

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional merupakan kegiatan transaksi antar negara dengan berbagai tujuan. Tujuan perdagangan internasional diantaranya meningkatkan pendapatan negara, kerjasama antar negara, serta memenuhi kebutuhan dalam negeri untuk jenis komoditas yang belum bisa dipenuhi sendiri. Perdagangan internasional memegang peranan penting dalam perekonomian di suatu negara. Negara yang terlibat dalam kegiatan perdagangan internasional dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) melalui peningkatan ekspor (Redjeki, 2023). Peningkatan PDB sangatlah penting dalam rangka peningkatan perekonomian domestik suatu negara, termasuk Indonesia. Indonesia ikut serta berperan dan berkontribusi di dalam kegiatan perdagangan internasional mengingat pentingnya kegiatan tersebut.

Komoditas ekspor Indonesia yang penting bagi pendapatan negara adalah komoditas pertanian. Tahun 2023, sektor pertanian memiliki nilai ekspor rata-rata USD 4,7 miliar serta menempati urutan ke-3 pada ekspor komoditas non migas (BPS, 2024). Sektor pertanian juga berperan penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia, diantaranya pada sub sektor perkebunan. Sub sektor perkebunan memiliki kontribusi tertinggi terhadap PDB Indonesia sebanyak 3,76 (Kementerian Pertanian, 2023). Kontribusi sub sektor perkebunan yang cukup baik

dalam kontribusi ekspor dan PDB menjadikannya layak menjadi perhatian untuk dapat bersaing di pasar internasional. Komoditas pertanian Indonesia saat ini yang menjadi unggulan adalah buah manggis.

Ekspor manggis Indonesia merupakan salah satu komoditas unggulan buah-buahan tropis. Data Kementerian Pertanian (2025) mengungkapkan bahwa terjadi lonjakan jumlah ekspor manggis dari tahun ke tahun. Ekspor manggis Indonesia tercatat mengalami kenaikan dari Tahun 2022, 2023 dan 2024. Jumlah ekspor di tahun tersebut sejumlah 75 ribu ton pada 2022, 112 ribu ton pada 2023, dan 146 ribu ton pada 2024. Peningkatan volume ekspor sebagai dampak dari peningkatan permintaan manggis yang tinggi di pasar Internasional dan juga adanya dukungan dari pemerintah. Jumlah produksi manggis dalam negeri tercatat mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yaitu 343 ribu ton pada 2022, 397 ribu ton pada 2023, dan 416 ribu ton pada 2024 (BPS, 2025). Jumlah produksi ini menjadikan Indonesia menempati posisi ke-2 sebagai negara penghasil manggis segar terbesar dunia pada 2023 (Tridge, 2025). Nilai ekspor Indonesia pada tahun 2024 menempati urutan ke-8 dunia di bawah Mesir dan India (ITC, 2025). Peningkatan dari sisi produksi dan juga ekspor menjadi peluang dalam persaingan di pasar internasional sekaligus menjadi tantangan Indonesia untuk menguatkan daya saing pada komoditas ini.

Negara tujuan utama ekspor manggis Indonesia masih didominasi oleh China, Hongkong, serta beberapa negara Timur Tengah serta Eropa. Pasar China menempati urutan pertama dengan menyerap total 49,72% dari total ekspor manggis Indonesia Tahun 2023. Negara kedua importir terbesar manggis Indonesia adalah Hongkong, kemudian disusul Uni Emirat Arab, Prancis, dan Malaysia. China

merupakan negara dengan potensi besar tujuan ekspor manggis. Negara ini menjadi negara terbesar pengimpor manggis dengan mengimpor sekitar 142.000 metrik ton pada 2023 (Díaz-Fuentes *et al.*, 2025). Kondisi demikian didukung oleh kebutuhan manggis sebagai bahan baku industri kesehatan dan kosmetik mengingat China saat ini mendapat julukan sebagai “Pabrik Dunia” (Alawiyah *et al.*, 2025).

Negara tujuan ekspor manggis Indonesia kedua adalah Hongkong. Negara dengan jumlah populasi 7,7 juta jiwa telah mengekspor manggis dari Indonesia sejumlah 5.218,8 ton pada Tahun 2024 (ITC, 2025). Kebutuhan negara Hongkong akan buah buahan tropis segar, dalam hal ini manggis, sebagai peningkatan adanya tren konsumsi makanan fungsional serta berkaitan dengan kebudayaan. *Trend* ekspor manggis Indonesia menuju Hongkong meningkat tajam pada Tahun 2023 senilai 19.383,83 ton. Ekspor manggis ke Hongkong kemudian mengalami penurunan di Tahun 2024 menjadi 5.218,87 (ITC, 2025).

Uni Emirat Arab (UEA) sebagai negara dengan iklim gurun telah banyak melakukan impor terhadap produk-produk segar. Indonesia mencatatkan ekspor manggis ke negara ini sebesar 772,596 ton pada Tahun 2024 (ITC, 2025). Besarnya peningkatan permintaan manggis di negara ini erat kaitannya dengan komunitas diaspora serta meningkatnya segmen-segmen konsumen yang sadar akan kesehatan dan manfaat dari buah manggis (Díaz-Fuentes *et al.*, 2025). Kondisi serupa juga terjadi di Prancis sebagai salah satu negara tujuan utama ekspor manggis Indonesia. Permintaan buah manggis segar di Prancis sebagai akibat dari adanya pergeseran preferensi konsumen terhadap buah-buahan eksotis, fungsional, dan buah-buahan *nutraceuticals*.

Malaysia sebagai negara tetangga Indonesia juga merupakan negara importir manggis. Malaysia meskipun terkenal sebagai negara produsen manggis, akan tetapi tetap melakukan impor komoditas ini. Indonesia tercatat telah melakukan ekspor manggis dengan kode HS 08045030 dengan tujuan Malaysia dengan volume rata-rata 2.406,99 ton (Trademap, 2026). Permintaan manggis di Malaysia tidak terlepas dari kebutuhan industri makanan dan minuman. Kondisi ini membuat Malaysia menjadi negara tujuan ekspor manggis potensial.

Ekspor manggis Indonesia memiliki tantangan. Tantangan dari negara pesaing lain utamanya dari Thailand, Meksiko dan Belanda dengan masing-masing *market share* di 2023 berturut 17,77%, 15,92% dan 10,56%. Thailand sebagai negara eksportir manggis terbanyak mencatatkan ekspor terbesar manggis ke China mencapai 74,69% dari total ekspor manggis mereka serta mendapatkan *share* pasar China sebanyak 84,68%. Kondisi ini menjadikan Thailand berada di posisi pertama kemudian disusul Indonesia di posisi kedua dengan *share* pasar 14,73% (Trademap, 2025). Persentase ini menjadi tantangan bagi Indonesia untuk mengetahui sejauh mana kekuatan daya saing manggis Indonesia di pasar internasional secara umum dan secara khusus di negara tujuan utama ekspor di tengah peningkatan produksi dan volume ekspor. Tantangan lain yang dihadapi berupa hambatan tarif impor yang dilakukan beberapa negara tujuan untuk melindungi industri mereka.

Tarif impor merupakan pajak terhadap barang dari luar negeri yang masuk ke dalam negeri dengan tujuan sebagai perlindungan terhadap industri atau komoditas dalam negeri. Semakin tinggi tarif yang diberlakukan, membuat produk yang diimpor akan memiliki harga lebih tinggi dibandingkan produk dalam negeri. China

memberlakukan tarif impor kepada Indonesia sebanyak 15% (ITC, 2025). Tarif ini merupakan tantangan bagi komoditas manggis Indonesia karena berdasarkan data, ekspor komoditas manggis Indonesia paling banyak masuk ke negara China. Permasalahan ini menimbulkan pertanyaan apakah dengan tarif yang tinggi, manggis Indonesia memiliki daya saing sehingga mampu meningkatkan minat konsumen. Di sisi lain, terdapat permasalahan yang harus dihadapi di dalam negeri, yaitu kualitas.

Manggis yang diekspor harus memenuhi berbagai persyaratan kualitas, yaitu berkualitas baik, tidak cacat, bebas hama penyakit, dan jaminan ketelusuran dari kebun hingga rumah kemas (Hanafi *et al.*, 2022). Persyaratan mutu sudah harus terpenuhi supaya tidak terjadi penolakan barang ketika sudah berada di negara importir. Permasalahan yang ada adalah terkontaminasinya komoditas manggis Indonesia dengan semut dan juga getah kuning pada kulit buah manggis yang akibatnya barang tersebut dikembalikan lagi ke Indonesia (Fauziana *et al.*, 2023). Permasalahan kualitas yang tidak diatasi dengan baik berpotensi menurunkan minat beli terhadap manggis Indonesia dan berdampak pada penurunan daya saing.

Penelitian terdahulu mengenai daya saing manggis Indonesia menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD) didapatkan hasil Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di pasar Internasional (Rezeki *et al.*, 2024). Penelitian menggunakan metode RCA dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) didapatkan manggis Indonesia memiliki daya saing kuat di Hongkong dan Malaysia (Yudha *et al.*, 2022). Penelitian terdahulu masih menggunakan data manggis dengan kode HS 080450 (*Guavas*,

mangoes and mangosteens) dimana belum spesifik menggunakan data manggis dengan kode HS 08045030 (*Mangosteens, fresh or dried*). Penelitian lebih lanjut secara spesifik menganalisis daya saing manggis dengan kode HS 08045030 diperlukan untuk mengetahui sejauh mana daya saing manggis Indonesia terbaru.

Penelitian ini menggunakan data ekspor manggis Indonesia dengan kode HS 08045030 pada periode Tahun 2021-2024. Penggunaan data pada rentang waktu tersebut didasarkan pada ketersediaan data yang dapat diakses pada situs Trade Map. Penelitian ini menganalisis daya saing ekspor manggis Indonesia di negara tujuan utama. Lima negara tujuan utama meliputi China, Hongkong, Uni Emirat Arab, Prancis, dan Malaysia. Pemilihan lima negara didasarkan pada pertimbangan peringkat lima negara teratas yang memiliki volume tertinggi. Melalui penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan negara ekspor yang potensial bagi manggis Indonesia, khususnya di pasar negara tujuan utama yang memiliki daya saing tinggi. Temuan dalam penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan pertimbangan pelaku ekspor dalam menentukan keputusan yang tepat sehingga dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Penelitian untuk mengetahui daya saing komoditas ekspor manggis Indonesia di negara tujuan ekspor utama menggunakan kode HS terbaru sangat penting dilakukan. Penelitian ini menggunakan analisis *Multidimensional Scaling* (MDS) sehingga dapat memvisualisasikan terkait faktor-faktor yang menjadi keunggulan daya saing manggis Indonesia di negara tujuan utama. Fokus pada penelitian ini, yaitu untuk menganalisis keunggulan daya saing manggis Indonesia dengan kode HS 08045030. Penelitian ini diharapkan dapat membantu menghasilkan gambaran

dan rekomendasi terhadap pihak terkait dan pemerintah dalam rangka optimalisasi keuntungan dalam kegiatan ekspor manggis.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keunggulan daya saing ekspor manggis Indonesia di negara tujuan utama, yaitu China, Hongkong, Uni Emirat Arab, Prancis, dan Malaysia.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi peneliti adalah sebagai sarana untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan di dunia perkuliahan ke dalam riset mendalam.
2. Manfaat bagi pelaku ekspor manggis Indonesia adalah memberikan informasi daya saing ekspor manggis sehingga dapat menyusun strategi yang tepat supaya dapat bersaing dengan pengeksportir dari negara lain.
3. Manfaat bagi pemerintah adalah sebagai informasi mengenai daya saing ekspor dan potensi pengembangan ekspor manggis Indonesia supaya dapat menjadi acuan dalam mengembangkan kebijakan kaitannya dengan ekspor komoditas manggis serta kebijakan komoditas manggis yang lain.