

ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN KOMPETITIF MANGGIS INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

ANALYSIS OF COMPARATIVE AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF INDONESIAN MANGOSTEEN IN THE INTERNATIONAL MARKET

Ninda Rezeki^{1*}, Sulistyio Sidik Purnomo¹, Ekalia Yusiana¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang Jl. HS Ronggowaluyo, Teluk Jambe Timur, Kab. Karawang 41361

ABSTRAK

Manggis merupakan buah tropis yang banyak ditemukan di Indonesia. Manggis memiliki gelar sebagai primadona ekspor Indonesia karena Manggis menempati top ekspor unggulan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif manggis Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, International Trade Center. Sampel yang digunakan atau diambil bukan berdasarkan strata, random (acak), atau daerah, akan tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Teknik analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai RCA negara Thailand, India, dan China (>1) sehingga bisa dinyatakan bahwa negara tersebut memiliki keunggulan komparatif. Hasil analisis EPD menunjukkan bahwa negara China, Malaysia, dan Hong Kong merupakan tujuan utama ekspor manggis Indonesia yang potensial.

Kata kunci: ekspor; komoditas unggulan; manggis; perdagangan internasional

ABSTRACT

Mangosteen is a tropical fruit found in Indonesia. Mangosteen has the title of the primadonna of Indonesian exports because Mangosteen occupies the top leading exports in Indonesia. The purpose of this study was to analyze the comparative advantages and competitive advantages of Indonesian Mangosteen. The research method used is a quantitative descriptive method. This study used secondary data. Secondary data was obtained from the Central Statistics Agency, the Ministry of Agriculture, the Ministry of Trade, International Trade Center. The samples used or taken are not strata, random, or regional, but are based on specific objectives. The analysis techniques used Revealed Comparative Advantage (RCA). The results showed that the RCA values for Thailand, India and China were (> 1) so that it could be stated that these countries had a comparative advantage. The results of the EPD analysis show that China, Malaysia and Hong Kong are the main potential export destination countries for Indonesian mangosteen.

Keywords: exports; superior commodities; mangosteen; international trade

Pendahuluan

Sektor pertanian memiliki peran penting dalam menciptakan kondisi perekonomian Indonesia yang stabil baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga perkembangan sektor pertanian dapat dijadikan sebagai tolak-ukur atas kesejahteraan masyarakat Indonesia. Perkembangan pertanian saat ini mengarah kepada industri, dan sektor-sektor lainnya seperti, perdagangan, pertambangan, pariwisata, dan lain sebagainya dalam mendukung perkembangan dan

kemajuan perekonomian negara Indonesia. Pitaloka (2017) menjelaskan hortikultura merupakan sektor pertanian yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia disebabkan komoditas hortikultura memiliki keunggulan komparatif di pasar dalam negeri maupun pasar internasional. Manggis termasuk dalam komoditi hortikultura yang memiliki prospek cukup tinggi dan berkembang pesat, serta mempunyai nilai ekonomi yang tinggi (Rahmadhani, 2018). Yudha *et al.* (2022) menyatakan Indonesia termasuk ke dalam lima negara eksportir komoditas manggis

^{*}) Penulis Korespondensi:

E-mail: 1910631200055@student.unsika.ac.id

terbesar di dunia periode 2014 – 2018. Menurut laporan *Food and Agriculture Organization* (FAO) dengan data yang diolah Kementerian Pertanian (2020) menyatakan bahwa negara Indonesia menduduki peringkat keempat dari seluruh negara yang memproduksi manggis. India merupakan negara produsen terbesar manggis di dunia dengan jumlah produksi sebanyak 96.929 ton, diikuti oleh China 23.391 ton, Thailand 17.928 ton, dan Indonesia 12.744 ton menempati urutan ke empat sebagai negara produsen manggis terbesar di dunia. Indonesia menjadi negara produsen keempat terbesar di dunia dikarenakan dukungan produksi manggis dari setiap sentra penghasil manggis di Indonesia.

Menurut Kementerian Pertanian (2023) manggis Indonesia dengan kode *Harmonized System* (HS) : 080450 di ekspor ke 18 negara yaitu Bahrain, Belanda, China, Perancis, Hong Kong, India, Jepang, Kuwait, Malaysia, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Singapura, Thailand, Timor Leste, United Arab Emirates, United Kingdom, dan Vietnam. China merupakan negara pengimpor manggis Indonesia terbesar dari negara lainnya dengan kontribusi impor sebesar 17.845 ton (73,26%) dari total keseluruhan ekspor manggis Indonesia periode 2018 - 2022 (Kementerian Pertanian, 2023). Volume ekspor manggis Indonesia ke negara tujuan sangat berfluktuatif dari tahun ke tahun. Volume dan nilai ekspor manggis Indonesia tahun 2020 menjadi puncak terbesar bagi Indonesia dalam mengekspor manggis di pasar internasional dibandingkan dengan tahun-tahun lainnya, dengan volume ekspor sebesar 45.168,22 ton, dan nilai ekspor sebesar US\$ 81.151.122,52 (Badan Pusat Statistik, 2023). Volume dan nilai ekspor yang relatif tinggi menyatakan bahwa tingkat peluang ekspor Indonesia besar. Permintaan manggis melonjak di negara tujuan ekspor, karena komoditas manggis yang dihasilkan oleh negara tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya, sehingga terjadi lonjakan volume ekspor dari negara Indonesia (Yudha *et al.*, 2022).

Era globalisasi membuat manggis Indonesia memiliki permintaan ekspor yang cukup tinggi, sehingga perusahaan-perusahaan eksportir manggis dalam negeri pun bersaing dalam mengekspor manggis ke pasar internasional. Menurut Zuhdi dan Suharno (2016) semakin terbukanya setiap negara dalam melakukan perdagangan mendorong terciptanya arus globalisasi yang semakin deras. Hal tersebut menyebabkan perlunya perhatian lebih terhadap

daya saing komoditas ekspor. Dalam perdagangan Internasional, negara yang memiliki daya saing paling tinggi adalah negara yang muncul sebagai pemenang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif manggis Indonesia di pasar internasional.

Metode Penelitian

Tempat penelitian mencakup negara Indonesia, dengan pertimbangan Indonesia merupakan salah satu produsen dan pengeksportir manggis terbesar di dunia. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapat oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (Siyoto dan Sidik, 2015). Data diperoleh dari lembaga yang berkaitan, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), *International Trade Center* (ITC), Kementerian Pertanian, serta informasi lain melalui buku-buku, dan pustaka lainnya. Penelitian ini menggunakan Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Analisis *Export Product Dynamics* (EPD).

1. *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif. Berikut adalah rumus dari analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

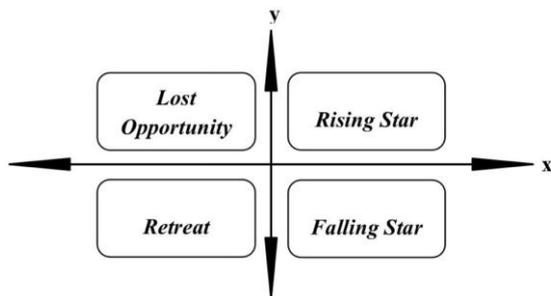
- RCA = Keunggulan komparatif (daya saing) manggis Indonesia
- X_{ij} = Nilai ekspor komoditas manggis Indonesia ke negara tujuan (USD/ton)
- X_j = Total nilai ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara tujuan (USD/ton)
- X_{iw} = Nilai ekspor manggis dunia ke negara tujuan (USD/ton)
- X_w = Total nilai ekspor seluruh komoditas dunia ke negara tujuan (USD/ton)

Kriteria:

- a. Jika nilai $RCA > 1$, menyatakan bahwa produk-produk tersebut memiliki keunggulan komparatif (berdaya saing kuat)
- b. Jika nilai $RCA \leq 1$, menyatakan bahwa produk-produk tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif (berdaya saing lemah)

2. Export Product Dynamics (EPD)

Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk mengetahui gambaran tingkat daya saing kompetitif tujuan ekspor manggis Indonesia, yaitu China, Hong Kong, Malaysia, dan Thailand. Menurut Kusuma dan Firdaus (2015) berikut adalah matriks yang digunakan dalam analisis EPD.



Gambar 1. Matriks Daya Saing *Export Product Dynamics* (EPD)

Keterangan:

- Sumbu X menggambarkan peningkatan pangsa pasar ekspor negara tertentu di perdagangan dunia.
- Sumbu Y menggambarkan peningkatan pangsa pasar produk tertentu di perdagangan dunia.

Adapun rumus EPD menurut Tasya (2022) adalah sebagai berikut.

a. Sumbu X: Pertumbuhan kekuatan bisnis (pangsa pasar ekspor):

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

b. Sumbu Y: Pertumbuhan daya tarik pasar (pangsa pasar produk):

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

Keterangan:

EPD = Keunggulan kompetitif (daya saing) manggis Indonesia

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas manggis Indonesia ke negara tujuan

X_t = Total nilai ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara tujuan

W_{ij} = Nilai ekspor komoditas manggis dunia ke negara tujuan

W_t = Total nilai ekspor seluruh komoditas dunia ke negara tujuan

T = Jumlah tahun analisis

T = Tahun analisis

t-1 = Tahun sebelumnya

Kriteria:

- Jika hasil perhitungan suatu komoditas bernilai positif pada sumbu X dan Y, maka komoditas berada pada kategori rising star, maka memiliki daya saing kuat dan dinamika perdagangan yang positif.

- Jika hasil perhitungan suatu komoditas bernilai positif pada sumbu X dan sumbu Y bernilai negatif, maka komoditas berada pada kategori falling star, maka memiliki daya saing kuat, dan dinamika perdagangan stagnan.

- Jika hasil perhitungan suatu komoditas bernilai negatif pada sumbu X dan sumbu Y bernilai positif, maka komoditas berada pada kategori lost opportunity atau kehilangan kesempatan, yaitu memiliki daya saing lemah namun dengan dinamika perdagangan positif.

- Jika hasil perhitungan suatu komoditas bernilai negatif pada sumbu X dan Y, maka komoditas berada pada kategori retreat, yaitu memiliki daya saing lemah dan dinamika perdagangan yang stagnan, dalam artian bahwa komoditas tersebut sudah tidak diinginkan oleh pasar.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Keunggulan komparatif manggis Indonesia di pasar internasional dengan kode *Harmonized System* (HS) 080450 (*Mangosteens, fresh or dried*) dianalisis dengan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Penelitian ini mengambil empat negara produsen manggis terbesar di dunia, berdasarkan data yang tersedia di *Food and Agriculture Organization* (FAO). India, Thailand, Indonesia, dan China merupakan empat negara produsen manggis terbesar di dunia. Berikut nilai RCA keempat negara produsen Manggis manggis terbesar di dunia.

Tabel 1. Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) HS 080450 tahun 2018 - 2022

Tahun	Thailand	India	China	Indonesia
2018	7,94	3,13	0,11	1,21
2019	13,49	2,47	0,14	1,40
2020	12,18	2,41	0,18	2,43
2021	13,93	2,62	0,13	1,75
2022	13,08	3,50	0,13	1,88
Rata-Rata	60,62	14,13	0,69	8,67

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023

Berdasarkan hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) manggis dengan kode HS 080450 di pasar internasional kurun waktu 2018 - 2022 diketahui bahwa nilai RCA tiap negara cenderung fluktuatif. Thailand, India dan Indonesia merupakan negara produsen manggis terbesar di dunia yang berdaya saing kuat, sedangkan China merupakan negara produsen produsen manggis terbesar di dunia berdaya saing lemah. Thailand (60,62), India (14,13), dan Indonesia (8,67) memiliki nilai RCA lebih besar dari satu (>1), sehingga dapat disimpulkan bahwa tiga negara tersebut memiliki keunggulan komparatif. China (0,69) memiliki nilai RCA kurang dari sama dengan satu (≤ 1), sehingga dapat disimpulkan bahwa negara China tidak memiliki keunggulan komparatif.

Nilai RCA manggis Thailand dan India kurun waktu 2018 – 2022 cenderung fluktuatif. Meskipun nilai RCA Thailand dan India cenderung fluktuatif, nilai RCA manggis Thailand dan India masih jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai RCA Indonesia dan China. Nilai RCA manggis Indonesia kurun waktu 2018 – 2022 cenderung meningkat, akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2021 dengan jumlah penurunan sebesar 0,68. RCA manggis Indonesia tahun 2020 merupakan nilai RCA tertinggi dengan angka 2,43. Nilai RCA Indonesia jika dibandingkan dengan negara pembanding masih tergolong rendah. China mengalami peningkatan nilai RCA sebesar (0,7) kurun waktu 2018 – 2020, dan pada tahun 2021 - 2022 terjadi penurunan nilai RCA sebesar (0,5). China memiliki nilai RCA yang sangat kecil jika dibandingkan dengan negara tiga produsen dunia lainnya. Hal itu disebabkan karena masyarakat China sangat menyukai manggis, sehingga manggis yang diproduksi di China sebagian besar untuk konsumsi dalam negeri.

2. Hasil Analisis *Export Product Dynamics* (EPD)

Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk mengetahui dinamika ekspor dan posisi pasar manggis Indonesia di pasar internasional. Pasar internasional yang dimaksud sebagai tujuan ekspor manggis Indonesia adalah China, Hong Kong, Malaysia, dan Thailand. Hasil analisis EPD menunjukkan tingkat kedinamisan pertumbuhan ekspor pada suatu periode tertentu yang dikategorikan pada empat posisi pasar yaitu *Rising Star*, *Falling Star*, *Lost Opportunity*, dan *Retreat*. Berikut nilai EPD keempat negara tujuan utama manggis Indonesia.

Tabel 2. Analisis *Export Product Dynamics* (EPD) ke negara tujuan tahun 2018 - 2022

Negara Tujuan	Pangsa Pasar	Pangsa Pasar	Posisi Pasar
	Ekspor (X)	Produk (Y)	
China	0,0028368	0,0008357	Rising star Lost
Hongkong	0,0259837	0,0003049	opportunity
Malaysia	0,0004719	0,0004294	Rising star
Thailand	0,0000721	0,0000672	Rising star

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023

Hasil olah data *Export Product Dynamics* (EPD) menunjukkan bahwa sejak tahun 2018 hingga 2022 manggis Indonesia dengan kode HS 080450 (*fresh or dried mangosteens*) pasar di negara China, Malaysia, dan Thailand memiliki keunggulan kompetitif dengan kategori posisi pasar terbaik, sedangkan pasar di negara Hong Kong tidak memiliki keunggulan kompetitif. China, Malaysia, dan Thailand memperoleh posisi pasar rising star, dimana negara China, Malaysia, dan Thailand memiliki dinamika perdagangan yang positif dengan posisi pasar tertinggi atau paling ideal. Rising star menunjukkan bahwa negara tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar pada produk mereka yang bertumbuh cepat (*fast-growing products*) (Sitanini, 2022). Hal tersebut mengindikasikan bahwa manggis Indonesia mempunyai peluang untuk terus tumbuh di negara tersebut.

Hong Kong berada pada posisi *lost opportunity*, dimana *lost opportunity* disebut sebagai kesempatan yang hilang. *Lost opportunity* menunjukkan bahwa pasar mengalami penurunan pangsa pasar pada produk yang dinamis, sehingga komoditas manggis Indonesia kehilangan kesempatan dalam menjangkau ekspor di pasar internasional (Sitanini, 2022). Hal tersebut mengindikasikan bahwa peluang manggis Indonesia untuk terus tumbuh di negara tersebut berkurang. Berdasarkan *data International Trade Centre* (2023) dalam kurun waktu 2018 hingga 2023 nilai ekspor manggis Indonesia ke pasar China terus meningkat, sedangkan nilai ekspor manggis Indonesia ke pasar Hong Kong, Malaysia, dan Thailand cenderung fluktuatif.

<https://www.pertanian.go.id/home/?show=page&act=view&id=61>

Kesimpulan

Diketahui bahwa Indonesia, India, dan Thailand memiliki nilai RCA > 1. Hal itu menandakan bahwa ketiga negara tersebut memiliki keunggulan komparatif. Berbeda dengan ketiga negara sebelumnya, China memiliki Nilai RCA < 1 yang menunjukkan bahwa China tidak memiliki keunggulan komparatif.

Hasil analisis EPD menunjukkan bahwa manggis Indonesia di pasar negara China, Malaysia, dan Thailand memiliki keunggulan dengan kategori posisi pasar terbaik sejak 2018 sampai dengan 2020. Berbanding terbalik dengan pasar di negara Hongkong, Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif. China, Malaysia, dan Thailand memperoleh posisi pasar rising star, dimana negara China, Malaysia, dan Thailand memiliki dinamika perdagangan yang positif dengan posisi pasar tertinggi atau paling ideal. Rising star menunjukkan bahwa negara tersebut memperoleh tambahan pangsa pasar pada produk mereka yang bertumbuh cepat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manggis Indonesia mempunyai peluang untuk terus berkembang di negara tersebut.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2020). Produksi Manggis (Vol. 2019). BPS, Jakarta. Diakses pada 13 Februari 2023 melalui <https://www.pertanian.go.id/home/?show=page&act=view&id=61>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Produksi Tanaman Buah-Buahan 2017-2021. BPS, Jakarta. Diakses pada 25 Februari 2023 melalui <https://www.bps.go.id/indicator/55/62/2/produksi-tanaman-buah-buahan.html>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Ekspor dan Impor. BPS, Jakarta. Diakses pada 13 Februari 2023 melalui <https://www.bps.go.id/exim/>
- Kementerian Pertanian. (2019). Luas Panen menurut Provinsi. Kementan, Jakarta. Diakses pada 17 Maret 2023 melalui <https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=325>
- Kementerian Pertanian. (2019). Produktivitas Manggis menurut Provinsi tahun 2015-2019. Kementan, Jakarta. Diakses pada 17 Maret 2023 melalui
- Kementerian Pertanian. (2019). Budidaya Manggis (Garcinia Mangostana). Kementan, Jakarta. Diakses pada 17 Maret 2023 melalui <http://www.cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/77467/Budidaya-Manggis--Garcinia-Mangostana-/>
- Kementerian Pertanian. (2020). Outlook Manggis Komoditas Pertanian Subsektor Hortikultura. Kementan, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. (2020). Upaya meningkatkan daya saing buah Manggis untuk Ekspor. Kementan, Jakarta. Diakses pada 17 Maret 2023 melalui <http://cybex.pertanian.go.id/artikel/92758/upaya-meningkatkan-daya-saing-buah-manggis-untuk-ekspor/>
- Kementerian Pertanian. (2023). Ekspor Manggis Indonesia Tahun 2018-2022. Kementan, Jakarta.
- Kusuma, R. L., dan Firdaus, M. (2015). Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Sayuran Indonesia Terhadap Negara Tujuan Utama. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 12(3): 226–236.
- Rahmadhani, D. (2018). Analisis daya saing ekspor Manggis Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi*, 1–11. Diakses pada 31 Januari 2023 melalui <https://docplayer.info/94756150-Analisis-daya-saing-ekspor-manggis-indonesia-di-pasar-internasional.html>
- Siyoto, S., dan Sodik, A. (2015). Dasar metodologi penelitian. Literasi Media Publishing. Yogyakarta.
- Sitanini, A. (2022). Competitiveness of Indonesian coffee exports to Japan. *Perwira Journal of Economics and Business (PJEB)*, 2 (1): 72–79.
- Tasya, S. (2022). Analisis daya saing komparatif dan kompetitif komoditas Kopi (*Coffea*. Sp.) Indonesia di pasar internasional dengan metode Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Export Product Dynamics (EPD). *Skripsi*. Fakultas

Yudha, E. P., dan Nugraha, A. (2022). Analisis daya saing buah Manggis Indonesia di negara Thailand, Hong Kong, dan Malaysia. *Agricore: Jurnal Agribisnis*

Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad,
7(1), 79–87.

Zuhdi, F., dan Suharno. (2015). Analisis daya saing ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di pasar Asean 5. *Habitat*, 26(3): 152–162.