan kondisi terkini. Selain itu, data sekunder juga dikumpulkan dari platform e-commerce serta laporan harga referensi minyak kelapa sawit mentah (CPO) yang diterbitkan secara berkala oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap utama. Pertama, dilakukan analisis konten terhadap dokumen kebijakan dan laporan perdagangan untuk mengevaluasi arah dan efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendukung transformasi digital di sektor ekspor. Kedua, digunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi isu-isu kunci yang berkaitan dengan implementasi e-commerce dalam ekspor, termasuk hambatan struktural, kesiapan pelaku usaha, dan dukungan kelembagaan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam pengembangan kebijakan perdagangan digital, khususnya untuk sektor perkebunan strategis seperti kelapa sawit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-commerce telah memberikan dampak yang signifikan dalam memperluas pasar internasional untuk produk minyak kelapa sawit (CPO). Melalui *platform* digital, pelaku usaha dapat mengakses pasar global tanpa batasan geografis (Irgi Putri Olivia & Ni Made Ida Pratiwi, 2024). Produsen CPO dapat langsung menjangkau konsumen global. Platform digital mempermudah promosi dan transaksi ekspor tanpa perantara yang memperlambat proses. Menurut Kementerian Perdagangan (Kemendag, 2025), platform e-commerce memungkinkan produsen untuk menjaga harga tetap kompetitif di pasar global, sekaligus mengurangi biaya distribusi dan pemasaran. (Afrian, 2024). Adopsi teknologi digital dalam perdagangan internasional juga dapat meningkatkan efisiensi logistik dengan mempercepat distribusi dan mempermudah pelacakan barang secara real-time (Carolin, 2023).

Meskipun demikian, *e-commerce* menawarkan banyak peluang, pelaku usaha di Indonesia, terutama di daerah terpencil, masih dihadapkan pada tantangan untuk mengakses infrastruktur digital yang memadai, seperti yang dijelaskan oleh (Safitri, 2019). Salah satu tantangan utama yang dihadapi dalam memperluas ekspor CPO melalui *e-commerce* adalah terbatasnya infrastruktur digital di banyak daerah penghasil kelapa sawit. Hal ini menyulitkan pelaku usaha UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai saluran ekspor, karena tanpa koneksi yang stabil dan cepat, mereka tidak dapat mengakses *platform e-commerce* dengan efektif (Tamam, 2024).

Selain masalah infrastruktur, kapasitas pelaku usaha juga menjadi kendala. Banyak pelaku usaha, terutama di wilayah terpencil, belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai teknologi digital dan cara mengelola *platform e-commerce* (Bessie, 2019). Beberapa di antaranya telah mengadopsi teknologi, namun mereka sering kali kekurangan keterampilan dalam mengoptimalkan *e-commerce* untuk perdagangan internasional, sebagaimana diungkapkan oleh (Anastacia Lydia Cabelita, Phebyana Margaretha, 2022).

Pelatihan dan edukasi yang lebih intensif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan *e-commerce*. Pemerintah Indonesia telah memberikan perhatian khusus untuk pengembangan *e-commerce* yang dapat mendukung ekspor, khususnya untuk komoditas CPO. Beberapa kebijakan yang diterapkan bertujuan untuk memperbaiki infrastruktur digital dan meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menggunakan *platform* digital (Dwi, 2024). Salah satu kebijakan penting adalah penerapan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 46 Tahun 2022 yang mengatur perdagangan elektronik. Kebijakan ini dirancang untuk mengurangi hambatan perdagangan internasional, mempercepat prosedur ekspor, dan mempermudah pelaku usaha, termasuk yang bergerak di sektor kelapa sawit, dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar global (Situngkir, 2022).

Pemerintah Indonesia juga memberikan berbagai insentif untuk mendukung ekspor, seperti fasilitas bea keluar (BK) dan pungutan ekspor (PE) yang lebih kompetitif. Misalnya, pada Februari 2025, harga referensi minyak kelapa sawit ditetapkan sebesar US\$955,44 per metrik ton, dengan pemberian bea keluar dan pungutan ekspor untuk menjaga daya saing ekspor CPO Indonesia di pasar global (Kemendag, 2025). Kebijakan tersebut diharapkan dapat membantu sektor kelapa sawit Indonesia untuk tetap bersaing di pasar internasional meskipun terdapat tantangan harga dan penurunan permintaan (Tiara et al., 2023).

A. Peluang E-Commerce dalam Memperluas Jangkauan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia

E-commerce memiliki peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke pasar global. Pelaku usaha, terutama yang berada di daerah terpencil, kini dapat memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka tanpa terbatas oleh jarak geografis (Abidin, 2021). Melalui *e-commerce*, produk CPO dapat diperkenalkan langsung kepada konsumen atau pembeli di pasar internasional tanpa perlu melalui distributor lokal, yang seringkali mengurangi biaya dan mempercepat proses distribusi (Triyowati & Sabrina, 2021). *Platform e-commerce* besar, seperti Alibaba atau Amazon, telah memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjangkau pasar-pasar yang sebelumnya sulit dijangkau, terutama di negara berkembang. (HARSONO et al., 2024). *E-commerce* juga memungkinkan proses promosi yang lebih efisien dan cepat. Menurut Kementerian Perdagangan (2025), transaksi melalui *e-commerce* mempercepat proses pemasaran, sehingga produsen dapat lebih cepat menanggapi permintaan pasar global. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, termasuk optimisasi mesin pencari (SEO) dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, produsen CPO dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara signifikan (Suhardi, 2024). Potensi *e-commerce* dalam memperluas ekspor sangat besar, terutama jika pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. (Suhardi, 2024).

B. Kendala yang Dihadapi oleh Pelaku Usaha dalam Memanfaatkan E-Commerce untuk Ekspor

Meski memiliki banyak peluang, pelaku usaha, khususnya di sektor UMKM agribisnis, menghadapi beberapa kendala dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai saluran ekspor. Salah satu kendala terbesar adalah keterbatasan infrastruktur digital, terutama di daerah penghasil kelapa sawit (Hendriani et al., 2023). Meskipun penetrasi internet di Indonesia cukup tinggi (77%), daerah-daerah

terpencil yang menjadi pusat produksi kelapa sawit sering kali kekurangan akses internet yang cepat dan stabil, yang sangat penting untuk memanfaatkan *platform e-commerce* secara efektif (Apji, 2023). Tanpa akses internet yang baik, pelaku usaha kesulitan dalam menjalankan transaksi digital, mempromosikan produk, dan menjangkau pembeli internasional.

Pelaku usaha di sektor agribisnis, khususnya yang bergerak dalam komoditas kelapa sawit, menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana ekspor. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan infrastruktur digital. Ketidakmerataan akses internet, terutama di wilayah terpencil, turut menurunkan kemampuan mereka dalam melakukan transaksi digital maupun promosi produk secara efektif. Selain itu, keterbatasan kapasitas digital para pelaku usaha juga menjadi tantangan serius. Kurangnya pemahaman dalam mengelola platform digital dan penggunaan media sosial menyebabkan *e-commerce* belum dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai saluran ekspor. Tak kalah penting, pelaku usaha juga menghadapi tantangan dalam sistem pembayaran digital dan keamanan transaksi.

Kekhawatiran terhadap keamanan transaksi online dan keterbatasan akses terhadap sistem pembayaran yang aman dan efisien di daerah terpencil menjadi faktor penghambat utama dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk ekspor (Saptyawati & Indah, 2023). Banyak pelaku usaha agribisnis yang belum memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai dalam mengelola platform *e-commerce*. Mereka kesulitan untuk memahami cara kerja platform digital yang digunakan untuk transaksi internasional, yang memerlukan pemahaman teknis dan keahlian pemasaran digital. Meskipun ada usaha untuk mengadopsi teknologi digital, sebagian besar pelaku usaha UMKM masih kekurangan keterampilan dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk perdagangan internasional.

Menurut Situngkir (2022), meskipun beberapa pelaku usaha telah mulai menggunakan teknologi, mereka sering kali belum tahu bagaimana mengoptimalkan platform tersebut untuk memperluas pasar mereka ke tingkat global. Keterbatasan ini menjadi penghalang besar dalam mengakses pasar internasional yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang pemasaran digital. Pelaku usaha Indonesia tidak dapat bersaing dengan produsen dari negara lain yang sudah lebih siap dalam memanfaatkan teknologi digital. Ketidakmampuan ini menghambat potensi ekspor mereka, karena mereka tidak dapat mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* sebagai saluran untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional.

C. Potensi Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung *E-Commerce* untuk Meningkatkan Daya Saing Ekspor

Kebijakan pemerintah Indonesia memiliki potensi besar untuk mendukung penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing ekspor minyak kelapa sawit. Salah satu kebijakan yang telah diterapkan adalah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 46 Tahun 2022 yang mengatur perdagangan elektronik. Kebijakan ini bertujuan untuk mempermudah prosedur ekspor dan mengurangi hambatan perdagangan internasional, sehingga pelaku usaha, termasuk yang bergerak di sektor kelapa sawit, dapat lebih mudah memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas pasar mereka (Nasution & Ningsih, 2025). Peraturan ini memberikan dasar hukum yang jelas dan dapat menciptakan iklim perdagangan yang lebih transparan dan efisien.

Pemerintah Indonesia juga memberikan berbagai insentif untuk mendukung ekspor, seperti pemberian fasilitas bea keluar (BK) dan pungutan ekspor (PE) yang lebih bersaing (Kemendag, 2025). Kebijakan tersebut diharapkan dapat menjaga daya saing produk CPO Indonesia di pasar global meskipun terdapat penurunan harga internasional. Untuk mengoptimalkan manfaat *e-commerce*, pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur digital sekaligus menyediakan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM, guna memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital secara maksimal. Pemerintah harus terus mendorong investasi dalam pembangunan infrastruktur digital yang merata, khususnya di daerah penghasil kelapa sawit.

Berdasarkan data yang tersedia, *e-commerce* menunjukkan potensi besar dalam mendukung ekspor minyak kelapa sawit Indonesia, meskipun terdapat kendala infrastruktur dan kapasitas pelaku usaha. Berdasarkan laporan Kemendag (2025), penurunan harga CPO yang tercatat pada Februari 2025 sebesar 9,82% menjadi US\$955,44 per metrik ton menunjukkan bahwa ekspor minyak kelapa sawit Indonesia menghadapi tantangan harga yang signifikan. Namun, *e-commerce* dapat menjadi solusi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing dengan memperpendek rantai distribusi dan mengurangi biaya transaksi, seperti yang dijelaskan oleh (Asraaf Efendi Batubara et al., 2023). Platform *e-commerce* dapat memfasilitasi perdagangan yang lebih efisien, meskipun harga komoditas CPO mengalami penurunan (Tabel 1).

Tabel 1. Platform E-Commerce

Tahun	Harga Referensi CPO (US\$/Metrik Ton)	Penurunan Harga (%)	Penetrasi Internet (%)	Jumlah Daerah Terpencil dengan Akses Internet Terbatas	Jumlah UMKM yang Memanfaatkan E-Commerce (%)	Ekspor CPO (Ton)	Pertumbuhan Ekspor (%)
2023	1050.00	-	77	150	30	40,000,000	
2024	1025.50	-2.33	78	145	35	42,000,000	
2025	955.44	-9.82	79	140	40	43,000,000	

Sumber: <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-harga-cpo-periode-februari-2025-melemah>

KESIMPULAN

Hasil studi ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki potensi signifikan dalam memperluas jangkauan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke pasar global. Melalui pemanfaatan *platform* digital, proses promosi dan distribusi produk dapat dilakukan secara lebih efisien dan terbuka, serta mampu menjangkau jaringan pembeli internasional yang lebih luas. Meskipun demikian, implementasi *e-commerce* dalam sektor ekspor minyak sawit masih menghadapi sejumlah hambatan struktural dan institusional. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi dan kapasitas pelaku usaha terutama UMKM dalam penggunaan teknologi informasi, serta perbedaan regulasi perdagangan digital antarnegara tujuan ekspor. Untuk mengoptimalkan manfaat *e-commerce* dalam mendukung ekspor minyak kelapa sawit, diperlukan intervensi kebijakan yang komprehensif dan sinergis antara pemerintah, pelaku usaha, dan penyedia platform digital.

Untuk itu, pemerintah sebaiknya menyusun dan memperkuat regulasi yang mendukung perdagangan digital lintas negara, termasuk harmonisasi standar, perlindungan data, dan fasilitasi logistic dan diperlukan kebijakan afirmatif dalam pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi khususnya di daerah sentra produksi sawit serta program peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan literasi digital dan pendampingan teknis dalam pemanfaatan *e-commerce* perlu diperluas dan difokuskan pada pelaku UMKM agribisnis yang memiliki potensi ekspor. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji secara kuantitatif dampak penggunaan *e-commerce* terhadap volume dan nilai ekspor minyak kelapa sawit Indonesia. Selain itu, studi komparatif antarnegara ASEAN dapat memberikan pemahaman lebih mendalam terkait praktik terbaik dalam integrasi *e-commerce* dan perdagangan komoditas perkebunan. Pendekatan mixed-method juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi interaksi antara faktor kebijakan, kesiapan teknologi, dan perilaku pelaku usaha dalam konteks perdagangan digital yang dinamis. Dengan demikian, hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan ekspor berbasis digital yang lebih responsif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2021). *Analisis Eksport Minyak Kelapa Sawit (CPO) Indonesia*.
- Advent, R., Zulgani, Z., & Nurhayani, N. (2021). Analisis faktor - faktor yang memengaruhi ekspor minyak kelapa sawit di Indonesia Tahun 2000-2019. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 9(1), 49–58 <https://doi.org/10.22437/pim.v9i1.13652>
- Afrian. (2024). Transformasi Perdagangan Internasional Melalui Digitalisasi Dan E-Commerce: Peluang Dan Tantangan. *November*, 1467–1479.
- Anastacia Lydia Cabelita, Phebyana Margaretha, dan M. L. (2022). Indonesia Keluar dari Middle Income Trap: Permasalahan dan Solusi. In *Bunga Rampai dalam Rangka Pemulihan Ekonomi di Masa Pandemi* (Vol. 1).
- Asraaf Efendi Batubara, Muhammad Faishal Yahya, Sultan Rasy Nasyaa, & Purnama Ramadani Silalahi. (2023). Analisis Ekspor Impor Kelapa Sawit Indonesia Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 22–31.
- Bessie, J. L. D. (2019). Implementasi E-Commerce Dalam Industri Pariwisata. *Journal of*

Management, 8(1), 45–62.

- Bulan Febriana, Qanitha Qushayyi Qamarani, Qonita Azzahra Salsabila, Sarah Tamara Sinaga, & Shabrina Kansa Aulia. (2023). Kondisi Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia Selama Periode Covid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2275–2282. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4894>
- Carolin, V. (2023). Tantangan Dan Peluang Dalam Sektor Ekspor Dan Impor Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 1(2), 88–104.
- Dwi, A. P. (2024). Analisis Pengaruh Kurs Dan Inflasi Terhadap Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia Periode Tahun 2000-2020. 24(7), 28–42.
- Harsono, I., Sutanto, H., Rois, I., Fadliyanti, L., & Mulawiani, B. S. W. (2024). Kontribusi Infrastruktur Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif Di Indonesia. *Ganec Swara*, 18(1), 196.
- Hendriani, S. Z. H., Setiawati Ningsih, & Ricky Firmansyah. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Larangan Ekspor Minyak Kelapa Sawit di Indonesia selama Pandemi : Literatur Review. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1087–1092.
- Irawan, B., & Soesilo, N. I. (2021). Dampak Kebijakan Hilirisasi Industri Kelapa Sawit terhadap Permintaan CPO pada Industri Hilir. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 12(1), 29–43.
- Irgi Putri Olivia, & Ni Made Ida Pratiwi. (2024). Tantangan & Strategi dalam Optimalisasi Ekspor Produk Fashion dan Perhiasan Dengan Pendekatan Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 2(3), 259–268.
- Lutfiah Abdullah, S., Fadliyah Akbariyah, A., Wikansari, R., & App, P. (2024). Potensi Ekspor Crude Palm Oil (CPO) di Indonesia. *Journal of Science and Social Research*, 4307(1), 61–67.
- Nasution, E. W., & Ningsih, T. (2025). Optimalisasi Manajemen Rantai Pasok dalam Agribisnis : Studi Kasus Produksi Kelapa Sawit di Negara Berkembang.
- Nurmalita, V., & Wibowo, P. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Ekspor, Memengaruhi Kelapa, Minyak. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 605–619.
- Pratomo, G., & Cantika Saputra, O. C. (2022). Analisis Determinan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia Pada Negara Asia-6 Tahun 2011-2020. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.30742/economie.v4i1.2463>
- Purba, W., & Dwi, A. (2021). Dinamika Kerjasama Perdagangan Indonesia Dalam Ekspor Kelapa Sawit Ke India Tahun 2014-2019. *Jurnal FISK*, 2(1), 133–140.
- Ramadhana, R. A., & Hadi, S. (2023). Pengaruh Inflasi, Kurs, Produksi Minyak Sawit Terhadap Volume Ekspor Minyak Sawit Di Indonesia Periode 1990-2020. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 7(02), 319–331.
- RI, B. K. S. J. D. (2021). Pengoptimalan Program Pengungkapan Sukarela pada Wajib Pajak Pengembangan Industri CPO untuk Meningkatkan Daya Saing Ekspor. *VI*(November). www.puskajianggaran.dpr.go.id
- Safitri, F. (2019). Tren Perdagangan Internasional Dan Pengaruhnya Terhadap Neraca Perdagangan Indonesia. *Sustainability* 11(1), 1–14.
- Santosa, R., Haryadi, H., & Artis, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Uni Eropa. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 10(1), 63–70.
- Saptyawati, L., & Indah, I. (2023). Analisis Business Model Canvas Menggunakan Pendekatan Swot Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Sg Di Kabupaten Sintang Provinsi Kalimantan Barat. *Journal Competency of Business*, 6(02), 67–76.
- Saragih, H. M., & Rahayu, H. (2022). Pengaruh kebijakan Uni Eropa terhadap ekspor kelapa sawit Indonesia. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(2), 296.
- Setiawati, D., Sholahudin, I., A, N. I. H., Nurfattah, H., Sari, A., & P, S. D. A. (2023). Transformasi Teknologi dalam Hukum Dagang Internasional : Regulasi dan Penyelesaian Sengketa di Era Digital. *Borobudur Law and ...*, 220–231.
- Sihombing, Prisman A. L., Maman. H. Karmana, Ernah. (2022). Faktor-Faktor Yang Dapat

Memengaruhi Penerapan Sertifikasi Keberlanjutan Di Kalangan Petani Swadaya Di Kecamatan Secanggang. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1): 1-17

- Situngkir, D. I. (2022). Daya Saing Minyak Kelapa Sawit Indonesia Di Pasar Global. *Daya Saing Minyak Kelapa Sawit Indonesia Di Pasar Global Jurnal AGROTRISTEK*, 1(1), 7–11.
- Suhardi. (2024). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi | JIMBE*
- Tamam, F. S. H. (2024). Peran E-Commerce Dalam Transformasi Ekspor Impor Di Era Digital Florentya. *1(7)*, 565–570.
- Tiara, A., Jakaria, & Syafri. (2023). Analisis Determinan Ekspor Dan Daya Saing Produk Minyak Kelapa Sawit Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 999–1014.
- Triyowati, H., & Sabrina, J. N. (2021). Faktor Penentu Ekspor Minyak Kelapa Sawit Di Indonesia. *Media Ekonomi*, 28(1), 79–90. <https://doi.org/10.25105/me.v28i1.7895>
- Yassar, M., Subagja, N., Aprilianti, C., & Quraessin, N. A. (2025). *Dampak Pemberlakuan Kebijakan RED II Uni Eropa terhadap Ekspor CPO dan Implikasinya pada Perekonomian Nasional*.