

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR UDANG VANAME INDONESIA DI PASAR AMERIKA SERIKAT DAN JEPANG

COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN VANAME SHRIMP EXPORTS IN THE UNITED STATES AND JAPAN MARKETS

Annisa Fitri^{1*}, Dudi Septiadi²

¹Program Studi Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Lampung, Jl. Soekarno Hatta No 10, Kota Bandar Lampung, Indonesia

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Jl. Majapahit, No. 62 Kota Mataram, Indonesia.

*Email penulis korespondensi: annisafitrihasibuan@polinela.ac.id

ABSTRAK

Suatu negara berhasil dalam perdagangan Internasional ditunjukkan dari daya saing produk di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya saing ekspor udang vaname sebagai produk unggulan Indonesia ke pasar Amerika Serikat dan Jepang. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari *Trade Map* dengan kode HS 030617 dari tahun 2012 hingga tahun 2022. Alat analisis yang digunakan adalah metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor udang vaname Indonesia ke pasar Amerika Serikat dan Jepang memiliki daya saing, dikarenakan mutu dan kualitas yang lebih baik. Nilai efek daya saing positif karena udang Indonesia memiliki mutu yang lebih sehat dan masih relatif terbebas dari penyakit, serta faktor sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya modal, eksistensi industri pendukung dan kondisi permintaan mendukung daya saing udang vaname di Indonesia.

Kata Kunci: Daya saing, Indonesia, Udang Vaname

ABSTRACT

A country's success in international trade is demonstrated by the competitiveness of its products in the international market. This research aims to analyze the export competitiveness of vaname shrimp as Indonesia's superior product to the United States and Japan markets. The data used in this research is secondary data sourced from Trade Map with HS code 030617 from 2012 to 2022. The analytical tool used is the Revealed Comparative Advantage (RCA) method. The research results show that Indonesian vaname shrimp exports to the United States and Japan markets are competitive, due to better quality and quality. The value of the competitiveness effect is positive because Indonesian shrimp have healthier quality and are still relatively free from disease, as well as factors such as natural resources, human resources, capital resources, the existence of supporting industries and demand conditions support the competitiveness of vaname shrimp in Indonesia.

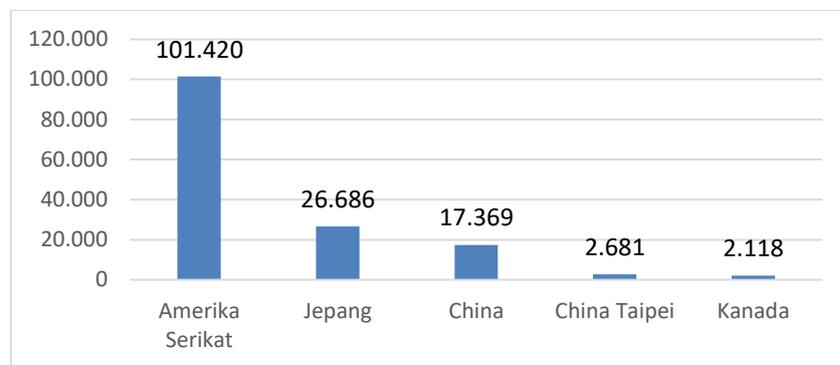
Keywords : Competitiveness, Indonesia, Vaname Shrimp

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar dengan luas perairan tiga per empat dari seluruh wilayahnya diperkirakan memiliki potensi sumber daya ikan laut lebih dari 12 juta ton per tahun (Kementerian Kelautan dan Perikanan 2020). Sebagai negara maritim, Indonesia mempunyai keunggulan komparatif (Hadi & Ermi Tety, 2012). Hasil kelautan dan perikanan Indonesia juga sudah memasuki tahapan perdagangan internasional karena selain memenuhi kebutuhan dalam negeri, hasilnya pun di ekspor ke luar negeri. Menurut data KKP, selama tahun 2015-2019 komoditas yang memberikan kontribusi terbesar terhadap ekspor sektor perikanan adalah udang. Salah satu udang yang di produksi di Indonesia adalah udang vaname. Produksi udang vaname Indonesia tercatat

sebanyak 768,8 ribu ton dengan nilai sebesar Rp 49,89 triliun pada tahun 2021. Volume produksi, udang vaname memberikan kontribusi sebesar 5% terhadap produksi perikanan budidaya nasional. Namun dari sisi nilai produksi, udang vaname mampu menyumbang 25% dari nilai budidaya nasional (KKP, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa udang vaname menjadi komoditas budidaya yang bernilai ekonomi tinggi (Fitri *et al.* 2023).

Pada tahun 2022 terdapat 5 negara terbesar yang memilih Indonesia sebagai negara pengeksport udang untuk penduduknya, yakni Amerika Serikat, Jepang, China, Taipei dan Kanada yang mampu menyerap lebih dari 90 persen ekspor udang Indonesia. Gambar 1 menunjukkan bahwa volume ekspor udang vaname Indonesia sudah berhasil memiliki perdagangan internasional yang baik dalam dengan kelima negara tujuan. Peranan Indonesia dalam memenuhi kebutuhan impor udang terbesar terjadi di negara Amerika Serikat dengan kontribusi sebanyak 101.420 ton udang. Sedangkan untuk negara Kanada hanya sebanyak 2.118 ton namun jumlah ini masih lebih banyak dibandingkan dengan negara-negara pengeksport udang dari negara lain.



Gambar 1. Data Ekspor Udang Indonesia

Sumber: Trade Map (2023)

Aristiyani *et al* (2017) menyatakan udang vaname di ekspor berupa produk bahan mentah yaitu udang beku, udang tak beku, dan udang olahan. Pembudidayaan udang vaname di Indonesia menerapkan teknologi intensif Fitri *et al* (2023), sehingga memiliki produktivitas udang vaname tinggi, responsif terhadap pakan, lebih tahan terhadap penyakit dan memiliki pangsa pasar yang cukup luas serta dapat dijual dalam ukuran (size) kecil maupun sedang untuk diekspor, dan sangat diminati di pasar Amerika Serikat (Aristiyani *et al* 2017). Ekspor udang vaname Indonesia berpotensi menyumbang devisa negara. Indonesia merupakan negara pengeksport komoditas udang vaname tiga besar di Amerika Serikat dan Jepang. Penelitian Yaman dan Wahyudi (2017) menyatakan Indonesia memiliki daya saing yang tidak kalah dengan negara pengeksport komoditas udang vaname yang lain. Permasalahan penurunan ekspor udang vaname di berbagai negara disebabkan oleh penyakit terdapat pada udang. Dengan demikian Indonesia seharusnya dapat memproduksi udang vaname lebih untuk memenuhi permintaan pasar udang vaname di Amerika Serikat, karena kualitas udang vaname Indonesia lebih baik.

Suatu negara berhasil dalam perdagangan Internasional ditunjukkan dari daya saing produk di pasar internasional (Fitri *et al* 2020). Daya saing merupakan suatu konsep umum yang digunakan di dalam ekonomi, yang merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar. Di era pasar bebas perlu terciptanya perdagangan internasional yang tidak ada hambatan. Hal tersebut menciptakan perdagangan udang vaname di dunia semakin luas dan bervariasi. Pesaing-pesaing terbesar Indonesia di pasar Amerika

Serikat dan Jepang yaitu Thailand, Vietnam, India, China dan Ekuador mendorong industri udang Indonesia untuk meningkatkan produksi dan kualitas udang agar mampu bersaing di pasar Amerika Serikat maupun pasar Jepang. Komoditas udang vaname merupakan komoditas strategis dalam perdagangan internasional, sehingga perlu adanya penanganan yang tepat dalam peningkatan daya saing ekspor udang vaname agar dapat bersaing di pasar Amerika Serikat dan Jepang. Selain pentingnya menciptakan daya saing udang vaname, penting juga untuk mengantisipasi potensi masalah penolakan dari negata tujuan ekspor udang vaname Indonesia, sehingga dapat meningkatkan volume ekspor Indonesia. Diharapkan melalui penelitian ini dapat mendorong kebijakan pemerintah yang berorientasi pada peningkatan daya saing udang vaname Indonesia, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan volume ekspor Indonesia. Ekspor merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan negara dan mampu menstimulasi peningkatan perekonomian Indonesia (Muharami & Novianti, 2018). Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing ekspor komoditas udang vaname Indonesia di pasar Amerika Serikat dan Jepang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data perdagangan ekspor udang vaname dengan kode pos tarif HS 030617 dari Indonesia ke Amerika Serikat dan Jepang. Pemilihan Amerika Serikat dan Jepang sebagai negara tujuan ekspor udang vaname Indonesia didasarkan pada pertimbangan bahwa Amerika Serikat dan Jepang merupakan salah satu negara tujuan utama ekspor udang vaname Indonesia. Data ekspor udang vaname seluruhnya didapatkan dari website trade statistics for international business development (<https://www.trademap.org/Index.aspx>) dan United Nation Commodity Trade (<http://comtrade.un.org/>) dengan periode waktu selama 11 tahun dari tahun 2012 hingga 2022.

Alat analisis yang dipakai untuk mengukur tingkat daya saing ekspor udang vaname Indonesia ke pasar Amerika Serikat dan Jepang menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) (Balassa, 1965). Metode ini memiliki kelemahan, karena bersifat statis dan menggunakan asumsi bahwa setiap negara mengekspor semua komoditas atau kelompok komoditas yang diperdagangkan (Saptanto, 2011). Meskipun demikian, metode RCA masih banyak digunakan terutama dalam menilai tingkat daya saing ekspor suatu komoditas (Lindung dan Jamil, 2018). Hal ini dikarenakan nilai indeks RCA yang dihasilkan cukup dapat menggambarkan keunggulan komparatif komoditas suatu negara.

Pada dasarnya Teknik RCA mengukur kinerja ekspor suatu komoditi yang digunakan untuk membandingkan pangsa suatu komoditas yang diperdagangkan dengan total ekspor pada suatu wilayah (Tumengkol, Wim, & Ch, 2015). Perhitungan RCA dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (Balassa, 1965).

$$\text{Indeks RCA}_{ik} = \frac{X_{ik}/X_i}{W_k/W_t}$$

Dimana:

RCA : Indeks daya saing/RCA (*Revealed Comparative Advantage*) Index

X_{ij} : Nilai ekspor udang vaname dari negara i ke negara j

X_{it} : Nilai ekspor total dari negara i ke negara j

W_k : Nilai ekspor udang vaname dari dunia ke negara j

W_t : Nilai ekspor total dari dunia ke negara j

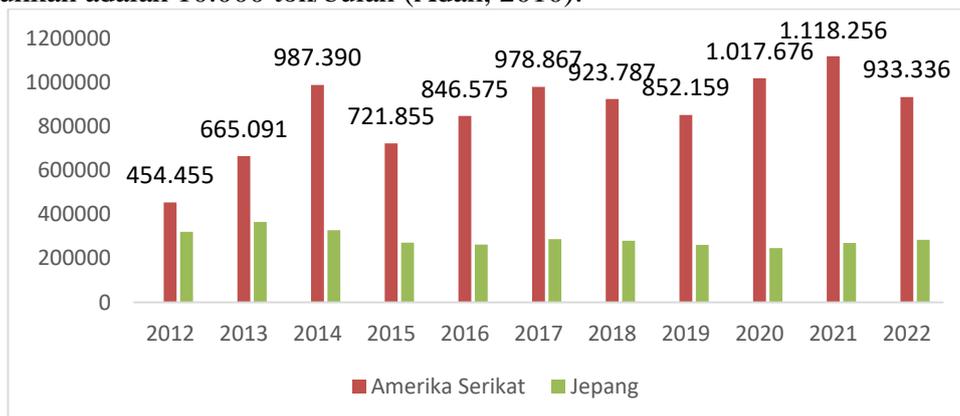
Nilai indeks RCA didasarkan pada indikator yaitu jika nilai indeks RCA > 1 , maka dapat disimpulkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif terhadap suatu komoditas. Sebaliknya, jika nilai indeks RCA < 1 , maka tidak terdapat keunggulan komparatif terhadap suatu komoditas. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai RCA maka semakin tinggi suatu komoditas memiliki daya saing secara komparatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor adalah salah satu kegiatan utama dalam pasar bebas. Segala kegiatan ekspor memiliki strategi memperoleh *maksimum profit*, pelanggan, kualitas produk yang baik dan mampu untuk bersaing di pasar internasional. Perdagangan udang vaname internasional diliputi persaingan antar negara-negara eksportir utama dan importir utama. Persaingan antar eksportir udang terus berlangsung terutama sesama negara di Asia yaitu Thailand, Vietnam, Indonesia, China dan India yang diuntungkan dengan keunggulan geografis negaranya masing-masing (Aristiyani *et al* 2017).

Indonesia memiliki posisi yang cukup strategis pada komoditas udang vaname dan diharapkan komoditas udang vaname menjadi salah satu penggerak kebangkitan ekonomi melalui peningkatan produksi yang akan meningkatkan ekspor udang vaname. Ekspor udang vaname dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perolehan devisa negara. Strategi optimalisasi ekspor udang vaname dinilai tepat mengingat harganya cukup tinggi di pasar dunia dan adanya permintaan pasar dunia yang terus meningkat, karena adanya trend di masyarakat dunia tentang peralihan pilihan konsumsi *red meat to white meat*.

Udang vaname Indonesia memiliki peluang yang cukup baik di pasar ekspor karena udang vaname Indonesia bisa diproduksi dalam ukuran besar. Selain pasar ekspor, pasar domestik juga merupakan pasar yang menjanjikan bagi udang vaname. Penduduk Indonesia saat ini dengan populasi lebih dari 200 juta jiwa merupakan pasar yang potensial. Jika sekitar 10% saja dari jumlah tersebut mengonsumsi udang, dimana setiap orang mengonsumsi sekitar 0,5 kg per bulan, maka jumlah udang yang dibutuhkan adalah 10.000 ton/bulan (Adah, 2010).



Gambar 2. Keragaan ekspor udang vaname Indonesia ke pasar Amerika Serikat dan Jepang (Kwintal)

Sumber: : Trade Map (2023)

Berdasarkan Gambar 2 Volume ekspor udang Indonesia sejak tahun 2012 hingga 2022 mengalami fluktuasi atau cenderung mengalami penurunan ke negara Amerika Serikat dan Jepang. Penurunan volume ekspor udang Indonesia sangat erat kaitannya dengan penurunan produksi dan kualitas udang vaname Indonesia sehingga berpengaruh terhadap harga udang di pasaran dunia (Aristiyani *et al* 2017). Harga udang vaname

internasional dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kuantitas dan kualitas persediaan serta kondisi perekonomian. Selain itu, harga udang vaname internasional tergantung dari produksi negara-negara produsen utama udang seperti Thailand, Vietnam, Indonesia, China dan India. Kelima negara tersebut merupakan pemasok terbesar udang vaname di pasar internasional. Perkembangan harga udang dunia cenderung membaik, namun hal tersebut perlu diwaspadai, karena kondisi harga udang dunia menentukan pengembangan udang Indonesia. Penetapan harga udang tingkat dunia berdasarkan bursa Mexico (Aristiyani *et al* 2017).

Fluktuasi nilai ekspor Indonesia dapat digambarkan lebih lanjut melalui ukuran daya saing yang dianalisis melalui RCA. Pendekatan RCA diestimasi berdasarkan kinerja ekspor lokal terhadap total komoditas udang vaname ke Amerika Serikat dan Jepang dan dibandingkan dengan kinerja ekspor vaname terhadap total ekspor seluruh dunia. Nilai RCA lebih besar dari 1 menunjukkan negara memiliki keunggulan komparatif yang kuat pada komoditas ekspor.

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis RCA dari Indonesia dalam mengekspor udang vaname ke pasar Amerika Serikat dan Jepang selama kurun waktu 11 tahun terakhir (2012-2022). Rata-rata nilai RCA Indonesia dari kegiatan ekspor udang vaname ke Amerika Serikat sebesar 24,11. Nilai RCA Indonesia dari kegiatan ekspor ke Negara Jepang sebesar 6,85. Hal ini menunjukkan bahwa udang vaname Indonesia memiliki tingkat keunggulan komparatif di Negara Amerika Serikat dan Negara Jepang.

Tabel 1. Nilai RCA komoditas udang vaname Indonesia dengan negara tujuan Amerika Serikat dan Jepang

Tahun	Nilai RCA Indonesia Ke Negara Amerika Serikat	Nilai RCA Indonesia Ke Negara Jepang
2012	21,49	4,94
2013	23,78	5,77
2014	26,69	6,30
2015	24,11	6,67
2016	25,79	6,36
2017	25,51	6,48
2018	26,93	7,15
2019	25,39	8,18
2020	26,93	8,67
2021	19,97	7,98
2022	18,63	6,89
Rata-rata	24,11	6,85

Sumber : Data Sekunder diolah Trade Map (2023)

Udang vaname Indonesia di negara tujuan ekspor Amerika Serikat dan Jepang memiliki daya saing yang baik, hal ini menunjukkan bahwa ekspor udang Indonesia memiliki daya saing yang cukup tinggi karena memiliki mutu dan kualitas produk yang lebih baik. Nilai efek daya saing cenderung positif karena udang Indonesia memiliki produk yang lebih sehat dan masih relatif terbebas dari penyakit (Yaman & Wahyudi, 2017). Komoditas udang Indonesia memiliki daya saing yang tinggi atau di atas rata-rata dunia. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor, seperti faktor sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya modal, eksistensi industri pendukung dan kondisi permintaan, sehingga mendukung daya saing udang Indonesia untuk berkembang. Faktor lain yang tak kalah penting adalah adanya dukungan pemerintah melalui upayanya dalam menghindarkan komoditas udang vaname Indonesia dari

serangan penyakit EMS (*Early Mortality Syndrome*) sehingga udang Indonesia mampu memenuhi permintaan dunia khususnya pasar Amerika Serikat dan Jepang.

KESIMPULAN

Nilai *Revealed Comparative Advantage (RCA)* untuk komoditas udang vaname Indonesia ke pasar Amerika Serikat sebesar 24,11 dan Nilai RCA Indonesia ekspor ke Negara Jepang sebesar 6,85. Hal ini menunjukkan bahwa udang vaname Indonesia memiliki daya saing di Negara Amerika Serikat dan Negara Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2020). *Laporan Tahunan KKP*.
- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2022). *Produksi Perikanan*. Jakarta.
- Adah, W. S. A. (2010). *Analisis Daya Saing Komoditas Udang Vannamei Di Desa Gelagah Kabupaten Lamongan*. (2086), 21–31.
- Aristiyani, R., Arifin, B., & Kalsum, U. (2017). Analisis Daya Saing Udang Indonesia di Pasar Internasional. Universitas Lampung.
- Balassa. (1965). No Title. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 2(33).
- Fitri, A., Jamil, A. S., & Noer, I. (2020). *Daya Saing Ekspor Lobster Indonesia Ke Pasar Jepang*. Jakarta (ID): Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Fitri, A., Saty, F. M., & Luhur, E. S. (2023). Kinerja Pendapatan Petambak Usaha Udang Vaname Di Lampung Selatan. *MIMBAR AGRIBISNIS : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 1256–1262.
- Fitri, A., Saty, F. M., Luhur, E. S., & Rachman, M. E. (2023). Analisis Biaya Transaksi Usaha Budidaya Udang Vaname Di Kecamatan Ketapang, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 3383–3393.
- Hadi, S., & Ermi Tety, dan. (2012). Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia Dan Malaysia Di Pasar Internasional. *Pekbis Jurnal*, 4(3), 180–191.
- Lindung, L., & Jamil, A. S. (2018). Posisi Daya Saing Dan Tingkat Konsentrasi Pasar Ekspor Karet Alam Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal AGRISEP : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.119-128>
- Map), T. statistics for international business development (Trade. (2022). *Trade statistics for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.*
- Muharami, G., & Novianti, T. (2018). Analisis Kinerja Ekspor Komoditas Karet Indonesia Ke Amerika Latin. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(1), 15–26. <https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.1.1-12>
- Saptanto. (2011). Daya Saing Ekspor Produk Perikanan Indonesia Di Lingkup Asean Dan Asean-China. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 6(1), 51. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v6i1.5754>
- Tumengkol, W. L., Wim, S., & Ch, D. (2015). Kinerja dan Daya Saing Ekspor Hasil Perikanan Laut Kota Bitung. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 1–16.
- Yaman, R., & Wahyudi, S. T. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Komoditas Udang Indonesia Di Amerika Serikat Dan Jepang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).