

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dijuluki sebagai negara maritim, yaitu negara kepulauan dengan perairan yang mencakup tiga perempat dari wilayahnya. Perairan Indonesia mencakup wilayah sebesar 6,32 juta km² dan tambahan zona ekonomi eksklusif seluas 2,93 juta km². Garis pantainya pun membentang sepanjang 99.093 km (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2018). Kondisi tersebut membuat Indonesia menjadi negara yang berlimpah akan hasil kelautannya, dengan potensi pengembangan produksi yang signifikan. Diperkirakan potensi stok hasil laut Indonesia mencapai 12 juta ton setiap tahunnya (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2018). Potensi ini memberikan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan atau memperluas ekspor hasil perikanan sebagai alternatif penggerak ekonomi yang dapat membantu mengurangi ketergantungan pada ekspor minyak dan gas.

Industri kelautan dan perikanan memiliki potensi yang signifikan dan berperan penting untuk mendorong perekonomian nasional. Karena perikanan adalah salah satu sumber devisa utama Indonesia, kelangsungan operasi di bidang perikanan merupakan salah satu tiang dalam pengelolaan sumber daya. Pertumbuhan ekonomi berdampak signifikan terhadap kesejahteraan. Sektor perikanan pada awal tahun 2025 (kuartal I) tumbuh sebesar 2,25%, di mana hasil ini memberikan kontribusi sebesar 2,29% terhadap total ekonomi nasional atau Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Artinya bisnis perikanan itu sendiri sedang berkembang atau bertambah maju sebesar 2,25% dan dari seluruh total pendapatan

Indonesia porsi yang disumbangkan atau kontribusi oleh sektor perikanan sebesar 2,29% (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2025).

Secara performa internal (pertumbuhan) kondisi sektor perikanan di tahun 2025 dan 2024 sama atau stabil dengan kecepatan pada angka 2,25%. Namun kontribusi sektor perikanan ke ekonomi nasional (PDB) menurun, dari 2,54% di tahun 2024 menjadi 2,29% di awal tahun 2025 (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2025). Hal ini dapat terjadi karena PDB secara keseluruhan tumbuh lebih besar atau ada sektor lain yang berkembang jauh lebih cepat dibanding sektor perikanan. Kontribusi sektor perikanan tentu berpengaruh terhadap PDB. Apabila sektor perikanan tumbuh dengan baik, maka PDB nasional akan ikut terangkat naik. Contohnya setiap peningkatan pada produksi perikanan nilainya akan menambah angka PDB nasional dan penjualan ke luar negeri atau ekspor akan mendapatkan devisa sehingga peningkatan nilai ekspor ini otomatis akan mendorong kenaikan PDB nasional (Sari, C.D., dan Khoirudin, R. 2023).

Ekspor produk perikanan merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung perekonomian melalui perdagangan internasional. Aktivitas lintas batas ini merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi. Potensi produksi kelautan dan perikanan yang besar dapat secara signifikan mendukung pasokan Indonesia, sehingga mendorong perdagangan internasional. Perdagangan internasional merupakan perdagangan yang dilakukan suatu negara melintasi batas negara dengan negara lain, yang dilakukan oleh pemerintah internasional atau perusahaan swasta untuk tujuan transfer barang, jasa, modal, tenaga kerja, teknologi, dan branding (Syarwan, 2018).

Produk kelautan dan perikanan berkualitas tinggi terus didorong untuk meningkatkan ekspor. Udang menjadi subsektor perikanan yang mendorong pertumbuhan ekonomi kelautan negara ini. Hal ini dikarenakan potensi sumber daya yang besar, nilai jual yang tinggi, dan peluang pasar yang sangat baik. Permintaan udang di pasar internasional pada tahun 2022 tercatat senilai US\$ 31,28 miliar. Dengan adanya permintaan udang yang lebih tinggi dibandingkan komoditas perikanan lainnya, Indonesia mampu menempatkan diri sebagai eksportir udang dengan menyumbang 6,6% dari total permintaan udang dunia dengan total nilai US\$ 2,16 miliar (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2022).

Produksi udang dunia telah mencapai 5,5 juta ton pada tahun 2022, sebuah kenaikan sebesar 19,5% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ecuador menempati peringkat pertama sebagai produsen terkemuka di dunia dengan volume sebanyak 1,3 juta ton pada tahun 2022. Negara ini diikuti oleh India di tempat kedua, kemudian China, Vietnam, Indonesia, Thailand, Filipina, Malaysia, dan Bangladesh. Sementara itu, total produksi udang Indonesia tahun 2022 telah mencapai 1,19 juta ton. Angka ini merupakan gabungan dari 77,5% hasil dari akuakultur dan 22,5% dari penangkapan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2022). Udang menjadi produk unggulan makanan laut di pasar internasional seperti, Amerika Serikat, Jepang, China, dan Uni Eropa. Adapun data hasil perikanan Indonesia menurut komoditas dalam kurun waktu lima tahun terakhir, seperti pada tabel di bawah.

Tabel 1.1. Nilai Ekspor (\$ USD) Hasil Perikanan Menurut Komoditas Tahun 2020-2024

Jenis Ikan	2020	2021	2022	2023	2024
Cumi-Sotong-Gurita	509.223,24	618.934,66	737.127,12	762.709,01	874.123,49
Rajungan-Kepiting	367.519,71	613.245,48	484.227,86	445.959,23	513.352,78
Tuna-Tongkol-Cakalang	724.095,09	732.944,41	960.265,83	927.180,15	1.034.706,09
Udang	2.040.184,25	2.228.947,83	2.157.134,39	1.729.400,62	1.680.310,79

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (2025)

Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan pada Tabel 1.1. di atas, udang mendominasi total ekspor kelautan Indonesia selama tahun 2020 sampai 2024, dengan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2021 mencapai US\$ 2,22 miliar. Hal ini membuktikan bahwa udang merupakan produk utama Indonesia di pasar makanan laut internasional, dibandingkan dengan cumi-cumi, cakalang, kepiting, gurita, rajungan, dan jenis ikan lainnya (Saman *et al.*, 2021). Perbedaan nilai hasil perikanan antar komoditas khususnya udang yang mendominasi, dapat dipengaruhi oleh tingginya permintaan pasar internasional, produktivitas budidaya udang vaname, dukungan industri pengolahan, serta kebijakan pemerintah dalam pengembangan komoditas unggulan (Saptanto, S., dan Apriliani, T., 2020). Namun demikian, nilai ekspor udang cenderung berfluktuasi akibat perubahan harga global, risiko penyakit budidaya (Muliani *et al.*, 2018), serta penerapan standar mutu dan hambatan non-tarif di negara tujuan ekspor (Pratiwi, D.A dan Yulisti, M., 2017).

Udang sebagai komoditas unggulan memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap perubahan pasar global dibandingkan komoditas perikanan lainnya. Faktor eksternal yang menghambat ekspor produk udang dalam negeri antara lain berbagai persyaratan yang diberlakukan oleh pelanggan atau pembeli untuk

memastikan produk udang yang diekspor bebas dari virus dan antibiotik (Wahyudi *et al.*, 2019). Hambatan non-tarif yang diterapkan di pasar utama menyebabkan ekspor udang Indonesia berdaya saing lebih rendah dibandingkan negara pesaing lainnya (Permatasari, 2019). Ketentuan pengaturan pembeli tersebut tidak hanya didasarkan secara ilmiah tetapi sering kali menjadi strategi pembeli untuk menurunkan harga beli udang (strategi penguncian harga). Strategi pemasaran produksi udang Indonesia harus direncanakan melalui strategi pemasaran yang tidak hanya terfokus semata pada penjualan produk olahan (*selling concept*) tetapi juga harus dikembangkan untuk memenuhi kualitas produk yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang lebih adaptif dan menekankan kualitas produk sangat diperlukan agar udang Indonesia dapat bersaing di pasar global (Wahyudi *et al.*, 2019).

Negara Amerika Serikat, Jepang, China, Belanda, Malaysia, Thailand, Inggris, dan Singapura adalah negara-negara tujuan untuk Indonesia mengekspor udang dengan pangsa lebih dari 90% (Kusuma *et al.*, 2021). Negara-negara lain yang bersaing dengan udang Indonesia adalah Ecuador, India, Argentina, dan Thailand. Perikanan laut dan darat, serta budidaya tambak, bertanggung jawab atas produksi udang Indonesia (Ihsan dan Tajuddin, 2019). Udang beku, udang segar, dan udang olahan adalah tiga jenis udang yang diekspor dari Indonesia, tetapi hanya dua jenis yang memiliki nilai ekspor yang signifikan yaitu udang beku (77,38%) dan udang olahan (21,91%) (Furqon, 2021).

Seluruh produk perdagangan internasional memiliki kode untuk mengklasifikasikan dan mengidentifikasi produk yang diperdagangkan berdasarkan karakteristiknya dengan enam digit pertama yang berlaku secara global dan

beberapa negara menambahkan digit tambahan untuk klasifikasi lebih spesifik. Kode ini disebut kode Harmonized System (HS) yang dikelola oleh World Customs Organization (WCO). Kode HS yang benar memastikan produk melewati bea cukai dengan lancar dan mematuhi persyaratan peraturan. Tanpa kode HS yang akurat, pengiriman produk dapat mengalami penundaan, tarif yang salah, dan bahkan denda. Kode Harmonized System (HS) berikut yang digunakan untuk produk udang perdagangan secara global, yaitu 030617 untuk udang beku, 030636 untuk udang segar, dan 030695 untuk udang olahan.

Data UN Comtrade tahun 2025 menunjukkan Indonesia berada di peringkat ketiga eksportir udang beku dunia seperti pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Ekspor Udang Beku Beberapa Negara ke Dunia Tahun 2024

Negara Eksportir	Nilai (US\$)	Net Weight (kg)
Ecuador	6.233.921.804	1.084.072.791
India	4.312.615.581	666.397.350
Indonesia	1.080.182.156	134.989.531
Argentina	939.025.295	146.688.517
Thailand	540.628.198	56.259.814
China	382.333.338	49.910.828
Spain	366.164.523	42.459.401
Netherlands	338.298.868	40.343.481
Total	14.193.169.763	2.221.121.713

Sumber: UN Comtrade (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2, ekspor udang beku dunia pada tahun 2024 masih didominasi oleh beberapa negara utama. Ecuador menempati posisi pertama sebagai eksportir udang beku terbesar dengan nilai ekspor mencapai sekitar US\$ 6,23 miliar dan volume ekspor sebesar 1,08 miliar kg. India berada di posisi kedua dengan nilai ekspor sebesar US\$ 4,31 miliar dan volume mencapai sekitar 666,40 juta kg. Indonesia menempati peringkat ketiga dengan nilai ekspor udang beku sebesar US\$ 1,08 miliar dan volume ekspor sekitar 134,99 juta kg, yang menunjukkan peran penting Indonesia dalam perdagangan udang beku global

meskipun masih tertinggal dibandingkan Ecuador dan India. Negara lain seperti Argentina, Thailand, China, Spanyol, dan Belanda memiliki nilai dan volume ekspor yang relatif lebih kecil. Secara keseluruhan, total nilai ekspor udang beku dunia pada tahun 2024 mencapai sekitar US\$ 14,19 miliar dengan total volume ekspor sebesar 2,22 miliar kg. Data ini menunjukkan bahwa persaingan ekspor udang beku di pasar global cukup ketat dan Indonesia masih memiliki peluang untuk meningkatkan nilai maupun volume ekspornya di masa mendatang.

Sebagai satu di antara eksportir utama udang beku, Indonesia belum sepenuhnya memanfaatkan potensi yang ada, meskipun berada di posisi atas. Total impor udang oleh Uni Eropa mencapai 650 juta kilogram, dengan negara-negara seperti Ecuador (15,4%), India (8,6%), Vietnam (8%), dan Greenland (8%) sebagai pemasok utama, sedangkan Indonesia hanya memberikan 1,2%. Sementara itu, China sebelumnya merupakan produsen udang terbesar, dengan total impor mencapai sekitar 400 juta kilogram. Namun, hanya 2% dari produk Indonesia yang diekspor ke China, sehingga ada peluang besar bagi produk udang untuk meningkatkan pangsa pasar di sana (KKP, 2018).

Tabel 1. 3 Pasar Ekspor Udang Indonesia di Beberapa Negara Tahun 2022

Negara	Nilai (US\$ Miliar)	Tren (YoY)	Kontribusi
Amerika Serikat	1,42	-10,9%	66,0%
Jepang	0,39	7,0%	18,0%
China	0,12	149,2%	5,4%
Uni Eropa	0,06	6,9%	2,7%
ASEAN	0,04	41,3%	1,9%

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (2025)

Berdasarkan tabel pasar ekspor udang Indonesia tahun 2022, Amerika Serikat masih menjadi tujuan utama ekspor dengan nilai US\$ 1,42 miliar dan kontribusi sebesar 66,0% meskipun mengalami penurunan tren ekspor sebesar 10,9% secara

tahunan. Jepang menempati posisi kedua dengan nilai ekspor US\$ 0,39 miliar dan kontribusi 18,0% disertai tren pertumbuhan positif sebesar 7,0%. China mencatat nilai ekspor sebesar US\$ 0,12 miliar dengan kontribusi 5,4%, namun menunjukkan tren pertumbuhan tertinggi sebesar 149,2%, yang mengindikasikan potensi pasar yang sangat besar meskipun pangsa pasarnya masih relatif kecil. Uni Eropa dan ASEAN masing-masing memiliki kontribusi 2,7% dan 1,9% dengan nilai ekspor US\$ 0,06 miliar dan US\$ 0,04 miliar, serta tren pertumbuhan positif sebesar 6,9% dan 41,3%. Secara keseluruhan, struktur ekspor udang Indonesia masih didominasi oleh pasar Amerika Serikat, namun dinamika pertumbuhan yang tinggi di China dan ASEAN menunjukkan peluang diversifikasi pasar ekspor di masa mendatang. Oleh karena itu Indonesia memiliki peluang untuk memanfaatkan pasar ini, diharapkan pertumbuhan pasar yang kuat ini akan mendorong ekspor Indonesia ke China. Sangat penting bagi masing-masing negara untuk mempertimbangkan masalah persaingan kualitas, strategi promosi, dan masalah negosiasi.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, udang menjadi komoditas ekspor unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi sangat tinggi dan sebagian besar didukung oleh udang beku. Namun, daya saingnya di pasar internasional, khususnya China, masih menghadapi tantangan besar. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Analisis Kinerja Ekspor Udang Beku Indonesia ke China**. Secara lebih mendalam, kinerja ekspor udang beku dianalisis menggunakan tren, analisis daya saing komparatif, dan kompetitif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai pentingnya ekspor udang beku Indonesia dan besarnya potensi China, penelitian ini akan difokuskan pada aspek-aspek kunci yang telah dirangkum dalam rumusan masalah di bawah ini:

1. Bagaimana tren ekspor udang beku Indonesia ke China dalam sepuluh tahun terakhir?
2. Bagaimana daya saing ekspor udang beku Indonesia ke China?
3. Bagaimana dinamika produk ekspor udang beku Indonesia ke China dan posisinya dalam perdagangan global?
4. Bagaimana implikasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing ekspor udang beku?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komprehensif dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai kinerja ekspor udang beku Indonesia ke China. Tujuan-tujuan tersebut dirinci sebagai berikut:

1. Menganalisis tren ekspor udang beku Indonesia ke China.
2. Menganalisis daya saing ekspor udang beku Indonesia ke China dengan pendekatan RCA.
3. Menganalisis dinamika dan posisi ekspor udang beku Indonesia ke China di perdagangan global dengan menggunakan analisis EPD.
4. Memberikan rekomendasi implikasi strategi untuk memperkuat daya saing ekspor udang beku.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini dikategorikan menjadi dua bagian diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang kinerja ekspor udang di China dengan menggunakan RCA dan EPD.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Organisasi atau Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dalam pengambilan keputusan sebagai upaya mengembangkan daya saing udang beku Indonesia seperti pengambilan kebijakan sehingga komoditas udang Indonesia dapat berkembang dan memiliki daya saing tinggi,

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan mengembangkan kemampuan analisis mengenai kinerja ekspor udang beku Indonesia terutama di pasar China. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta studi kepustakaan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji ekspor udang lebih dalam.

1.5. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas dari topik utama, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi yaitu pada; pertama, komoditas yang diteliti adalah udang beku dengan kode HS 030617. Kedua, target pasar yang dikaji adalah pasar China. Ketiga, data yang dianalisis mencakup periode sepuluh tahun, mulai

tahun 2014 sampai 2023. Keempat, adapun metode analisis yang digunakan adalah metode *Revealed Comparative Advantage (RCA)* dan *Export Product Dynamic (EPD)*.