

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Manggis

Manggis (*Garcinia mangostana L.*) yang memiliki julukan *Queen of Fruits* merupakan tanaman tahunan dengan ketinggian 7-25 meter yang dapat hidup mencapai puluhan tahun. Julukan yang dimiliki oleh tanaman manggis ini dikarenakan memiliki cita rasa yang unik serta bentuk buahnya yang eksotik dengan kelip buah berwarna ungu kemerahan dan daging buahnya yang berwarna putih. Selain keunikan dari segi penampilan, buah manggis banyak mengandung anti-inflamasi dan antioksidan yang tinggi. Buah manggis diperkirakan berasal dari Asia Tenggara yang di dalamnya termasuk Indonesia. Tanaman manggis merupakan tanaman tropis yang tumbuh subur pada daerah yang terdapat cukup sinar matahari, kelembaban tinggi, juga musim kering yang pendek guna menstimulasi pembungaan. Tanaman manggis dapat tumbuh di daerah dataran rendah, namun pertumbuhan terbaik ada pada daerah dengan ketinggian antara 500-600mdpl (Kementerian Pertanian, 2022).

Klasifikasi tanaman manggis dalam (Darmawansyih, 2014) adalah sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermatophyt*
Sub divisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledonae*
Keluarga : *Guttierae*
Genus : *Garcinia*
Spesies : *Garcinia mangostana L.*

Manggis merupakan salah satu komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan di Indonesia. Pemerintah telah menetapkan manggis sebagai komoditas unggulan nasional dalam RUSNAS (Riset Unggulan Strategis Nasional). Tingginya permintaan manggis di pengaruhi oleh tingginya khasiat manggis di bidang merupakan salah satu antioksidan paling bermanfaat di dunia (Nuraniputri, 2016). Buah manggis selain memiliki rasa buah yang unik dan kandungan gizi yang tinggi, buah ini juga memiliki potensi dalam pasar ekspor (Asmara & Suryaningtyas, 2011).

Kandungan senyawa buah manggis bagi kesehatan di antaranya terdapat senyawa aktif *Xanthoses* yang memiliki fungsi mengurangi peradangan, menurunkan kadar kolesterol, memperkuat daya tahan tubuh dan mengontrol gula darah. Kandungan senyawa aktif *Xantone* yang memiliki fungsi sebagai antioksidan, antiproliferasi, anti-inflamasi, dan antimikrobia. Senyawa *Catechins* yang terbukti memiliki lima kali antioksidan dibanding vitamin C. Senyawa *Polysacharides* dan *Quinones* yang dikenal sebagai antibakteri sehingga dapat melindungi tubuh dari bakteri dan berfungsi sebagai pencegah kanker. Senyawa *Stilbenes*, suatu zat yang mencegah timbulnya aneka jamur yang merugikan tubuh serta senyawa senyawa lain seperti Antosianin, Getah kuning, pektin, tannin, dan resin yang bagus untuk Kesehatan dan daya tahan tubuh.

Indonesia merupakan negara yang memiliki produksi manggis yang melimpah sehingga hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara pengekspor manggis. Pada tahun 2008 volume ekspor mencapai 6 juta ton dan nilai ekspor US\$ 3.611.995. Total ekspor buah-buahan di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 87,99 ribu ton dengan nilai ekspor US\$ 61,86 juta. Komoditas manggis menyumbang 38,84 ribu ton dengan nilai ekspor US\$33.278.463. Angka tersebut menunjukkan bahwa komoditas manggis penyumbang devisa terbesar pada sektor pertanian komoditas buah-buahan (Yudha & Nugraha, 2022).

2.1.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain dengan dasar kesepakatan bersama. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan GDP. Perdagangan internasional adalah faktor penting untuk merangsang pertumbuhan ekonomi suatu negara. Terjadinya perekonomian dalam negeri dan luar negeri akan menciptakan suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara satu negara dengan negara lainnya (Purnamawati & Yuniarta, 2021).

Adam Smith (1776) dalam (Purnamawati & Yuniarta, 2021) Perdagangan Internasional memfokuskan pada keuntungan mutlak yang menyatakan bahwa suatu negara akan memperoleh keuntungan mutlak karena negara tersebut dapat memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah dibanding dengan negara

lain. Adapun keunggulan mutlak menurut Adam Smith adalah kemampuan suatu negara untuk menghasilkan sesuatu baik barang maupun jasa per unit dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit dibandingkan dengan kemampuan negara-negara lain.

Perdagangan internasional dalam model Ricardian memfokuskan pada kelebihan komparatif, di mana suatu negara mengkhususkan dalam memproduksi apa yang paling baik di produksi. Teori perdagangan internasional dikemukakan oleh Adam Smith dan David Ricardo yang di mulai dengan anggapan bahwa lalu lintas pertukaran internasional hanya berlaku antara dua negara, serta kedua negara tersebut hanya beredar uang emas. Ricardo memanfaatkan hukum pemasaran bersamaan dengan teori kuantitas uang untuk mengembangkan teori perdagangan internasional. Walaupun suatu negara memiliki suatu keunggulan absolut, tetapi apabila dilakukan perdagangan internasional tetap akan menguntungkan bagi kedua negara yang telah melakukan perdagangan.

Perdagangan internasional merupakan hubungan saling menguntungkan antar negara-negara, dengan melakukan perdagangan dengan negara lain maka akan ada peluang baru dalam hal pekerjaan yang mana hal ini akan mendorong pertumbuhan industri, inovasi dalam transportasi, serta kedatangan perusahaan dari berbagai negara. Teori perdagangan internasional dikemukakan oleh David Ricardo pada tahun 1871 dalam bukunya yang berjudul "*Principle of Political Economy and Taxation*". Ricardo menjelaskan bahwa jika sebuah negara tidak efisien dalam memproduksi barang dan jasa dibandingkan dengan negara lain, negara tersebut dapat memproduksi barang yang memiliki kelemahan lebih kecil dengan melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang dan jasa tersebut. Sebuah negara memiliki keunggulan komparatif ketika mereka dapat memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan negara lain (Rahmawati & Sobana, 2023).

2.1.3 Ekspor

Ekspor adalah salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan suatu negara dengan cara penjualan atau mengeluarkan barang dari dalam negeri dan dikirim ke negara lain. Biasanya perdagangan ini dilakukan bila suatu negara menghasilkan barang tertentu dalam jumlah yang besar. Saat hal tersebut terjadi, negara tersebut

dapat mengirimkannya ke luar negeri karena kebutuhan di dalam negeri telah terpenuhi. Ada beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi dalam kegiatan ini agar lebih aman karena masing-masing negara memiliki syarat dan ketentuan tersendiri. Tujuan dari kegiatan ekspor ini ialah untuk membuat dunia usaha menjadi lebih kondusif. Selain itu, juga bertujuan untuk mengendalikan harga produk ekspor yang ada di dalam negeri. (Martikasari, 2022)

Terdapat dua jenis ekspor menurut Martikasari (2022), yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Ekspor secara langsung adalah ekspor yang dilakukan dengan cara menjual suatu barang atau jasa dengan melalui jalur perantara atau melalui eksportir yang terdapat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Ekspor langsung memiliki keuntungan berupa produksi berpusat di suatu negara asal dan memiliki kontrol yang baik terhadap sebuah distribusi yang lebih baik dan terpercaya. Kelemahan dari ekspor langsung ini adalah biaya atau beban transportasi yang jauh lebih besar untuk produk barang dan jasa dalam skala yang besar serta terdapat hambatan terhadap perdagangan dikarenakan proteksionisme dari sebuah negara tujuan ekspor. Lalu ada jenis ekspor tidak langsung yang merupakan cara yang dilakukan oleh penjual dalam menjual produknya dengan teknik produk tersebut dijual melalui jalur perantara atau eksportir dari negara asal dan dijual kembali oleh perantara tersebut melalui sebuah perusahaan manajemen ekspor. Kelebihan dari ekspor tidak langsung adalah sumber daya produksi lebih terfokus, tidak perlu menangani sebuah ekspor secara langsung. Namun ekspor tidak langsung ini memiliki kelemahan terhadap kontrol atau pengaturan jalannya distribusi produk yang terbilang kurang khususnya dalam sistem operasi di negara tujuan ekspor.

2.1.4 Daya Saing

Daya Saing merupakan kemampuan dari suatu komoditas untuk dapat memasuki pasar luar dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut yang mana diartikan jika suatu produk memiliki daya saing maka produk tersebutlah yang banyak diminati oleh banyak konsumen (Fatmawati I a & Suryadi, 2018).

Keunggulan daya saing adalah kemampuan untuk memasok barang dan jasa pada waktu, tempat dan bentuk sesuai dengan yang diinginkan (preferensi)

konsumen, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Juga pada harga yang sama atau lebih murah dari yang ditawarkan oleh pesaing dengan memperoleh keuntungan kurang lebih sebesar biaya oportunitas dari sumber daya yang digunakan (Nuraini, 2007).

Daya saing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk dapat membeli. Keunggulan daya saing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri yang sama (Mohamad & Niode, 2020).

Daya saing merupakan salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu negara di dalam perdagangan internasional. Secara teoritik, masalah mengenai daya saing dijelaskan oleh berbagai teori, salah satunya oleh Porter (1990) yang menyatakan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk bertahan di dalam pasar tersebut. Pengertian daya saing juga mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan negara relatif terhadap kemampuan negara lain (Patone *et al*, 2020).

2.1.5 Keunggulan Komparatif

Konsep keunggulan komparatif merupakan ukuran keunggulan potensial yang mengartikan jika daya saing akan tercapai apabila perekonomian tidak mengalami distorsi sama sekali. Suatu komoditas dikatakan memiliki keunggulan komparatif apabila memiliki efisiensi secara ekonomi (Fatmawati1a & Suryadi, 2018). Menurut Salvatore (2007) bahwa keunggulan komparatif merupakan biaya marginal tenaga kerja dari suatu negara untuk dapat menghasilkan produk berupa barang maupun jasa yang lebih rendah dibandingkan dengan tenaga kerja di negara lain. Hal ini dapat menunjukkan produktivitas tenaga kerja untuk semua produk dapat dihasilkan di negara tertentu. Konsep ini memiliki perbedaan dengan keunggulan absolut yang dikemukakan oleh Adam Smith di mana keunggulan absolut lebih mengacu kepada kemampuan tenaga kerja di suatu negara untuk menghasilkan produk tertentu dengan biaya marginal absolut lebih rendah dari mitra dagangnya (Ermawati & Saptia, 2013).

Pertumbuhan ekonomi suatu daerah akan sangat dipengaruhi oleh keunggulan komparatif daerah tersebut baik dari segi spesialisasi wilayah serta potensi ekonomi yang dimiliki juga sumber daya alam yang ada di daerah tersebut. Pemanfaatan dan pengembangan yang efisien dan berkesinambungan pada seluruh potensi ekonomi dan sumber daya alam yang dimiliki harus dijadikan suatu prioritas utama untuk dikelola dan dikembangkan dalam melaksanakan pembangunan ekonomi guna tercapainya peningkatan dan kesejahteraan nasional (Mahmud & Mardianto, 2020).

David Ricardo mengemukakan teori keunggulan komparatif. Teori ini berpendapat bahwa sebuah negara sebaiknya memusatkan perhatiannya dalam membuat dan menjual barang dan jasa yang lebih efisien dibandingkan dengan negara lain. Teori keunggulan komparatif adalah ide yang dikembangkan dari teori keunggulan absolut yang dibuat oleh Adam Smith. Keunggulan absolut itu sendiri adalah sesuatu yang mengungguli yang lain dalam semua hal. Menurut keunggulan absolut, setiap negara dapat membuat barang yang lebih baik daripada negara lain dengan bekerja sama dalam produksi dan berkolaborasi di bidang internasional (Rahmawati & Sobana, 2023).

Dalam teori *comparative advantage* telah berkembang menjadi *dynamic comparative advantage* yang mana dinyatakan bahwa keunggulan komparatif dapat diciptakan. Teori *comparative advantage* ini meliputi :

1) *Cost Comparative Advantage (labor efficiency)*

Nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang di mana negara tersebut dapat berproduksi relatif efisien (Aji *et al.*, 2017).

2) *Production comparative advantage (labor productivity)*

Labor Productivity atau Produktivitas tenaga kerja merupakan suatu tolak ukur seberapa efektif pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja dalam proses produksi untuk mencapai *output* yang ditargetkan (Indraswati *et al.*, 2024)

2.1.6 Keunggulan Kompetitif

David (2006) menyatakan bahwa daya saing atau keunggulan kompetitif merupakan segala sesuatu yang dilakukan dengan baik oleh sebuah perusahaan perdagangan dibanding dengan pesaingnya. Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lain tidak bisa, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya, hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif sangat penting dalam keberhasilan jangka Panjang dari suatu perusahaan (Mohamad & Niode, 2020).

Keunggulan kompetitif merupakan suatu keadaan di mana sebuah perusahaan memiliki nilai yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaing yang diperoleh dari berbagai keunggulan aktivitas perusahaan seperti mendesain, memproduksi, memasarkan dan menerapkan strategi-strategi perusahaan lainnya. Suatu keunggulan kompetitif tercapai apabila perusahaan mampu dan dapat menampilkan aktivitas-aktivitas rantai nilai seperti pengembangan teknologi pemasaran dan penjualan serta teknologi produksi dengan biaya yang rendah atau dengan kualitas yang lebih baik dari pesaing (Nainggolan, 2018).

Teori keunggulan kompetitif adalah gagasan yang dikembangkan oleh Porter pada tahun 1990 dalam bukunya yang berjudul "*The Competitive Advantage of Nations*". Porter mengatakan bahwa kekayaan nasional itu dibuat, bukan diwariskan. Keunggulan kompetitif dari suatu negara adalah kemampuan industri untuk melakukan perbaikan dan inovasi sehingga dapat menjadi lebih kuat secara persaingan dengan negara lain. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan karena memiliki pemasok yang bersaing, pesaing yang kuat dua dalam negeri dan pelanggan lokal yang menuntut (Rahmawati & Sobana, 2023).

Konsep keunggulan kompetitif menurut Michael Porter yang menyatakan bahwa suatu negara memiliki empat atribut yang dapat menentukan dalam persaingan internasional (Graha, 2010). Keempat atribut tersebut yaitu:

1. Kondisi Faktoral, yaitu posisi suatu negara dalam faktor-faktor produksi (misal: tenaga kerja terampil, infrastruktur, dan teknologi) yang dibutuhkan untuk bersaing dalam industri tertentu.
2. Kondisi Permintaan, yakni sifat permintaan domestik atas produk atau jasa industri tertentu.

3. Keberadaan industri terkait dan industri pendukung yang kompetitif secara internasional
4. Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan yakni kondisi dalam negeri yang menentukan bagaimana perusahaan-perusahaan dibentuk, diorganisir, dan dikelola, serta sifat persaingan yang domestik.

Keunggulan kompetitif itu harus dipandang sebagai suatu proses yang dinamis mengikuti perubahan daripada dipandang hanya sebagai hasil. Sebuah proses keunggulan kompetitif mencakup tiga hal yaitu sumber-sumber keunggulan, keunggulan posisional dan *performance outcomes* (Rangkuti, 2018).

1. Sumber-sumber dari sebuah keunggulan mencakup :

- a. *Superior skills*

Superior skills memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat menyeleksi dan mengimplementasikan strategi yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan pesaingnya. Keterampilan ini mencakup kapabilitas teknis, manajerial dan operasional.

- b. *Superior resources*

Superior resources merupakan dimensi-dimensi yang dapat memperkuat keunggulan, seperti jaringan distribusi yang kuat, kapasitas produksi, kekuatan pemasaran, teknologi dan sumber daya alam.

- c. *Superior control*

Superior control meliputi kemampuan dalam memonitor dan mengevaluasi proses dalam hasil bisnis. Kemampuan ini sangat penting untuk memastikan bahwa organisasi dapat beroperasi secara efisien, efektif, dan sesuai dengan visi misi yang telah ditetapkan.

2. Keunggulan Posisional

Keunggulan posisional ini dihasilkan dari *cost leadership* atau diferensiasi produk yang memberikan nilai superior kepada pelanggan. Biaya rendah memungkinkan perusahaan menawarkan nilai superior melalui pemberian harga yang lebih rendah daripada yang dapat diberikan oleh kompetitor. Salah satu faktor penting dalam ketercapaian keunggulan adalah kemampuan untuk dapat memutuskan di mana dan bagaimana bersaing.

Keunggulan posisional juga merujuk pada keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara berdasarkan faktor-faktor geografis, iklim, sumber daya alam, atau kondisi lingkungan yang uni dan menguntungkan untuk produksi atau ekspor suatu komoditas tertentu.

3. *Performance Outcomes*

Performance outcomes dapat terjadi apabila ketercapaian, sumber daya dan kemampuan kontrol organisasi digunakan untuk mencapai nilai dan keunggulan di bidang biaya, maka keunggulan posisional akan mengarah pada *performance outcomes* yang menguntungkan. Penentuan sebuah keunggulan bersaing organisasi dan identifikasi peluang baru untuk tercapainya keunggulan diperlukan analisis pelanggan dan pesaing.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan analisis daya saing digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dicantumkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang telah meneliti tentang analisis daya saing.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Penelitian Terdahulu		
		Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Daya Saing Buah Manggis Indonesia di Negara Thailand, Hongkong, dan Malaysia (Eka Purna Yudha, Adi Nugraha, 2022)	Dari hasil RCA, komoditas manggis Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing pada negara tujuan ekspor yaitu Hongkong dan Malaysia. Sementara untuk negara Thailand, Indonesia tidak memiliki daya saing yang kuat. Dari analisis ISP menunjukkan bahwa Indonesia, memiliki daya saing yang kuat dan berada di posisi kriteria tahap kemandirian.	A. Alat analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) b. Komoditas yang diteliti	a. Negara tujuan ekspor yang diteliti b. Alat analisis ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan)

No	Nama dan Judul	Penelitian Terdahulu		
		Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	<i>Analysis of Competitiveness and Factors Influencing Indonesian Mangosteen Export Competitiveness in Hongkong and China Markets</i> (Rianta Chen Yohana Manik dan Sri Fajar Ayu, 2023)	Hasil dari analisis RCA menyatakan bahwa manggis Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar Hongkong dan Tiongkok dengan posisi yang tinggi.	a. Alat analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) b. Komoditas yang diteliti c. Negara tujuan yang diteliti	a. Alat analisis <i>Export Product Dynamics</i> (EPD) dan Regresi Linier Berganda.
3	Tingkat Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Anggrek Indonesia di Pasar Jepang (Harniati dan Ahmad Syariful Jamil, 2020)	Indeks RSCA menunjukkan bahwa Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif di pasar Jepang. Hasil ECI, Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dalam berkompetisi dengan eksportir lainnya di pasar Jepang.	a. <i>Export Competitive Index</i> (ECI)	a. Komoditas yang diteliti b. Tempat yang diteliti
4	<i>Competitiveness and Exports Sustainability of Indonesian Natural Rubber</i> (Rumbuati Kamaludin, 2018)	Indonesia memiliki kecenderungan peningkatan nilai ekspor komoditas karet alam dari tahun ke tahun. Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih baik dari Thailand. Sementara hasil analisis ECI, komoditas karet Indonesia tidak lebih kompetitif dari Thailand.	a. <i>Export Competitive Index</i> (ECI) b. <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	a. Komoditas yang diteliti
5	Analisis Daya Saing Ekspor Manggis Indonesia di Pasar Internasional (Rahmadhani, Diah, Armen	Ekspor manggis Indonesia di pasar internasional periode 2001-2015 memiliki rata-rata pertumbuhan yang meningkat sebesar	a. <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	a. Alat analisis ISP

No	Nama dan Judul	Penelitian Terdahulu		
		Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Mara, dan Yanuar Fitri, 2018)	18,74 persen untuk volume ekspor dan 16,58 persen untuk nilai ekspor. Namun, nilai ekspor Indonesia lebih relatif rendah dibanding negara eksportir lain yang memiliki wilayah lebih kecil dari Indonesia seperti Mexico, Thailand dan India.	b. <i>Export Competitive Index (ECI)</i> c. Komoditas yang diteliti	

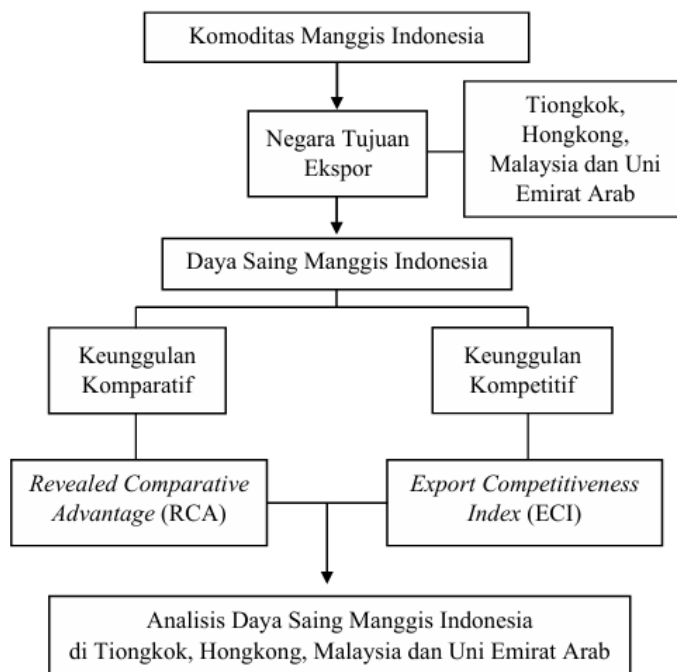
2.3 Pendekatan Masalah

Sektor pertanian khususnya pada komoditas hortikultura telah lama menjadi primadona dalam dunia perdagangan. Indonesia yang memiliki kesuburan tanah yang baik membuat tanaman dapat tumbuh dengan mudah. Manggis merupakan salah satu komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan di Indonesia. Tingginya permintaan manggis di pengaruhi oleh tingginya khasiat manggis di bidang merupakan salah satu antioksidan paling bermanfaat di dunia (Nuraniputri & Kuntjoro, 2016). Buah manggis selain memiliki rasa buah yang unik dan kandungan gizi yang tinggi, buah ini juga memiliki potensi dalam pasar ekspor (Asmara & Suryaningtyas, 2011).

Keberhasilan dalam perdagangan internasional dari suatu negara dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing ini merupakan suatu konsep umum yang digunakan di dalam ekonomi, yang merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar terhadap keberhasilan dalam persaingan internasional. Indonesia perlu memiliki daya saing khususnya di Negara Tiongkok, Hongkong, Malaysia dan Uni Emirat Arab sebagai negara tujuan ekspor manggis Indonesia baik dari segi komparatif maupun dari segi kompetitif. Hal ini dikarenakan untuk mempertahankan pasar manggis Indonesia untuk terus meningkatkan devisa negara dan juga pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia (Bustami & Hidayat, 2013).

Keunggulan komparatif dapat diukur dengan menggunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*) untuk mengetahui kemampuan relatif suatu negara dalam memproduksi barang di hadapan mitra dagang. Keunggulan

kompetitif diukur dengan menggunakan metode ECI (*Export Competitiveness Index*) yang menunjukkan rasio pangsa ekspor suatu wilayah di pasar internasional. Untuk lebih jelasnya akan diperlihatkan alur pendekatan masalah dari penelitian :



Gambar 5. Diagram Alur Pendekatan Masalah