

RINGKASAN

Buah-buahan tropis merupakan salah satu produk hortikultura unggulan Indonesia, dimana buah manggis memberikan kontribusi ekspor terbesar dari ekspor buah-buahan Indonesia. Indonesia mengekspor buah manggis ke berbagai negara di dunia, tetapi *share* ekspor manggis Indonesia masih rendah dan seharusnya hal ini dapat dimaksimalkan lagi. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor manggis Indonesia di pasar internasional dan dibandingkan dengan negara eksportir manggis lain di pasar internasional serta untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi daya saing tersebut. Data digunakan berupa data sekunder selama 20 tahun yaitu tahun 2003 hingga 2022 yang bersumber dari lembaga resmi seperti BPS, *Un Comtrade*, *Trade Map*, Kementan, dan sebagainya. Metode analisis digunakan adalah *revelead comparative advantage* (RCA), *export competitiveness index* (ECI), indeks spesialisasi perdagangan (ISP) dan analisis regresi berganda. Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa manggis Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat dengan nilai 1,053. Hasil analisis ECI menunjukkan bahwa manggis Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dan mengalami tren ekspor meningkat dengan nilai 1,217 serta ISP menunjukkan bahwa Indonesia cenderung sebagai negara pengeksport manggis dan berada pada tahap kematangan dengan nilai 0,903. Posisi daya saing Indonesia dilihat dari nilai RCA dan ISP nya masih berada di bawah negara lain seperti Thailand, India, Peru dan Kenya. Faktor yang mempengaruhi RCA manggis Indonesia secara signifikan adalah volume ekspor manggis Indonesia dan Thailand serta harga ekspor Indonesia, sedangkan faktor yang mempengaruhi ECI manggis Indonesia secara signifikan adalah luas panen Indonesia dan volume ekspor Thailand. Thailand dan Indonesia memiliki pasar utama yang sama yaitu China dan Malaysia, sehingga permintaan impor untuk manggis oleh negara tersebut bersaing antara Indonesia dan Thailand dimana manggis yang lebih disukai akan bertahan dalam pasar.

Kata Kunci: daya saing, ECI, ISP, manggis, RCA

SUMMARY

Tropical fruits are one of Indonesia's leading horticultural products, where mangosteen fruit contributes the largest export to Indonesia's total fruit exports. Indonesia exports this mangosteen fruit in various countries in the world. However, Indonesia's mangosteen export share is still low and this should be maximized again. This study aims to analyze the competitiveness of Indonesian mangosteen exports in the international market and compare with other mangosteen exporting countries in the international market and find out the factors that affect the competitiveness. The data used are secondary time series data from 2003 to 2022 obtained from institutions or agencies related to discussion of research such as BPS, Un Comtrade, Trade Map, Kementan, etc. The analysis methods used are revealed comparative advantage (RCA), export competitiveness index (ECI), trade specialization index (ISP) and multiple regression analysis. The results of RCA analysis show that Indonesian mangosteen has a comparative advantage and strong competitiveness with a value of 1.053. The results of the ECI analysis show that Indonesian mangosteen has a competitive advantage and experiences an increasing export trend with a value of 1.217 and ISP shows that Indonesia tends to be a mangosteen exporting country and is at the maturity stage with a value of 0.903. However, Indonesia's competitive position is still below other countries such as Thailand, India, Peru and Kenya for the value of RCA and ISP. Factors that affect Indonesia's RCA significantly are Indonesia's and Thailand's export volume and Indonesia's export prices, while the factors that affect Indonesia's ECI significantly are Indonesia's harvest area and Thailand's export volume. Thailand and Indonesia have the same main markets, China and Malaysia, so the import for mangosteen by these countries competes between Indonesia and Thailand where the more preferred mangosteen will survive in the market.

Keywords: competitiveness, ECI, ISP, mangosteen, RCA