

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manggis

Manggis merupakan buah tropis yang berasal dari Asia Tenggara, meliputi Sumatera, Semenanjung Malaya, dan Kalimantan (Yao *et al.*, 2023). Buah dengan nama latin (*Garciana mangostana* L.) memiliki bentuk buah bulat. Kulit manggis berwarna hijau dan akan berubah menjadi merah keunguan ketika buah sudah masak. Bagian buah manggis yang dapat dimakan adalah kalus biji berwarna putih bertekstur halus dengan jumlah 4-8 segmen terletak di dalam kulit tebal berwarna ungu. Kulit manggis pada umumnya relatif tebal dengan diameter lebih dari 0,5 cm. Umumnya buah manggis matang setelah berumur 16 minggu setelah mekarnya kuncup bunga. Varietas manggis saat ini yang terdaftar di Kementerian Pertanian meliputi Kaligesing, Puspahiang, Wanayasa, Bogor Raya, Ratu Kamang, Ratu Tembilahan, Lingsar, Lotan, Batu Kumbang, Malinau, Sukoharjo, Saburai, Marel dan Idaman. Manggis termasuk ke dalam genus *Garcinia* berdasarkan sistem klasifikasi botani. Berikut adalah klasifikasi botani dari manggis bersumber dari USDA (2026).

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Sub Kingdom	: <i>Tracheobionta</i>
Superdivisi	: <i>Spermatophyta</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida-Dicotyledons</i>

Sub Kelas : *Dilleniidae*
Ordo : *Theales*
Famili : *Clusiaceae* Lindl.
Genus : *Garcinia* L.
Spesies : *Garcinia mangostana* L.

Manggis dapat tumbuh subur di negara tropis, utamanya di daerah Asia Tenggara seperti Indonesia, Thailand, Malaysia dan Filipina. Tanaman manggis dapat tumbuh tinggi antara 7-25 meter. Tanaman manggis dapat tumbuh optimal pada daerah dengan iklim tipe basah (A, B, dan C), curah hujan optimal 1.500-2.500 mm/tahun dengan 7-10 bulan basah dan 0-6 bulan kering, serta suhu 20-30°C dan intensitas matahari 60-80%. Jenis tanah inceptisol, grumusol, danisol dan ultisol sangat sesuai untuk tumbuh tanaman manggis dengan pH tanah 5,0-7,0 dengan kedalaman air tanah 50-200 cm. Tanaman manggis dianjurkan ditanam pada tempat dengan ketinggian 200-600 mdpl dengan kemiringan lahan 5-20°.

Tanaman manggis berbuah pertama kali pada usia 3-5 tahun secara generatif. Perbanyak tanaman secara vegetatif belum mendapatkan hasil yang lebih baik dari perbanyak secara generatif dikarenakan membuat pertumbuhan tanaman terhambat dan kerdil. Tanaman ini mampu berbuah secara produktif hingga usia 20 tahun, setelah itu produktivitasnya untuk menghasilkan buah menurun. Tanaman manggis cenderung memiliki hasil panen fluktuatif sepanjang tahun. Kondisi ini terjadi karena tanaman manggis memiliki siklus puncak dua tahunan yang disebut *biennial bearing* (Kementerian Pertanian, 2021). *Biennial bearing* terjadi akibat mekanisme hormon Giberelin yang diproduksi ditranslokasikan ke bagian pucuk

vegetatif membentuk daun sehingga pembentukan bunga terhambat pada tahun berikutnya. Kondisi ini menyebabkan panen manggis turun pada tahun berikutnya setelah terjadi panen puncak.

2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan proses transaksi jual beli yang melibatkan dua negara atau lebih. Transaksi ini dapat terjadi antara individu dengan individu di negara berbeda, individu dengan negara, maupun antar negara yang berbeda (Zaki *et al.*, 2024). Kegiatan jual beli di dalam perdagangan internasional terdiri atas menjual barang maupun jasa ke luar negeri (ekspor) serta membeli barang maupun jasa dari luar negeri (impor). Kegiatan ekspor dan impor memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Kegiatan ekspor dan impor berpengaruh ke dalam tingkat Produk Domestik Bruto (GDP) negara. Nilai ekspor yang tinggi berpeluang untuk meningkatkan GDP yang artinya adanya peningkatan aktivitas ekonomi di negara tersebut. Perdagangan internasional, terkhusus ekspor, akan menghasilkan devisa dimana devisa negara akan digunakan untuk membiayai pembangunan sektor dalam negeri (Diphayana, 2018). Pertumbuhan pembangunan akan berdampak pada peningkatan kesempatan kerja dan perekonomian masyarakat sehingga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Perkembangan perdagangan internasional memunculkan teori-teori mulai

dari teori merkantilisme, teori keunggulan mutlak, teori keunggulan kompetitif, dan teori keunggulan komparatif.

Teori perdagangan internasional mulai muncul pada abad ke-17 dengan membangun konsep merkantilisme. Konsep merkantilisme menekankan bahwa apabila suatu negara ingin memperoleh kekayaan atau kekuatan maka dapat dicapai bila meningkatkan ekspor dan meminimalkan impor (Prahaski dan Ibrahim, 2023). Teori merkantilisme menekankan bahwa negara harus memperbanyak kepemilikan emas karena dengan kepemilikan emas yang banyak, sirkulasi uang di dalam suatu negara semakin besar yang akibatnya meningkatkan aktivitas ekonomi. Selanjutnya hal ini akan mendorong kegiatan ekspor dan menekan impor sehingga kesempatan kerja dalam negeri semakin tinggi.

Teori keunggulan mutlak atau absolut dikembangkan oleh Adam Smith. Teori keunggulan absolut menjabarkan perdagangan antar negara dengan keunggulan mutlak (absolut) yang dimiliki oleh masing-masing negara. Teori ini menjelaskan bahwa negara dapat mengekspor suatu komoditas apabila biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi komoditas tersebut lebih rendah dibandingkan dengan negara lain (Dewi, 2019). Sebaliknya, apabila entitas perusahaan atau negara memproduksi komoditas dengan biaya yang lebih tinggi dari negara lain maka sebaiknya suatu negara harus mengimpor komoditas tersebut dari negara lain.

Keunggulan komparatif dicetuskan oleh David Ricardo pada Tahun 1917. Teori ini mengkritisi teori keunggulan absolut yang menjabarkan bahwa perusahaan hanya dapat melakukan ekspor apabila memiliki biaya produksi lebih rendah dari negara lain (lebih efisien). Teori keunggulan absolut dinilai kurang bisa diterapkan

karena suatu negara yang tidak memiliki keunggulan absolut sama sekali tidak bisa melakukan ekspor sehingga terbitlah pemikiran teori keunggulan komparatif. Teori keunggulan komparatif menjelaskan bahwa meskipun negara kurang efisien dalam memproduksi komoditas dibandingkan negara lain, negara tersebut masih dapat melakukan ekspor yang menguntungkan kedua belah negara (Prahaski dan Ibrahim, 2023). Suatu negara masih bisa melakukan spesialisasi produk dengan mengekspor komoditas yang memiliki kerugian absolut lebih kecil dan melakukan impor pada komoditi dengan kerugian absolut lebih besar.

Keunggulan kompetitif diungkapkan oleh Michael E. Porter pada 1990. Teori ini mengungkapkan bahwa keunggulan perdagangan suatu negara tidak tergantung pada faktor-faktor produksi langsung suatu komoditi sehingga menghasilkan efisiensi produksi. Keunggulan kompetitif menekankan bahwa terdapat faktor lain selain faktor produksi meliputi kondisi permintaan, daya dukung pemerintah, industri terkait dan strategi yang digunakan. Struktur pasar, serta bagaimana mengorganisasikan barang di pasar internasional. Teori ini lebih menekankan bagaimana suatu negara menyusun strategi untuk menghasilkan produk yang lebih menguntungkan dibandingkan negara lain (Tobing *et al.*, 2023).

Perdagangan internasional memiliki manfaat bagi negara yang mengambil bagian. Manfaat itu meliputi spesialisasi produksi terhadap suatu komoditas yang memiliki keunggulan dibandingkan negara lain sehingga mendorong aktivitas produksi yang dapat meningkatkan akses lapangan pekerjaan (Zaki *et al.*, 2024). Kondisi ini membuat peluang adanya peningkatan perekonomian dalam negeri.

Kegiatan perdagangan internasional memungkinkan suatu negara memenuhi semua kebutuhan akan barang dan jasa yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri.

2.3. Konsep Daya Saing

Daya saing mengacu kepada kemampuan suatu negara untuk mendapatkan keberhasilan di pasar internasional. Daya saing menurut *Organisation for Economic Cooperation dan Development (OECD)* mengungkapkan bahwa daya saing adalah kemampuan suatu negara dalam menghasilkan pendapatan yang relatif tinggi dalam menghadapi persaingan di pasar internasional (Mulyono *et al.*, 2024). Komoditas negara tertentu yang dapat berhasil memasuki pasar internasional dan dapat bertahan dapat dikatakan memiliki daya saing pada komoditas tersebut. Negara dapat memiliki daya saing tidak hanya bergantung kepada faktor produksi meliputi sumber daya serta sarana dan prasarana. Porter mengungkapkan bahwa negara mampu bersaing di dalam perdagangan internasional apabila didukung oleh kondisi tenaga kerja terampil, sarana prasarana, permintaan, serta dukungan pemerintah (Arsal dan Rahmadanih, 2025).

Suatu negara agar dapat bertahan di pasar internasional maka harus memiliki daya saing pada komoditas yang diekspor. Negara dapat berdaya saing apabila memiliki keunggulan dari negara lainnya. Teori keunggulan absolut mengatakan bahwa suatu negara dapat ekspor apabila mampu memproduksi komoditas dengan biaya yang lebih kecil dari negara lainnya. Kondisi tersebut dinilai kurang bisa menggambarkan perkembangan perdagangan pada era modern sekarang ini sehingga muncul teori perdagangan baru. Teori perdagangan baru (*New Trade*

Theory) memberikan penjelasan bahwa keunggulan dapat bersumber dari faktor teknologi, transportasi, dan jaringan global suatu negara (Lubis *et al.*, 2024). Teori perdagangan baru menjadi jawaban mengapa negara dengan kondisi ekonomi serupa masih bisa melakukan perdangan satu sama lain.

2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Daya saing suatu komoditas ekspor dipengaruhi oleh beberapa faktor. Nilai tukar mata uang dengan negara tujuan ekspor serta kebijakan tarif terhadap impor akan berpengaruh terhadap daya saing suatu komoditas (Zed, 2025). Nilai mata uang negara tujuan ekspor yang tinggi terhadap negara pengekspor dapat meningkatkan permintaan impor barang dikarenakan daya belinya kuat. Kebijakan tarif yang ditetapkan suatu negara juga akan menurunkan daya saing karena dapat meningkatkan harga akibat tarif yang ditetapkan. Faktor lain yang berpengaruh adalah harga jual komoditas (Tahir *et al.*, 2022). Harga jual yang kompetitif membuat komoditas banyak diminati konsumen sehingga meningkatkan daya saing.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa volume ekspor (Ginting *et al.*, 2021) serta produk domestik bruto (PDB) negara tujuan, populasi negara tujuan, serta jarak ekonomi berpengaruh terhadap daya saing ekspor suatu komoditas (Tarigan *et al.*, 2023). Populasi besar suatu negara akan meningkatkan jumlah kebutuhan terhadap suatu komoditas. Adapun jarak ekonomi berperan krusial

karena berkaitan dengan biaya transportasi yang dikeluarkan oleh negara pengekspor.

2.4.1. Volume ekspor

Volume ekspor merupakan ukuran kuantitas komoditas yang diekspor suatu negara pada periode tertentu. Volume ekspor komoditas tertentu milik suatu negara di pasar internasional dapat menandakan bahwa komoditas tersebut dapat bersaing di pasar Internasional. Penelitian terdahulu menemukan bahwa indeks daya saing berpengaruh positif terhadap peningkatan volume ekspor (Safitri dan Kartiasih, 2019). Volume ekspor yang tinggi milik suatu negara di negara pengimpor dapat mengindikasikan bahwa negara eksportir memiliki daya saing pada komoditas yang diperdagangkan.

Peningkatan volume ekspor berkaitan dengan faktor lain, yaitu harga komoditas dan nilai tukar antara negara pengimpor dan pengekspor. Penelitian terdahulu mengenai ekspor komoditas kopi mendapatkan hasil bahwa nilai tukar dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume eksportnya (Prastowo dan Wuldanira, 2023). Peningkatan volume ekspor juga sangat penting bagi negara eksportir. Pentingnya peningkatan volume ekspor dapat terjadi karena peningkatan ekspor dapat menjadi pendorong peningkatan produksi dalam negeri sehingga menggerakkan perekonomian negara eksportir (Maulida'arifina dan Adinugraha, 2022).

2.4.2. Nilai ekspor

Nilai ekspor merupakan nilai barang atau jasa yang diekspor oleh suatu negara ke negara lain, biasanya dalam satuan mata uang dolar. Nilai ekspor apabila telah dikurangi dengan nilai impor dari suatu negara dinamakan dengan net ekspor (Ridho dan Nurcahyo, 2022). Nilai ekspor negara lebih banyak dari impor maka nilai net ekspor menjadi positif. Nilai ekspor juga didefinisikan sebagai nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir (UURI, 2009). Nilai ekspor suatu komoditas menunjukkan potensi daya saing yang dimiliki suatu negara.

Penggunaan nilai ekspor untuk mengukur daya saing banyak dilakukan menggunakan pendekatan indeks spesialisasi perdagangan (ISP) maupun *revealed comparative advantage* (RCA). Nilai ekspor pada ISP digunakan untuk mengetahui apakah negara tersebut menjadi negara pengimpor atau pengeksportir, dimana didapatkan dari perhitungan selisih nilai ekspor impor dibandingkan dengan jumlah nilai ekspor dan impornya. Nilai RCA dapat diketahui dengan membandingkan nilai ekspor komoditas tertentu suatu negara dengan total eksportirnya kemudian dibandingkan dengan nilai ekspor komoditas tertentu dari seluruh dunia terhadap nilai ekspor total dunia ke negara tujuan (Parmadi *et al.*, 2018). Peningkatan nilai ekspor komoditas tertentu akan berdampak positif terhadap daya saing komoditas tersebut berlandaskan pada konsep yang ada. Nilai ekspor yang tinggi dibandingkan dengan negara pesaing menjadi gambaran bahwa komoditas ekspor di pasar internasional milik suatu negara memiliki daya saing yang kuat. Nilai ekspor kecil membuat daya saing relatif rendah sehingga suatu negara dapat dikategorikan

sebagai negara pengimpor. Dengan demikian, nilai ekspor sangat penting kaitannya untuk mengetahui bagaimana posisi daya saing komoditas ekspor milik suatu negara.

2.4.3. Harga komoditas

Harga merupakan suatu nilai yang diberikan untuk dapat memperoleh suatu barang atau jasa. Harga komoditas yang dijual di pasar internasional akan mengacu pada harga keseimbangan antara permintaan dan penawaran di pasar internasional. Harga yang ditetapkan di pasar internasional lebih tinggi dari pada harga di pasar domestik, produsen akan cenderung lebih memilih menjual di pasar internasional dengan tujuan mendapatkan keuntungan lebih tinggi (Lubis *et al.*, 2022). Kondisi berbalik jika harga di dalam negeri lebih tinggi dari harga di pasar internasional, maka produsen cenderung memilih menjual di pasar domestik. Harga komoditas yang lebih tinggi dibandingkan harga di pasar internasional, maka dapat mengakibatkan komoditas kurang dapat bersaing dari segi harga dibandingkan dengan negara lain.

Harga komoditas di pasar internasional dilaporkan memiliki pengaruh terhadap daya saing komoditas. Harga ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan pada ekspor komoditas. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kenaikan harga ekspor juga berpengaruh positif terhadap volume ekspor (Maulana dan Kartiasih, 2017). Harga yang bersaing di pasar internasional juga menunjukkan bahwa komoditas tertentu memiliki daya saing. Konsisi ini seperti pada teori yang dicetuskan oleh David Ricardo bahwa negara dapat melakukan spesialisasi

sehingga harga jual di pasar internasional bisa lebih rendah. Pentingnya peran harga di dalam perdagangan internasional membuat perlu adanya strategi penetapan harga. Harga di dalam pasar global bukan hanya sebatas alat transaksi namun juga membentuk persepsi dan posisi dari komoditas ekspor suatu negara. Komoditas ekspor suatu negara yang telah mendapatkan persepsi dan posisi positif, mampu meningkatkan daya saingnya. Persepsi dan posisi positif didapatkan oleh adanya harga komoditas berperan yang penting dalam menciptakan daya saing komoditas di pasar internasional (Rohmah *et al.*, 2026).

2.4.4. Produk domestik bruto (PDB)

Produk domestik bruto (PDB) adalah banyaknya produk atau jasa yang diproduksi di dalam negeri dalam satu periode tertentu. Segala produk yang diproduksi di dalam negeri, baik itu hasil produksi milik perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing yang beroperasi di negara yang bersangkutan (Agustanty, 2024). Produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam negeri di negara asing tidak diperhitungkan di dalam PDB. Perhitungan PDB dapat dilakukan dengan menggunakan dua harga yang ditetapkan oleh pasar (Risma *et al.*, 2018). Perhitungan pertama menggunakan harga berlaku, yaitu total nilai barang yang diproduksi dengan harga yang berlaku di periode tersebut. Perhitungan kedua adalah harga konstan, yaitu total nilai barang dengan mengacu pada harga tahun dasar perhitungan.

Peningkatan PDB mengindikasikan kondisi ekonomi di suatu negara. PDB yang meningkat menunjukkan bahwa daya beli domestik meningkat juga, baik itu

terhadap konsumsi komoditas dalam negeri maupun komoditas impor (Kurniasari dan Monica, 2019). Daya beli negara importir semakin tinggi serta preferensi konsumen semakin besar dalam mengonsumsi barang impor akibat peningkatan PDB. Potensi ini perlu dibarengi dengan adanya peningkatan kualitas produk sehingga konsumen negara importir memiliki pandangan bahwa produk-produk impor memiliki *brand* yang lebih bergengsi dan berkualitas lebih baik (Sihotang dan Gulo, 2020).

2.4.5. Hambatan tarif impor

Tarif impor adalah salah satu hambatan yang ada dalam melakukan perdagangan internasional. Tarif impor merupakan pajak yang ditetapkan oleh negara setempat kepada barang atau jasa yang diimpor dari negara lain (Suriانشa, 2025). Tarif impor ditetapkan suatu negara sebagai upaya melindungi industri di dalam negeri agar dapat bersaing dengan barang impor. Barang impor yang dikenakan tarif akan menjadi lebih mahal. Tarif impor menjadi penghambat barang-barang impor serta diharapkan barang tersebut dapat tersubstitusi dengan barang hasil produksi industri domestik.

Aturan sistem tarif ekspor-impor pada umumnya terbagi atas tiga aturan yang biasanya digunakan, yaitu tarif tunggal (*single column tarif*), tarif konvensional (*conventional tariff*), dan tarif preferensi (Mashilal dan Pambudi, 2023). Tarif tunggal merupakan tarif yang memiliki nilai sama (dalam bentuk persen) untuk semua negara yang melakukan ekspor kepada negara yang mengenakan tarif pada suatu kategori produk tertentu. Tarif konvensional merupakan tarif yang dengan

ketetapan besaran yang berbeda pada kategori komoditas sama di setiap negara yang terlibat. Tarif preferensi merupakan khusus yang terkena pengurangan pajak masuk pada komoditas dan negara tertentu.

2.4.6. Populasi penduduk

Populasi merupakan sejumlah orang yang tinggal di wilayah tertentu dalam waktu tertentu. Populasi penduduk di negara tujuan ekspor berperan penting terhadap jumlah volume ekspor komoditas. Semakin besar populasi penduduk negara tujuan memungkinkan peluang peningkatan permintaan terhadap komoditas ekspor terhadap negara tersebut. Penelitian terdahulu menemukan bahwa populasi negara importir berpengaruh positif terhadap peningkatan komoditas ekspor akibat besarnya potensial pasar bagi negara eksportir (Tiara *et al.*, 2023).

Peningkatan jumlah ekspor pada negara dengan jumlah penduduk tinggi diakibatkan karena meningkatnya jumlah konsumsi domestik negara importir. Hal ini membuat permintaan domestik dari komoditas tertentu di suatu negara importir semakin meningkat (Maulana dan Kartiasih, 2017). Semakin tinggi populasi penduduk suatu negara maka ekspor menuju negara tersebut semakin tinggi pada komoditas yang dibutuhkan.

2.4.7. Nilai tukar

Nilai tukar merupakan nilai mata uang suatu negara terhadap nilai mata uang negara lain. Nilai tukar menggambarkan berapa banyaknya mata uang asing yang didapatkan dengan menggunakan mata uang domestik (Elviani dan Arta, 2025).

Nilai tukar menjadi bagian penting dalam transaksi di perdagangan internasional karena mempengaruhi harga barang ekspor-impor serta mempengaruhi daya beli konsumen di pasar internasional. Semakin tinggi nilai mata uang suatu negara terhadap negara tujuan ekspor, maka harga barang yang akan diekspor dirasakan relatif lebih mahal oleh negara tujuan ekspor. Nilai tukar dipengaruhi oleh berbagai faktor meliputi pertumbuhan ekonomi, inflasi, serta kebijakan moneter.

Nilai tukar dibedakan menjadi dua, yaitu nilai tukar nominal dan nilai tukar rill. Nilai tukar nominal merupakan harga relatif mata uang negara satu dengan negara lain. Nilai tukar nominal tidak memperhitungkan inflasi yang terjadi di suatu negara, berbeda dengan nilai tukar rill. Nilai dari 1 Ringgit Malaysia di pasar valuta asing bernilai Rp.4.320 merupakan contoh dari nilai tukar nominal. Perhitungan nilai tukar rill memperhitungkan tingkat inflasi yang terjadi. Nilai tukar rill digunakan untuk menghitung ukuran daya beli masyarakat. Nilai tukar rill disesuaikan dengan perbedaan tingkat harga antarnegara sehingga ukuran daya beli masyarakat dapat terlihat lebih akurat. Pengukuran nilai tukar rill didapatkan dari hasil nilai tukar nominal dikalikan dengan rasio tingkat harga pada kedua negara. Dengan demikian, daya saing ekspor komoditas suatu negara dapat dilihat dari nilai tukar yang berubah.

Nilai tukar disinyalir menjadi faktor yang mempengaruhi ekspor suatu negara. Penelitian terdahulu menemukan bahwa nilai tukar berpengaruh terhadap pertumbuhan ekspor (Lubis dan Rahmani, 2023). Nilai tukar mata uang negara eksportir yang menguat dapat mengakibatkan ekspor mengalami penurunan karena komoditas menjadi lebih mahal. Kondisi sebaliknya apabila nilai tukar negara

eksportir melemah, jumlah ekspor dapat meningkat karena komoditas menjadi memiliki harga yang lebih murah di negara importir. Peran nilai tukar dapat mempengaruhi kekuatan atau daya saing dari komoditas ekspor.

2.4.8. Jarak ekonomi

Jarak ekonomi mengacu kepada berapa biaya transportasi yang dikeluarkan oleh suatu negara atau eksportir dalam melaksanakan perdagangan di pasar internasional (Fadhilah *et al.*, 2024). Jarak ekonomi bergantung kepada jarak geografis dari negara pengeksport ke negara tujuan dengan mempertimbangkan PDB negara tujuan (Carolina dan Aminata, 2019). Jarak geografi antarnegara dan PDB negara menentukan seberapa besar jarak ekonomi antar negara. Perhitungan jarak ekonomi berasal dari jarak geografis antar ibukota negara eksportir dengan importir kemudian dikalikan dengan *share* PDB suatu negara terhadap total PDB negara importir.

Jarak ekonomi tidak hanya mencakup biaya transportasi yang ditanggung oleh pengeksport, tetapi mencakup perbedaan tingkat pendapatan perkapita, biaya tenaga kerja, produktivitas, dan struktur industri sehingga berpengaruh terhadap daya beli konsumen serta segmentasi pasar (Ma'ruf, 2025). Jarak ekonomi sangat berpengaruh terhadap biaya transportasi. Semakin jauh jarak ekonomi maka biaya transportasi yang dikeluarkan semakin besar. Biaya transportasi yang dikeluarkan dapat menjadi penghambat dalam melakukan perdagangan internasional sehingga berpengaruh terhadap daya saing komoditas ekspor. Negara importir perlu

membayar lebih tinggi apabila terjadi peningkatan jarak ekonomi yang dapat berakibat pada penurunan permintaan ekspor komoditas (Nurhayati *et al.*, 2018).

2.5. *Multidimensional Scaling (MDS)*

Multidimensional scaling (MDS) merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui struktur data berdasarkan kemiripannya. Perhitungan MDS melibatkan variabel-variabel dan menghubungkan variabel tersebut berdasarkan kemiripan satu sama lain secara relatif terhadap suatu objek. MDS merupakan teknik multivariat untuk memetakan sekumpulan objek sebagai titik dalam ruang multidimensi sehingga titik-titik yang memiliki tingkat kemiripan tinggi akan dikelompokkan secara berdekatan (Yeni *et al.*, 2024). Analisis MDS membantu dalam menganalisis seberapa erat hubungan dari nilai-nilai yang berbeda (Shanthi, 2019).

Output dari analisis MDS merupakan representasi secara spasial. Hasil analisis ini berupa geometri konfigurasi titik-titik seperti pada peta. Setiap konfigurasi titiknya menggambarkan objek serta merefleksikan struktur tersembunyi dari sebuah data dan membuat data lebih mudah untuk dipahami. Analisis ini akan merefleksikan bagaimana struktur data atau objek apakah memiliki ketidakmiripan tinggi atau memiliki tingkat kemiripan tinggi satu sama lainnya. Analisis menggunakan MDS banyak digunakan di berbagai bidang penelitian, seperti psikologi, sosiologi, antropologi, pendidikan, serta ekonomi. Penelitian pada bidang ekonomi banyak digunakan sebagai marketing untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap berbagai produk (Kruskal dan

Wish, 2011). Penggunaan metode MDS pada penelitian daya saing komoditas akan merepresentasikan bagaimana kekuatan variabel yang mendukung daya saing di dalam masing-masing pasar.

Analisis menggunakan *Multidimensional scaling* (MDS) terbagi menjadi dua jenis metode berdasarkan jenis data yang digunakan, yaitu MDS Metrik dan MDS Nonmetrik. MDS Metrik merupakan metode yang digunakan pada penelitian berupa data rasio atau interval. Penelitian metode ini digunakan pada penelitian kuantitatif. Sementara itu, metode MDS Nonmetrik digunakan untuk penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan pada metode MDS Nonmetrik adalah data nominal dan ordinal. Penggunaan data kualitatif menggunakan MDS Nonmetrik perlu dikuantitatifkan terlebih dahulu dengan perangkingan data atau menjadi data ordinal (Putri *et al.*, 2018).

Hasil analisis MDS berupa peta spasial dua dimensi dengan empat kuadran. Kuadran I menandakan bahwa objek yang berada pada kuadran tersebut berada di dimensi 1 dan dimensi 2 positif sehingga objek di kuadran ini sudah baik. Kuadran II berada di dimensi 1 negatif dan dimensi 2 positif, sementara itu kuadran IV berada di dimensi 1 positif dan dimensi 2 negatif. Objek yang berada di kuadran II maupun kuadran IV menandakan daya saing yang sudah cukup baik. Kuadran III berada di dimensi 1 dan dimensi 2 negatif artinya, objek yang berada menempati kuadran III masih perlu diperbaiki (Nurmayanti *et al.*, 2023).

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai analisis daya saing ekspor komoditas manggis telah beberapa kali dilakukan. Penelitian terdahulu yang dianggap relevan dan menjadi rujukan pada penelitian ini dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode	Hasil
1	Analisis daya saing manggis Indonesia di negara Thailand, Hongkong, dan Malaysia. (2022). Eka Purna Yudha, Ega Yunita Sari, dan Adi Nugraha ¹⁾	<i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif manggis Indonesia (kode HS 080450) ke Thailand, Hongkong dan Malaysia. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk mengukur posisi daya saing.	Nilai RCA Indonesia di Negara Thailand 0,63, artinya berdaya saing lemah dan tidak memiliki keunggulan komparatif. Nilai RCA Indonesia di Negara Hongkong 28,16 dan Malaysia 12,69 menunjukkan Indonesia memiliki daya saing kuat dan keunggulan komparatif. Rata-rata ISP Indonesia 0,973, artinya Indonesia memiliki daya saing kuat dan dalam tahap kemandirian.
2	Analisis daya saing komoditas manggis di Kelompok Tani Wanayasa, Desa Babakan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. (2019). Rizka Aulia Putri dan Rochdiani ²⁾	Metode studi kasus Policy Analysis Matrix (PAM) untuk menganalisis daya saing: Analisis Dampak Kebijakan Pemerintah meliputi kebijakan Input, dan kebijakan input-output.	PCR<1, menunjukkan manggis KT Wanayasa secara finansial memiliki keunggulan kompetitif. DRCR<1, menunjukkan manggis KT Wanayasa secara ekonomi memiliki keunggulan komparatif. EPC<1 (0,22) mengindikasikan dampak kebijakan pemerintah terhadap usaha tani manggis belum efektif atau kurang menguntungkan.

Tabel 1. (Lanjutan)

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode	Hasil
3	Analisis keunggulan komparatif dan kompetitif manggis Indonesia di pasar internasional. (2024). Ninda Rezeki, Sulistyو Sidik Purnomo, dan Ekalia Yusiana ³⁾	Menganalisis daya saing komoditas manggis kode HS 080450 dengan metode: <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) untuk menganalisis keunggulan komparatif. <i>Export Product Dynamics</i> (EPD) untuk menganalisis keunggulan kompetitif.	RCA>1 untuk Thailand, Indonesia, dan India artinya punya keunggulan komparatif. RCA<1 untuk china, artinya tidak punya 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.
4	Analisis multidimensi keberlanjutan sistem usaha tani padi di Kabupaten Subang dan Karawang. (2021). Rizka Amalia Nugrahapsari, Sumedi, Budi Marwoto, I Nyoman Widiarta, dan Muhammad Yunus ⁴⁾	Metode <i>raprice</i> dengan pendekatan <i>multidimensional scaling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa indeks keberlanjutan usaha tani padi termasuk dalam kategori cukup, meskipun bervariasi antarpetani, antarlokasi, dan dipengaruhi oleh luas lahan serta indeks pertanaman.

¹⁾Yudha *et al.* (2022); ²⁾Putri dan Rochdiani (2019); ³⁾Rezeki *et al.* (2024); ⁴⁾Nugrahapsari *et al.* (2021)

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu didapatkan kesamaan terkait jenis kode HS ekspor manggis, yakni manggis dengan kode HS 080450 (*Guavas, mangoes, and mangosteens*), dan mendapatkan hasil berdaya saing komparatif di Hongkong, Malaysia. Kode manggis pada penelitian tersebut masih tercampur dengan komoditas buah tropis lain, yaitu jambu dan mangga. Kode HS terbaru untuk manggis ekspor telah diperbarui seperti tertera pada website resmi ITC mulai tahun 2021. Kode terbaru manggis adalah HS 08045030 (*Mangosteens, fresh or dried*). Penelitian ini menggunakan kode HS 08045030 sehingga menjadi keterbaruan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal metode analisis dengan penelitian sebelumnya, yaitu menggunakan analisis *Multidimensional Scaling* (MDS). Penelitian menggunakan kode HS manggis 08045030 dengan metode analisis MDS menjadi keterbaruan penelitian ini karena belum ada penelitian sebelumnya yang menganalisis daya saing ekspor manggis kode tersebut dengan metode MDS.