



Vol. 9, No. 1,
Maret 2019

ISSN 2252-5491

Forum Agribisnis

Agribusiness Forum

Analisis Daya Saing Udang Indonesia di Pasar Indonesia

Ach. Firman Wahyudi, Joni Haryadi, dan Anisya Rosdiana

Pola Distribusi Rantai Pasok Jaringan Madu Hutan Sumbawa (JMHS) di Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat

Qashiratuttarafi, Andriyono Kilat Adhi, dan Wahyu Budi Priatna

Strategi Pengembangan Usaha Beras Sehat pada CV Pure Cianjur di Kabupaten Cianjur

Agrivinie Rainy F, Rita Nurmalinga, dan Amzul Rifin

Status Keberlanjutan Pengelolaan Perkebunan Inti Rakyat Kelapa Sawit Berkelanjutan di Trumon, Kabupaten Aceh Selatan

Nurul Lainan Najmi, Al Jaktsa, Suharno, dan Anna Fariyanti

Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang

Dina Azhara, dan Ratna Winandi

Analisis Efisiensi Usahatani Tebu Petani Mitra dan Non Mitra di Kabupaten Blora Jawa Tengah

Yahdi Zaky, Rachmat Pambudy, dan Harianto



DAFTAR ISI

Forum Agribisnis

Volume 9, No. 1 – Maret 2019

Analisis Daya Saing Udang Indonesia di Pasar Indonesia Ach. Firman Wahyudi, Joni Haryadi dan Anisya Rosdiana	1 – 16
Pola Distribusi Rantai Pasok Jaringan Madu Hutan Sumbawa (JMHS) di Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat Qashiratuttarafi, Andriyono Kilat Adhi dan Wahyu Budi Priatna	17 – 32
Strategi Pengembangan Usaha Beras Sehat pada CV Pure Cianjur di Kabupaten Cianjur Agrivinie Rainy F, Rita Nurmalina dan Amzul Rifin	33 – 52
Status Keberlanjutan Pengelolaan Perkebunan Inti Rakyat Kelapa Sawit Berkelanjutan di Trumon, Kabupaten Aceh Selatan Nurul Lainan Najmi, Al Jaktsa, Suharno dan Anna Fariyanti	53 – 68
Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang Dina Azhara dan Ratna Winandi	69 – 84
Analisis Efisiensi Usahatani Tebu Petani Mitra dan Non Mitra di Kabupaten Blora Jawa Tengah Yahdi Zaky, Rachmat Pambudy dan Harianto	85 – 106

ANALISIS DAYA SAING UDANG INDONESIA DI PASAR EKSPOR

Ach. Firman Wahyudi¹⁾, Joni Haryadi²⁾ dan Anisya Rosdiana³⁾

¹⁾ Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

²⁾ Balai Penelitian Pemulihan dan Konservasi Sumberdaya Ikan KKP

³⁾ Departemen Ilmu dan Teknologi Kelautan Institut Pertanian Bogor

¹⁾achfirmanwahyudi@gmail.com

ABSTRACT

Entering the international trade era, Indonesia must have the right strategy to maintain its position as an exporter in the world. One strategy which can be implemented is to increase the competitiveness of export commodities that have comparative and competitive advantages in order to be able to compete with other countries' commodities. Therefore, an in-depth study is needed on increasing the competitiveness of shrimp commodities in order to increase fisheries commodity exports. The purpose of this study was to analyze the factors which affect the competitiveness of Indonesian shrimp commodity exports in four export destination countries and to formulate strategies to increase production potential and competitiveness of shrimp commodities in the markets of the four export destinations. This research was conducted in intensive and semi-intensive pond areas in Lampung and shrimp processing centers in East Java from January until November 2016. The types of data source were primary data from observation and secondary data in panel data form. Some of the analytical methods used in analyzing competitiveness are Revealed Comparative Advantage (RCA), the gravity model for analyzing factors that influence shrimp export offerings in export destination countries. Data processing is done using Microsoft Excel 2007 and E views 6. The analysis of the competitiveness of Indonesian shrimp commodity exports showed that during the period 2004 - 2014, Indonesian shrimp commodities had a comparative advantage or strong competitiveness in Japan, the USA and the United Kingdom. Estimated results from the data panel regression model, note that the factors that significantly influence the value of Indonesian shrimp exports are the nominal GDP of the destination country, the rupiah exchange rate, economic distance, and the value of Indonesian shrimp exports in the previous year. The strategy in increasing the production capacity and competitiveness of domestic shrimp business actors is to maintain the availability and quality of shrimp farming resources, especially quality shrimp seeds.

Keyword(s): *competitiveness, gravity model, RCA, shrimps, strategy*

ABSTRAK

Memasuki era perdagangan internasional, Indonesia harus memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan posisinya sebagai eksportir di dunia. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan daya saing komoditas ekspor yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, yang lebih kompetitif dibandingkan komoditas negara lain. Oleh karena itu, diperlukan studi mendalam untuk meningkatkan ekspor komoditas. Tujuan dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor komoditas udang Indonesia di pasar empat tujuan ekspor. Penelitian Jawa Timur ini dilakukan di tambak intensif dan semi intensif di Lampung dari Januari hingga November 2016. Jenis sumber data adalah data primer dari observasi dan data sekunder dalam bentuk data panel. RCA, model gravitasi,

untuk menganalisis penawaran ekspor udang di negara tujuan ekspor. Pemrosesan data dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel 2007 dan Equal Comparative Competitiveness di Jepang, Amerika Serikat dan Amerika Serikat. Kerajaan. Diperkirakan hasil dari model regresi panel data, perhatikan bahwa nilai tukar rupiah, nilai tukar rupiah, jarak ekonomi, dan ekspor udang pada tahun sebelumnya. Strategi peningkatan kapasitas produksi dan daya saing pelaku usaha udang dalam negeri adalah menjaga ketersediaan dan kualitas sumber daya budidaya udang, terutama benih udang yang berkualitas.

Kata kunci: daya saing, model gravitasi, RCA, udang, strategi

PENDAHULUAN

Produk perikanan merupakan komoditas ekspor penting di Indonesia. Berdasarkan statistik perikanan Indonesia, sektor perikanan telah memberikan kontribusi relatif besar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 8,64% atau senilai 48,86 triliun rupiah. Hal ini sesuai dengan rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2015-2019 yang menyatakan bahwa salah satu arah kebijakan pembangunan perikanan pada tahun 2015-2019 adalah meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan keluarga miskin di kawasan pesisir (Bappenas, 2015).

Negara yang telah menjadi tujuan ekspor hasil perikanan Indonesia antara lain Amerika Serikat (USA), Uni Eropa, Jepang dan beberapa Negara di Asia. Negara tujuan ekspor tersebut terus meningkatkan volume permintaan ikan dikarenakan kondisi perekonomian global yang sedang membaik. Diantara produk perikanan budidaya, udang merupakan salah satu produk yang telah memberikan kontribusi besar terhadap devisa negara.

Masalah daya saing menyangkut kualitas, teknik promosi dan negosiasi

masing-masing negara menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Walaupun komoditas udang memberikan kontribusi bagi devisa negara tetapi fakta dan data menunjukkan bahwa peningkatan luas lahan budidaya tambak dari tahun 2008 – 2013 seluas 32.258 Ha pada tahun 2013 tidak berbanding lurus dengan volume dan nilai produksi tambak. Hal ini disebabkan oleh berbagai persoalan manajerial dan teknis internal diantaranya pengolahan lahan, tata letak, kualitas air, kualitas benih dan manajemen pakan yang kurang baik, sehingga menyebabkan terjadinya infeksi virus yang menyebabkan kematian masal pada udang di tambak.

Selain dari pada itu, ada beberapa persoalan eksternal yang menjadi hambatan dalam kegiatan ekspor produk udang nasional yaitu adanya berbagai syarat yang diberikan oleh pihak kostomer/buyer untuk memastikan bahwa produk udang yang diekspor harus bebas virus dan bebas antibiotik (Kloramfenikol, Directive 96/23). Syarat yang ditetapkan oleh pihak buyer ini tidak hanya berdasarkan scientific base tetapi sering juga merupakan strategi dari pihak buyer untuk menekan harga

beli udang (*strategy suppress the price of the product*).

Peningkatan volume dan nilai produksi udang dari hasil budidaya direncanakan melalui kegiatan penambahan lahan untuk tambak udang seluas 60.000 Ha menjadi target Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) hingga tahun 2019. Jumlah ini terdiri dari 10.000 Ha tambak intensif, 20.000 Ha tambak semi-intensif, dan 30.000 Ha tambak tradisional (KKP, 2015).

Hasil produksi tambak udang yang akan di ekspor ke pasar internasional umumnya dilakukan oleh dua negara atau lebih sering disebut perdagangan internasional. Perdagangan antar negara ini bisa terjadi karena adanya selisih harga barang di berbagai negara yang disebabkan perbedaan dalam jumlah, jenis, kualitas dan cara mengkombinasikan faktor-faktor produksi, perbedaan dalam pendapatan dan selera. Jadi dapat disimpulkan perdagangan internasional dapat terjadi karena adanya perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran dari berbagai negara (Nopirin, 1990).

Strategi Pemasaran Produksi udang Indonesia yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan perlu diantisipasi dengan strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada menjual produk hasil olahan (*selling concept*) tetapi harus dikembangkan melalui pemuasan kualitas produk seperti yang dikehendaki oleh konsumen, karena itu diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan telah

dipertimbangkan sejak proses produksi yang berkenaan dengan kualitas sampai proses distribusi (Yudiarosa, 2009).

Penelitian Rahmawan (2009) menunjukkan bahwa daya saing ekspor udang Indonesia memiliki kelemahan pada aspek teknologi baik pada sektor budidaya maupun industri pendukung. Selain itu belum ada strategi khusus dari pemerintah terkait peningkatan daya saing ekspor udang Indonesia.

KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam memasuki era kebebasan perdagangan internasional, Indonesia harus membuat strategi yang tepat untuk mempertahankan posisinya sebagai pelaku ekspor di dunia. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan daya saing komoditas ekspor yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif agar mampu bersaing dengan komoditas negara lain. Dalam rangka mendukung nilai ekspor komoditas udang agar dapat bersaing dalam perdagangan internasional, maka diperlukan kajian mendalam mengenai peningkatan daya saing komoditas udang dalam rangka peningkatan ekspor komoditas perikanan.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor yang memengaruhi daya saing ekspor komoditas udang Indonesia di empat negara tujuan ekspor.
2. Merumuskan strategi peningkatan potensi produksi dan daya saing

komoditas udang dalam pasar empat negara tujuan ekspor.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan tambak intensif dan semi intensif di Lampung dan sentra pengolahan udang di Jawa Timur dari Januari hingga November 2016.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan berdasarkan hasil survey lapang di kawasan tambak intensif dan semi intensif berupa data profil petambak/pengolah udang, profil usahatani dan rantai nilai petambak/pengolah udang, profil distribusi komoditas udang di Lampung dan Jawa Timur

Ruang lingkup kegiatan analisa kebijakan terdiri dari inisiasi melakukan Rapid Rural Appraisal (RRA) dan Parcipatory Rural Appraisal (PRA) dengan Focus Group Discussion (FGD) dengan pemangku kepentingan (Satuan Kerja Perangkat Daerah, pembudidaya, penyuluh, tokoh masyarakat dan eksportir). Data dan informasi diperoleh melalui studi literatur, diskusi dan wawancara mendalam (depth interview) dengan menggunakan kuisioner terstruktur.

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel. Data panel yang digunakan terdiri dari data time series dan data cross section negara sejumlah 4 yaitu Jepang, USA, Malaysia dan Inggris.

Data tersebut meliputi data volume ekspor tahunan, PDB nominal negara tujuan, PDB riil Indonesia, nilai tukar rupiah, jarak ekonomi, volume produksi udang Indonesia, tingkat konsumsi negara tujuan, produksi udang negara tujuan.

Data-data yang telah dikumpulkan bersumber dari Direktorat Jendral Perikanan Budidaya, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, Food and Agriculture Organization Statistics (FAOStat), United Nation Commodity Trade (UNComtrade), United Nation Conference on Trade and Development, dan World Bank.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan secara menyeluruh penawaran udang Indonesia di pasar domestik dan ekspor. Beberapa metode analisis yang digunakan dalam menganalisis daya saing adalah Revealed Comparative Advantage (RCA), Model gravity untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penawaran ekspor udang di negara tujuan ekspor. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel 2007 dan Eviews 6.

Metode Revealed Comparative Advantage (RCA)

Metode RCA digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif atau daya saing komoditi suatu negara. Konsep RCA berdasarkan pada prinsip perdagangan antar negara menunjukkan daya saing menunjukkan keunggulan

komparatif apa yang dimiliki negara terkait. Adapun variabel yang diukur dalam metode ini adalah kinerja ekspor produk terhadap total ekspor suatu negara kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan dunia. Hal ini dapat dijelaskan menjadi persamaan berikut (Balassa 1989):

$$RCA = (X_{pij}/X_{Tij}) / (X_{pwj}/X_{Twj})$$

Keterangan:

X_{ij}: Nilai ekspor komoditi udang dari Indonesia (i) ke negara tujuan (j).

X_{Tij}: Nilai ekspor total dari Indonesia (i) ke negara tujuan (j).

X_{wj}: Nilai ekspor komoditi udang dari dunia (w) ke negara tujuan j.

X_{Twj}: Nilai ekspor total dari dunia (w) ke negara tujuan (j).

Jika hasil RCA yang didapatkan lebih besar dari satu maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditinya dan memiliki daya saing kuat. Sebaliknya jika negara memiliki nilai RCA kurang dari satu maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam komoditinya dan memiliki daya saing lemah.

Gravity Model

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ekspor udang Indonesia ke negara tujuan ekspor terbesar dianalisis menggunakan metode Gravity Model dengan analisis data panel statis. Data panel sendiri merupakan abungan antara data cross section dan data time series.

Data *cross section* adalah data yang dikumpulkan pada suatu waktu tertentu

yang menggambarkan keadaan pada waktu tersebut. Data time series adalah data yang dikumpulkan secara berkala untuk melihat perkembangannya dari waktu ke waktu. Implikasi yang diperoleh dari kombinasi tersebut adalah hasil estimasi dari model data panel lebih efisien, dikarenakan jumlah observasi lebih banyak.

Estimasi model Estimasi model menggunakan data panel dapat dilakukan dengan tiga metode, yaitu pooled least square, fixed effect, dan random effect. Pada penelitian ini, digunakan metode panel data dengan fixed effect karena dengan metode ini intercept yang diperoleh berbeda-beda antar unit cross section. Model penawaran nilai ekspor udang Indonesia di negara tujuan ekspor dirumuskan sebagai berikut (Bergstrand (1985), Koo, et al (1994) dalam Oktaviani (2000)):

$$\begin{aligned} \ln X_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln PDBI + \beta_2 \ln PDBN \\ & + \beta_3 \ln ER + \beta_4 \ln DIST + \beta_5 \ln PRODI \\ & + \beta_6 \ln PE + \beta_7 \ln PROD + \\ & \beta_8 \ln CONSN + \epsilon_{ijt} \end{aligned}$$

Keterangan:

β_0 : intercept

β_0, \dots, β_8 : parameter masing-masing variabel yang akan diuji

$\ln X_{it}$: Nilai ekspor udang Indonesia ke negara tujuan ekspor pada tahun t

$\ln PDBI$: PDB riil Indonesia pada tahun t

$\ln PDBN$: PDB riil negara tujuan ekspor pada tahun t

$\ln ER$: Nilai tukar riil Indonesia terhadap mata uang negara tujuan ekspor pada tahun t

- Ln DIST : Jarak ekonomi dari Indonesia ke negara tujuan pada tahun t
- Ln PRODI : Volume produksi udang Indonesia pada tahun t
- Ln PE : Harga udang dunia pada tahun t
- Ln PRODN : Volume produksi udang negara sumber ekspor pada tahun t
- Ln CONSN : Total permintaan udang negara tujuan ekspor pada tahun t
- ϵ_{ijt} : Galat (pengaruh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model)

HASIL DAN PEMBAHASAN

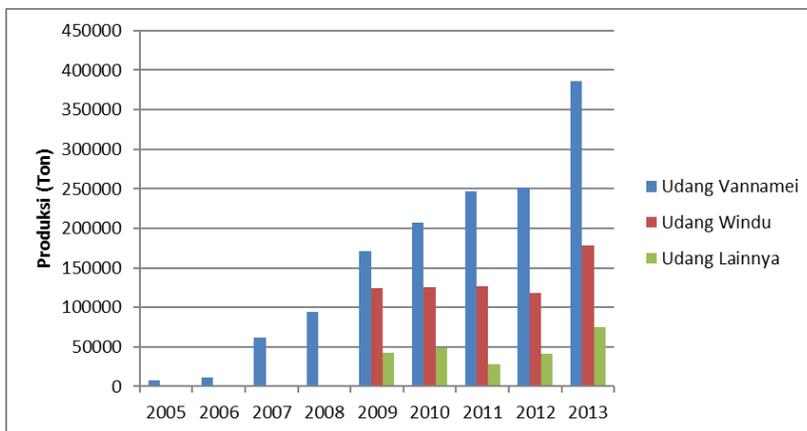
Gambaran Umum

1. Pengembangan Komoditas Udang Di Indonesia

Udang merupakan salah satu komoditas utama perikanan budidaya di Indonesia. Komoditas udang yang dibudidayakan di Indonesia didominasi oleh jenis Vannamei dan Windu. Udang Vannamei mulai dibudidayakan di Indonesia sejak tahun 2000 dan saat ini menjadi komoditas unggulan dalam ekspor udang ke mancanegara. Sejak tahun 2004, data statistik menunjukkan peningkatan produksi udang terutama dari jenis Vannamei (Gambar 1).

Aspek utama yang perlu diperhatikan dalam usaha budidaya udang yang berkelanjutan adalah teknologi, sosial ekonomi dan budidaya ramah lingkungan. Aspek teknologi perlu diterapkan mencapai efisiensi dan meningkatkan kualitas produksi udang yang berkelanjutan. Aspek sosial ekonomi yang perlu diperhatikan adalah peran serta masyarakat sekitar, sehingga mampu menyerap tenaga kerja di sekitar lingkungan tambak. Sedangkan aspek ramah lingkungan adalah budidaya dengan memperhatikan lingkungan tambak dan lingkungan sekitarnya (DJPB-KKP, 2015).

Sistem tambak dalam budidaya udang hingga saat ini terus berkembang, mulai dari sistem yang tradisional hingga suprainensif (Tabel 1). Manajemen dalam sistem tambak tersebut dibedakan menurut cara pengelolaan lahan, pemilihan dan pemberian pakannya. Sistem tradisional cenderung memiliki kepadatan yang rendah sehingga produktivitasnya lebih rendah dibandingkan sistem



Gambar 1. Produksi udang nasional sejak tahun 2004 hingga 2013

intensif. Namun demikian, sistem tradisional tetap menjadi andalan bagi para petambak lokal dalam memenuhi kebutuhan udang nasional. Di sisi lain, sistem intensif memberikan harapan untuk produktivitas udang yang lebih tinggi sehingga membuka peluang untuk memenuhi pasar ekspor. Saat ini sistem tersebut terus dikembangkan, mulai dari upaya peningkatan kualitas benih dan pakan, serta pengelolaan lingkungan yang lebih baik.

Komoditas udang yang diproduksi di Lampung adalah Vannamei dan Windu. Namun, komoditas Vannamei umumnya lebih dipilih petambak dan para eksportir. Produksi Vannamei di Lampung mencapai 78.000 ton pertahun, sedangkan Windu hanya 1.500 ton pertahun. Komoditas udang dari Propinsi Lampung dipasok ke pasar lokal (Pulau Sumatera) maupun internasional (Uni Eropa, Asia, USA). Kondisi pasar lokal umumnya cenderung stabil setiap tahun. Akan tetapi, permintaan dari pasar

Tabel 1. Produktivitas Sistem Budidaya Udang Vanamei di Indonesia

No	Sistem Budidaya dan Luasan (Ha)	Kepadatan ind/m ³	Produktivitas Ton/ha	Catatan
1	Tradisional (315 ribu Ha)	5	0.2-0.4	Tanpa pakan
2	Tradisional Plus (125 ribu Ha)	10	0.8-1.0	Pakan sedikit
3	Semi Intensif (95 ribu Ha)	60-80	6-8	Dengan pakan FCR: 1,4-1,5
4	Intensif (80 ribu Ha)	110-120	10-12	Dengan Pakan FCR: 1,35-1,4
5	Super Intensif (10 ribu Ha)	200-300	20-30	Dengan pakan FCR 1,3-1,4
6	Supra Intensif (100 Ha)	800-1000	80-100	Dengan Pakan FCR 1,3

Catatan: FCR (Food Conversion Ratio)

2. Pengembangan Komoditas Udang Di Provinsi Lampung

Propinsi Lampung merupakan daerah unggulan produksi udang yang memenuhi kebutuhan nasional maupun pasar internasional. Demi mendukung upaya peningkatan produksi nasional, Pemerintah Provinsi Lampung membangun tambak percontohan di tiga kabupaten, yaitu Lampung Selatan, Lampung Timur, dan Pesawaran.

internasional cenderung berfluktuasi. Pada tahun 2013-2015 terjadi penurunan permintaan ekspor udang, juga diikuti dengan nilai ekspor yang cenderung rendah. Menurut pihak dinas, penurunan ekspor dan nilai ekspor tersebut berkaitan dengan situasi ekonomi internasional, termasuk adanya krisis yang melanda beberapa negara di Uni Eropa. Sebagai ikhtisar, Tabel 2 menunjukkan kondisi secara umum dari

Tabel 2. Analisis SWOT

Tambak	SW		OT	
	Kelebihan	Kekurangan	Peluang	Tantangan
1	Produktivitas sedang	Biaya produksi besar	Meningkatkan kapasitas produksi	Penyebaran penyakit
2	Produktivitas tinggi	Biaya produksi besar	Meningkatkan nilai dan kapasitas produksi	Penyebaran penyakit
3	Perhatian terhadap penanggulang an penyakit	Waktu panen yang lama	Resisten terhadap penyakit	Penyebaran penyakit
4	Produktivitas sedang	Lahan belum dimiliki sendiri	Meningkatkan kapasitas produksi	Penyebaran penyakit

tambak yang dijadikan responden dalam analisis kali ini.

3. Pengembangan Komoditas Udang Di Provinsi Jawa Timur

Ekspor udang dari Propinsi Jawa Timur menduduki posisi teratas di antara 13 komoditas ekspor. Ekspor udang Provinsi Jawa Timur pada tahun 2015 mencapai 87.372 ton dengan nilai US \$ 480.895.179. Dari tahun ke tahun ekspor udang mengalami kenaikan, pada tahun 2013 dengan volume 50.930 ton dan 2014 mengalami kenaikan dengan volume 56.532 ton. Ekspor udang provinsi Jawa Timur tetap merupakan komoditas strategis dikarenakan memberikan kontribusi yang cukup besar baik di volume maupun nilai ekspor perikanan.

PT. Bumi Menara Internusa merupakan sebuah perusahaan/distributor yang bergerak di bidang ekspor udang yang berpusat di Jawa Timur. PT. BMI kemudian dijadikan sebagai salah satu referensi untuk memahami dinamika dalam industri pengolahan udang untuk skala ekspor.

Beberapa tantangan dalam industri tersebut berupa ketersediaan bahan baku, kualitas lingkungan, kebijakan ekspor pemerintah pusat, pengelolaan lingkungan, sertifikasi CBIB, serta kebijakan tarif dan non-tarif.

Analisis Daya Saing Ekspor Udang Indonesia

Dalam analisis daya saing komoditas yang diekspor suatu negara, nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) dapat digunakan untuk determinasi keunggulan komparatif komoditas yang diekspor. Pendekatan RCA berdasar pada konsep perdagangan antar negara yang menunjukkan keunggulan komparatif yang dimiliki negara tersebut. Pendekatan ini diukur dengan estimasi berdasarkan kinerja ekspor komoditas udang terhadap total ekspor komoditi ke Negara tujuan dan dibandingkan dengan kinerja ekspor udang terhadap total ekspor seluruh dunia. Jika nilai RCA lebih besar dari 1 maka negara memiliki keunggulan

komparatif yang kuat pada komoditas ekspor tersebut.

Hasil dari analisis nilai RCA komoditas udang Indonesia di empat negara tujuan ekspor dapat dilihat dalam Tabel 3.

untuk USA, dan 5,44 untuk Jepang menandakan komoditas udang di ketiga negara ini memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang cukup kuat. Negara tujuan Inggris yang memiliki rata-rata nilai RCA tertinggi

Tabel 3. Nilai RCA Udang Indonesia di Empat Negara Tujuan Ekspor

Tahun	RCA*			
	Jepang	USA	Malaysia	Inggris
2004	5,22	8,23	0,67	26,68
2005	5,88	9,17	0,44	42,17
2006	6,16	10,79	0,83	61,99
2007	4,48	10,01	1,03	52,97
2008	4,68	11,85	0,59	52,57
2009	4,41	9,58	0,36	34,60
2010	3,99	8,75	0,31	40,58
2011	4,67	11,05	0,21	30,31
2012	5,06	13,77	0,29	14,45
2013	5,86	16,16	0,52	25,29
2014	6,16	19,32	0,78	18,31
Rata-rata	5,14	11,70	0,55	36,36

*berdasarkan negara tujuan

Berdasarkan hasil estimasi nilai RCA yang terdapat pada Tabel 3, nilai RCA negara dengan rata-rata nilai terkecil ke yang terbesar adalah Malaysia, Jepang, USA, Inggris. Nilai rata-rata RCA Malaysia sebesar 0,55 (lebih kecil dari 1) berarti komoditas udang tidak memiliki keunggulan komparatif di negara tersebut. Hal ini dikarenakan Negara Malaysia juga sama-sama Negara penghasil udang. Kondisi pasar udang Indonesia di Malaysia memiliki nilai RCA rendah karena terdapat peningkatan permintaan komoditas yang dinamis tetapi tidak diikuti pertumbuhan pangsa pasar yang positif.

Nilai RCA yang lebih besar dari 1 yaitu senilai 36,36 untuk Inggris, 11,70

menunjukkan bahwa komoditas udang Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan daya saing paling kuat di di pasar Inggris.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor Udang Indonesia Ke Negara Tujuan Ekspor

Estimasi Faktor yang memengaruhi nilai ekspor komoditas udang di pasar Jepang, USA, Malaysia, dan Inggris menggunakan pendekatan Gravity model. Setelah dilakukan regresi panel data dengan model fixed effects, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$X_{ijt} = -117,39 + 6,05GDPJ_{jt} - 0,32GDPI_{it} + 0,96ER_{ijt} - 5,40DIST_{it} + 0,46X(-1) + \epsilon_{ijt}$$

Dalam persamaan di atas, hasil regresi variabel tidak bebas yang di estimasi adalah nilai ekspor komoditas uang Indonesia (X_{ijt}) menuju negara tujuan pada periode 2004 hingga 2014. Variabel bebas yang digunakan adalah GDP riil Indonesia atas dasar harga konstan tahun 2000 (GDP_{lit}), GDP nominal negara tujuan j pada tahun t (GDP_{Jt}), nilai tukar riil Indonesia terhadap negara tujuan pada tahun t (ER_{ijt}), jarak ekonomi Indonesia dengan negara tujuan pada tahun t ($DIST_{it}$), dan nilai Ekspor tahun sebelumnya ($X_{i,t-1}$).

Hasil analisis data model gravity nilai ekspor uang Indonesia ke Negara tujuan ekspor dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan hasil estimasi, GDP nominal Negara tujuan ekspor PDB memiliki nilai probabilitas variabel sebesar 0,0539 dengan nilai koefisien 6,051937 maka variabel GDP negara tujuan ekspor memiliki pengaruh signifikan pada nilai ekspor komoditas uang Indonesia. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa kenaikan nilai GDP nominal negara tujuan ekspor sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan nilai ekspor komoditas uang Indonesia sebesar 6,05% (*ceteris paribus*). Kenaikan ini disebabkan karena ketika GDP nominal negara tujuan meningkat maka daya beli dari negara tujuan juga meningkat. Akibatnya permintaan untuk komoditas uang Indonesia juga meningkat.

Hasil estimasi dari variabel nilai tukar riil Indonesia terhadap negara tujuan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0007 lebih kecil dari taraf nyata 5% dengan koefisien sebesar

0,964235 sehingga variabel nilai tukar riil Indonesia memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa depresiasi nilai tukar riil Indonesia terhadap negara tujuan sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan nilai ekspor komoditas uang Indonesia sebesar 0,96% (*ceteris paribus*).

Pada hasil estimasi dari variabel jarak ekonomi Indonesia terhadap negara tujuan, didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,0916 lebih kecil dari taraf nyata 10% dengan koefisien senilai -5,403270. Hal ini menunjukkan variabel jarak ekonomi memiliki pengaruh signifikan dengan nilai ekspor komoditas uang Indonesia. Nilai ini sesuai dengan hipotesis bahwa kenaikan jarak ekonomi Indonesia terhadap negara tujuan sebesar 1% akan menyebabkan penurunan nilai ekspor komoditas uang Indonesia ke negara tujuan sebesar 5,40%. Adanya peningkatan jarak ekonomi akan mengindikasikan adanya peningkatan waktu distribusi, sumber daya, dan biaya transportasi yang dibutuhkan dalam kegiatan perdagangan antar negara. Akibatnya di negara yang memiliki jarak ekonomi yang besar, nilai ekspor uang Indonesia akan menurun.

Hasil estimasi dari variabel nilai ekspor uang tahun sebelumnya menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0028 lebih kecil dari taraf nyata 5% dengan koefisien sebesar 0,459180 sehingga variabel nilai ekspor uang tahun sebelumnya memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa peningkatan nilai ekspor uang Indonesia tahun sebelumnya akan meningkatkan nilai

Tabel 4. Hasil estimasi panel data pada komoditas udang Indonesia di negara tujuan ekspor periode 2004 – 2014

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
GDPJ	6,051937**	3,020369	2,003708	0,0539
GDPI	-0,320331	0,489556	-0,654329	0,5177
ER	0,964235***	0,256458	3,759814	0,0007
DIST	-5,403270**	3,103201	-1,741193	0,0916
M(-1)	0,459180***	0,141478	3,245604	0,0028
C	-117,3930	54,04461	-2,172151	0,0376

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics

R-squared	0,986652	Mean dependent var	45,76880
Adjusted R-squared	0,983208	S.D. dependent var	59,08093
S.E. of regression	1,066864	Sum squared resid	35,28416
F-statistic	286,4351	Durbin-Watson stat	2,194808
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0,975744	Mean dependent var	17,89179
Sum squared resid	4,211608	Durbin-Watson stat	2,155524

*: Signifikan Pada Taraf Nyata 10%

** : Signifikan Pada Taraf Nyata 5%

***: Signifikan Pada Taraf Nyata 1%

ekspor udang tahun ini sebesar 0,46% (ceteris paribus).

Strategi Pengembangan Potensi Ekspor Udang Di Negara Tujuan

Berdasarkan hasil analisis daya saing ekspor komoditas udang Indonesia ke negara tujuan ekspor yaitu Jepang, USA, Malaysia, dan Inggris didapatkan bahwa daya saing ekspor komoditas udang di Negara Jepang, USA, dan Inggris memiliki nilai daya saing yang tinggi. Sementara daya saing ekspor komoditas udang di Negara Malaysia rendah. Kondisi tersebut disebabkan

terdapat peningkatan permintaan komoditas yang dinamis tetapi tidak diikuti pertumbuhan pangsa pasar yang positif. Hal yang bisa dilakukan dalam rangka peningkatan ekspor udang adalah dengan memaksimalkan potensi produktivitas udang Indonesia untuk terus masuk pada pasar-pasar potensial dimana posisi daya saing Indonesia sangat tinggi seperti Negara Jepang, USA, dan Inggris.

Strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah dan pelaku ekspor secara internal adalah memperkuat daya saing

komoditas udang Indonesia dengan meningkatkan mutu produk ekspor. Selain itu pelaku ekspor dan pemerintah perlu mengukuhkan sistem produksi udang dalam negeri dengan melakukan riset mengenai budidaya dan pemijahan benih udang yang berkualitas serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kegiatan produksi.

Strategi yang perlu diterapkan untuk meningkatkan daya saing dari segi eksternal (luar negeri) adalah melakukan riset pasar dan preferensi konsumen di pasar internasional, melakukan riset pasar negara eksportir pesaing, dan mengurangi ekspor benih udang dalam negeri menuju negara eksportir pesaing.

Sementara dari sisi internal, strategi yang sangat penting dalam pengembangan usaha udang adalah meningkatkan dan mempertahankan jumlah serta kualitas produksi. Hal ini dapat dicapai dengan menjaga ketersediaan dan kualitas sumber daya produksi seperti benih udang dan pakan. Aspek ketersediaan sumber daya khususnya ketersediaan benih berkualitas sangat berpengaruh pada usaha budidaya udang. Jika ketersediaan benih udang dalam negeri yang berkualitas habis untuk diekspor kepada negara pesaing, maka para pelaku usaha dalam negeri akan sulit mengembangkan usaha budidaya udang. Hal ini mengakibatkan para pelaku budidaya dalam negeri tidak dapat mempertahankan jumlah dan kualitas produksinya sehingga kalah bersaing dengan para eksportir dari negara lain.

Strategi yang dapat diterapkan untuk jangka panjang adalah dengan

meningkatkan kerja sama antara para pelaku usaha budidaya udang dalam negeri dengan para produsen benih udang agar memprioritaskan penjualan benih udang berkualitas kepada pembudidaya dalam negeri. Dengan terjaminnya ketersediaan dan kualitas benih udang dalam negeri, diharapkan para pelaku usaha budidaya udang dalam negeri dapat bersaing dengan eksportir udang di pasar negara tujuan.

Hasil estimasi dari regresi model Gravity, ada beberapa komponen yang memengaruhi pergerakan nilai ekspor komoditas udang Indonesia yaitu GDP nominal negara tujuan, nilai tukar riil rupiah, jarak ekonomi Indonesia dengan negara tujuan, dan jumlah ekspor tahun sebelumnya.

Strategi pertama yang dapat diterapkan untuk meningkatkan nilai ekspor komoditas udang oleh pemerintah dan pelaku ekspor komoditas udang adalah dengan memanfaatkan peluang semakin tingginya GDP nominal negara-negara tujuan ekspor sehingga seiring dengan meningkatnya GDP negara tujuan ekspor akan meningkatkan permintaan ekspor udang Indonesia. Selain itu, Pemerintah perlu menjaga kestabilan nilai tukar rupiah sehingga bisa terus mendorong ekspor udang.

Strategi kedua adalah dengan meminimalisir sumber daya yang dibutuhkan dalam perdagangan bilateral dengan efisiensi transportasi, waktu, dan tenaga kerja serta inovasi teknologi distribusi sehingga jarak ekonomi yang besar tidak menjadi hambatan yang menurunkan daya saing komoditas udang Indonesia.

Kemudian strategi yang ketiga adalah bagaimana Pemerintah dan Pelaku usaha bisa mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas/mutu komoditas udang yang diekspor. Dengan demikian negara-negara tujuan ekspor akan percaya dan terus meningkatkan ekspor udangnya dari Indonesia.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis daya saing ekspor komoditas udang Indonesia menunjukkan bahwa selama periode 2004 – 2014, komoditas udang Indonesia memiliki keunggulan komparatif atau daya saing kuat di negara Jepang, USA, dan Inggris. Hal ini perlu untuk terus ditingkatkan mutu komoditas udang Indonesia dalam rangka pengembangan ekspor ke negara-negara tersebut. Sementara komoditas udang Indonesia di Negara Malaysia menunjukkan daya saing yang lemah. Hal ini disebabkan Kondisi pasar udang Indonesia di Malaysia memiliki nilai rendah karena terdapat peningkatan permintaan komoditas yang dinamis tetapi tidak diikuti pertumbuhan pangsa pasar yang positif.
2. Hasil estimasi dari model regresi panel data, diketahui bahwa faktor yang berpengaruh nyata pada nilai ekspor udang Indonesia adalah GDP nominal negara tujuan, nilai tukar rupiah, jarak ekonomi, dan nilai ekspor udang Indonesia tahun

sebelumnya. GDP negara tujuan, nilai tukar riil Indonesia, dan nilai ekspor tahun sebelumnya memiliki pengaruh positif dengan nilai ekspor udang ke negara tujuan. Sedangkan jarak ekonomi memiliki pengaruh nyata yang negatif terhadap nilai ekspor udang Indonesia di negara tujuan.

3. Strategi dalam meningkatkan kemampuan produksi dan daya saing pelaku usaha udang dalam negeri adalah dengan menjaga ketersediaan dan kualitas sumber daya budidaya udang khususnya benih udang berkualitas. Dengan tersedianya benih udang dalam negeri yang berkualitas, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan volume dan kualitas produksinya agar mampu bersaing dengan eksportir udang di pasar negara tujuan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah dan para pelaku usaha disarankan mengambil kebijakan untuk terus mendorong peningkatan daya saing ke beberapa negara tujuan ekspor seperti Jepang, USA, dan Inggris.
2. Pemerintah dan pelaku ekspor komoditas udang hendaknya memanfaatkan peluang semakin tingginya GDP nominal negara-negara tujuan ekspor sehingga seiring dengan meningkatnya GDP negara tujuan ekspor akan meningkatkan permintaan ekspor udang Indonesia. Selain itu,

- Pemerintah perlu menjaga kestabilan nilai tukar rupiah sehingga bisa terus mendorong ekspor udang.
3. Pemerintah harus bisa meminimalisir sumber daya yang dibutuhkan dalam perdagangan bilateral dengan efisiensi transportasi, waktu, dan tenaga kerja serta inovasi teknologi distribusi sehingga jarak ekonomi yang besar tidak menjadi hambatan yang menurunkan daya saing komoditas udang Indonesia.
 4. Pemerintah dan Pelaku usaha bisa mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas/mutu komoditas udang yang diekspor. Dengan demikian negara-negara tujuan ekspor akan percaya dan terus meningkatkan ekspor udangnya dari Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas. 2015. Pembangunan Kelautan dalam RPJMN 2015-2019. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Nopirin, P. (1990). Ekonomi Moneter. Buku Satu. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFEUGM.
- Balassa B. 1989. Comparative Advantage Trade Policy and Economic Development. London (EN) : Harvester Wheatsheaf
- Yudiarosa, I. (2009). Analisis ekspor ikan tuna Indonesia. Jurnal Wacana, 12(1), 116-134.
- Bergstrand, Jeffrey H. (1 January 1985). "The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence". *The Review of Economics and Statistics*. **67** (3): 474–481. doi:[10.2307/1925976](https://doi.org/10.2307/1925976). [JSTOR 1925976](https://www.jstor.org/stable/1925976).
- CNN Indonesia. 2015. Raup Devisa US\$ 93,5 juta, Indonesia Raja Pasar Udang Amerika. <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20150317191403-92-39825/raup-devisa-us--935-juta-indonesia-raja-pasar-udang-amerika/>
- Direktorat Jendral Perikanan Budidaya Kementerian Kelautan dan Perikanan RI (DJPB KKP). 2015. KKP Dorong Produktivitas Udang Dipasena. http://www.djpb.kkp.go.id/arsip/c/169/KKP-DORONG-PRODUKTIVITAS-UDANG-DIPASENA/?category_id=8
- DJPB_KKP. 2016. KKP Targetkan 10 Ribu Sertifikasi Budidaya. http://www.djpb.kkp.go.id/arsip/c/398/KKP-TARGETKAN-10-RIBU-SERTIFIKASI-BUDIDAYA-IKAN/?category_id=11
- Geethalakshmi V, Gopal N, Unnithan GR. 2010. Analysis of Indian shrimp exports and its prices in Major International Markets. *Fishery Technology* 47(1): 79–84.
- KKP. 2015. Tahun 2015, Produksi Udang Ditargetkan Meningkat 32%.

<http://jurnalmaritim.com/2015/06/2015-produksi-udang-ditargetkan-meningkat-32/>

Rahmawan H. 2009. Analisis Daya Saing Komoditi Udang Indonesia di Pasar Internasional [Skripsi]. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

