

BAB I

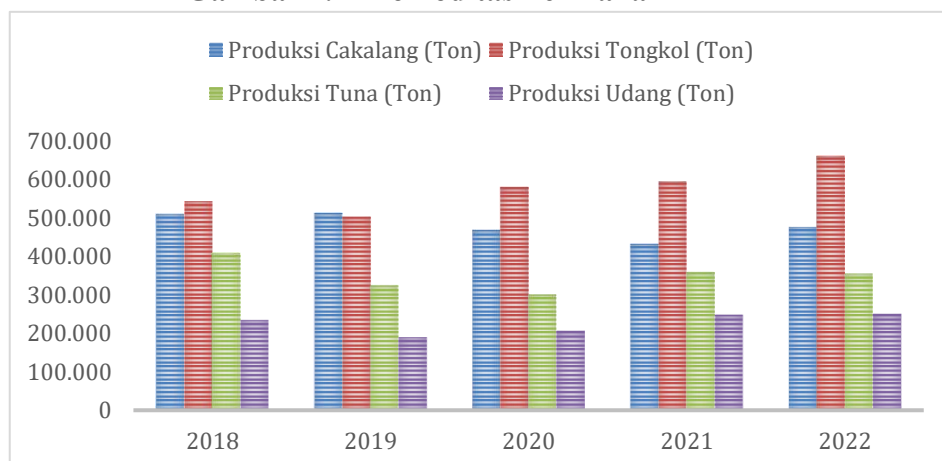
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam konteks perdagangan global komoditas perikanan, udang telah menjadi salah satu produk unggulan yang bernilai strategis, dengan nilai ekspor dunia mencapai miliaran dolar Amerika Serikat setiap tahunnya. Indonesia, sebagai negara dengan potensi sumber daya kelautan yang melimpah, telah lama memposisikan udang sebagai komoditas andalan ekspor non-migas. Pasar Jepang selama beberapa dekade menjadi tujuan utama ekspor udang Indonesia, menyumbang porsi signifikan terhadap total nilai ekspor udang nasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, dinamika persaingan global terkhusus asia tenggara mengalami perubahan drastis yang ditandai dengan munculnya pesaing-pesaing baru seperti Thailand dan Vietnam yang berhasil meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi secara signifikan (Badan Pusat Statistik, 2023). Fenomena ini diperparah dengan perubahan preferensi konsumen Jepang yang semakin menuntut standar kualitas tinggi, sertifikasi keberlanjutan, dan jaminan keamanan pangan yang ketat. Situasi ini menciptakan tekanan kompetitif yang intens di pasar Jepang, di mana Indonesia harus berjuang mempertahankan posisinya sebagai pemasok utama di tengah meningkatnya penetrasi pasar oleh negara-negara pesaing tersebut.

Permasalahan mendasar yang dihadapi ekspor udang Indonesia ke Jepang adalah adanya indikasi pelemahan daya saing relatif yang

ditunjukkan oleh data perdagangan dalam periode 2021-2024. Meskipun nilai ekspor nominal menunjukkan fluktuasi, analisis terhadap pangsa pasar (*market share*) mengungkapkan tren yang mengkhawatirkan. Data dari Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor udang Indonesia ke Jepang hanya mencapai rata-rata 3,2% per tahun dalam periode 2021-2023, sementara Vietnam mampu mencatat pertumbuhan sebesar 8,7% pada periode yang sama. Lebih memprihatinkan lagi, Laporan Kinerja Ekspor Kementerian Kelautan dan Perikanan (2023) mengungkapkan bahwa pangsa pasar Indonesia di Jepang turun dari 28,5% pada tahun 2021 menjadi 25,8% pada tahun 2023, sementara Vietnam berhasil meningkatkan pangsa pasarnya dari 22,3% menjadi 26,1%. Penurunan ini terjadi di tengah upaya pemerintah melalui berbagai program seperti Gerakan Peningkatan Produktivitas Udang (GPPU) dan pengembangan cluster budidaya modern. Faktor struktural seperti ketergantungan tinggi pada benih dan pakan impor, fragmentasi usaha budidaya skala kecil, serta tingginya biaya logistik dan produksi menjadi kendala internal utama. Di sisi eksternal, penerapan regulasi ketat seperti Japan's Positive List System dan meningkatnya permintaan konsumen Jepang terhadap produk berlabel sertifikasi keberlanjutan (MSC, ASC) menambah kompleksitas tantangan yang dihadapi.

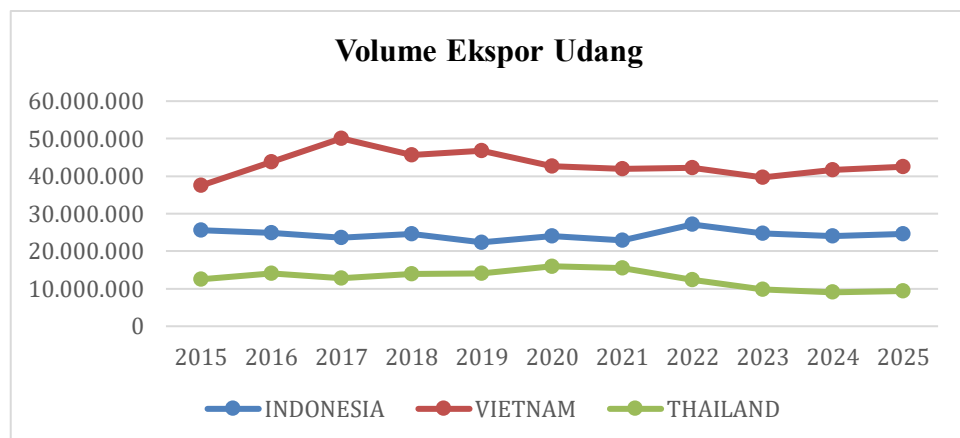
Gambar 1. 1 Komoditas Perikanan

Sumber : Badan Pusat Statistik 2022 (Data diolah)

Grafik produksi perikanan tahun 2018–2022 menunjukkan adanya pergeseran komposisi produksi pada empat komoditas, yaitu cakalang, tongkol, tuna, dan udang. Produksi cakalang cenderung menurun sejak 2018 hingga 2021 sebelum kembali meningkat pada 2022, meskipun belum menyamai capaian awal periode. Sementara itu, tongkol memperlihatkan tren kenaikan yang konsisten setiap tahun dan menjadi komoditas dengan produksi tertinggi sejak 2020. Produksi tuna mengalami penurunan cukup tajam pada 2019–2020, kemudian berangsur pulih pada 2021–2022 tanpa kembali ke level 2018. Berbeda dengan ketiga komoditas ikan tersebut, udang menunjukkan peningkatan yang relatif stabil sejak 2019 hingga 2022. Tahun 2020 tampak sebagai titik perubahan penting karena pada periode ini cakalang dan tuna mengalami penurunan signifikan, sedangkan tongkol tetap meningkat dan udang mulai menunjukkan tren kenaikan, sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terjadi pergeseran fokus produksi perikanan dari cakalang dan tuna menuju tongkol dan udang selama periode pengamatan. Urgensi penelitian ini tidak hanya terletak pada aspek ekonomi makro, tetapi juga menyangkut keberlangsungan hidup

jutaan pelaku usaha budidaya udang di Indonesia. Kehilangan daya saing di pasar Jepang akan berdampak sistemik pada seluruh rantai nilai udang nasional, mulai dari pembudidaya, pengolah, hingga tenaga kerja di sektor logistik. Studi oleh FAO (2022) memproyeksikan bahwa pasar udang global akan terus tumbuh dengan CAGR 4,8% hingga 2025, dengan permintaan khusus untuk produk bernilai tambah (value-added) dan berkelanjutan. Jepang, dengan populasi aging namun memiliki daya beli tinggi, tetap menjadi pasar premium yang strategis. Penelitian ini menjadi sangat kritis dalam konteks implementasi Peraturan Presiden Nomor 85 Tahun 2022 tentang percepatan pengembangan budidaya udang, yang menargetkan peningkatan produksi hingga 2 juta ton pada 2024. Tanpa pemahaman mendalam tentang posisi daya saing aktual dan faktor-faktor determinannya, investasi besar-beda dalam program pemerintah tersebut berisiko tidak mencapai hasil optimal. Lebih lanjut, dalam era implementasi Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) yang telah diperbarui, pemahaman komprehensif tentang daya saing menjadi dasar untuk merumuskan strategi penetrasi pasar yang lebih efektif.

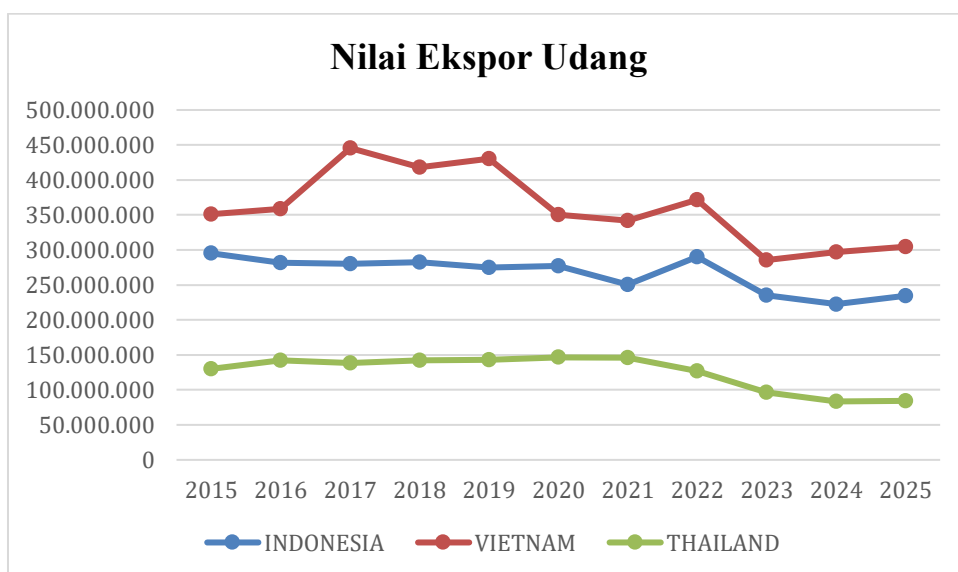
Gambar 1. 2 Perbandingan Total Ekspor Udang Ke Jepang Tahun 2015-2025



Sumber : UN COMTRADE 2025 (Data diolah)

Grafik Volume Ekspor Udang periode 2015–2025 memperlihatkan dinamika ekspor tiga negara utama, yaitu Indonesia, Vietnam, dan Thailand. Indonesia menunjukkan volume ekspor yang relatif stabil dengan fluktuasi kecil di kisaran menengah, sempat meningkat pada 2022 sebelum kembali stabil hingga 2025. Vietnam secara konsisten menjadi negara dengan volume ekspor tertinggi sepanjang periode, mencapai puncak sekitar 2017, kemudian mengalami penurunan bertahap hingga 2023 sebelum kembali naik tipis pada 2024–2025. Sementara itu, Thailand memperlihatkan tren yang cenderung menurun setelah 2020, dengan penurunan paling tajam terjadi pada 2022–2024 sebelum sedikit pulih di 2025. Secara keseluruhan, Vietnam mendominasi pasar ekspor udang, Indonesia mempertahankan stabilitas kinerja ekspor, dan Thailand menghadapi tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir.

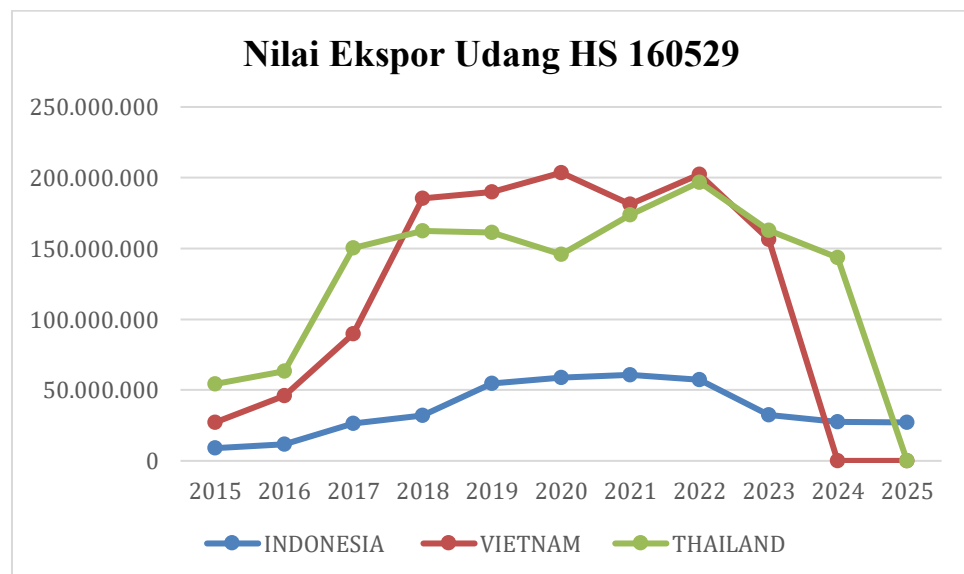
Gambar 1. 3 Perbandingan Total Nilai Ekspor Udang Tahun 2015-2025



Sumber : UN COMTRADE 2025 (Data diolah)

Grafik Nilai Ekspor Udang periode 2015–2025 menunjukkan bahwa Vietnam secara konsisten mencatat nilai ekspor tertinggi, dengan puncak sekitar 2017–2019, lalu mengalami penurunan pada 2020–2021, sempat naik di 2022, dan kembali melemah pada 2023 sebelum pulih tipis hingga 2025. Indonesia memperlihatkan tren yang relatif stabil di kisaran menengah, turun cukup nyata pada 2021, naik kembali di 2022, kemudian melemah pada 2023–2024 dan sedikit membaik di 2025. Sementara itu, Thailand menunjukkan pola yang cenderung menurun setelah 2021, dengan penurunan tajam pada 2022–2024 dan stabil di level rendah pada 2025. Secara keseluruhan, meskipun Vietnam tetap dominan dalam nilai ekspor, ketiga negara mengalami tekanan nilai ekspor pada periode 2020–2024, yang mengindikasikan adanya tantangan pasar atau harga global, sebelum terlihat tanda pemulihan ringan pada akhir periode.

Gambar 1. 4 Perbandingan Nilai Ekspor Udang HS 160529 Tahun 2015-2025



Sumber : UN COMTRADE 2025 (Data diolah)

Berdasarkan grafik nilai ekspor udang HS 160529 periode 2015–2025, terlihat bahwa Vietnam dan Thailand merupakan negara dengan nilai ekspor yang jauh lebih tinggi dibandingkan Indonesia. Indonesia menunjukkan tren peningkatan nilai ekspor dari sekitar USD 8 juta pada tahun 2015 hingga mencapai puncaknya sekitar USD 60 juta pada tahun 2021. Namun, setelah itu nilai ekspor Indonesia mengalami penurunan secara bertahap hingga berada pada kisaran USD 27 juta pada tahun 2024–2025. Meskipun mengalami pertumbuhan pada awal periode pengamatan, nilai ekspor Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara pesaing utama di kawasan ASEAN.

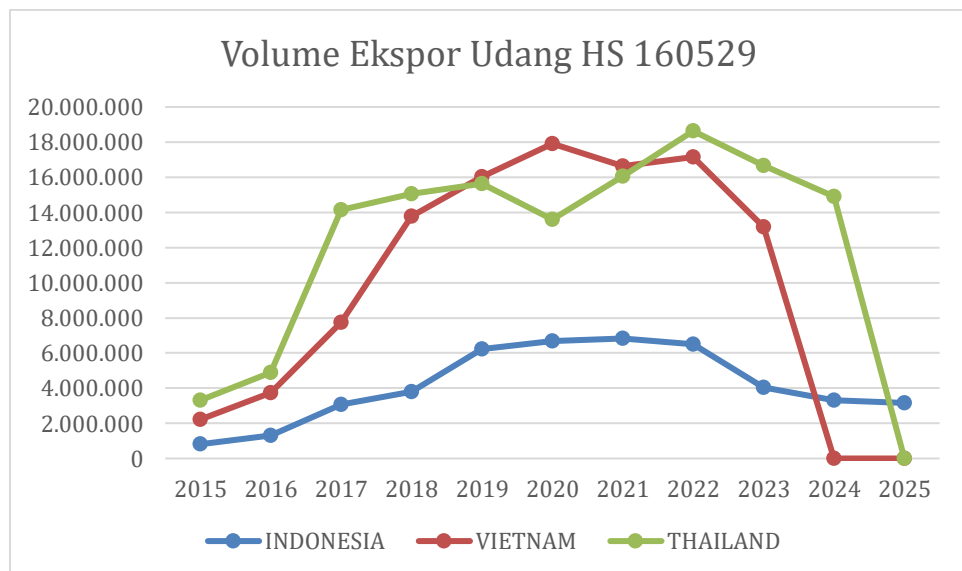
Vietnam memperlihatkan pertumbuhan ekspor yang sangat pesat selama periode penelitian. Nilai ekspornya meningkat dari sekitar USD 28 juta pada tahun 2015 menjadi lebih dari USD 200 juta pada tahun 2020 dan 2022. Selama periode 2018–2022, Vietnam menjadi negara dengan nilai ekspor tertinggi untuk komoditas udang HS 160529. Akan tetapi, pada tahun 2023 nilai ekspornya mulai menurun dan pada tahun 2024–2025 tercatat tidak ada nilai ekspor. Kondisi ini perlu ditinjau lebih lanjut karena kemungkinan dipengaruhi oleh perubahan klasifikasi kode HS atau keterbatasan ketersediaan data.

Thailand juga menunjukkan kinerja ekspor yang kuat. Nilai ekspornya meningkat dari sekitar USD 55 juta pada tahun 2015 hingga hampir mencapai USD 200 juta pada tahun 2022. Setelah mencapai puncaknya, nilai ekspor Thailand mengalami penurunan pada tahun 2023 dan 2024. Sama seperti Vietnam, pada tahun 2025 nilai ekspornya tercatat

nol sehingga diperlukan verifikasi lebih lanjut terkait kelengkapan data atau perubahan sistem klasifikasi perdagangan internasional.

Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa Vietnam dan Thailand mendominasi ekspor udang HS 160529 selama periode penelitian, sedangkan Indonesia masih berada pada posisi yang lebih rendah meskipun mengalami peningkatan yang cukup signifikan hingga tahun 2021. Periode 2020–2022 menjadi masa ketika ketiga negara mencapai nilai ekspor yang relatif tinggi, sementara penurunan yang terjadi setelahnya mengindikasikan adanya perubahan kondisi pasar maupun faktor administratif dalam pencatatan data perdagangan internasional.

Gambar 1. 5 Perbandingan Volume Ekspor Udang HS 160529 Tahun 2015-2025



Sumber : UN COMTRADE 2025 (Data diolah)

Berdasarkan grafik Volume Ekspor Udang HS 160529 periode 2015–2025, terlihat bahwa Indonesia, Vietnam, dan Thailand sama-sama mengalami fluktuasi volume ekspor, namun dengan tingkat yang berbeda.

Secara umum, Thailand dan Vietnam mendominasi volume ekspor sepanjang periode pengamatan, sedangkan Indonesia memiliki volume ekspor yang relatif lebih rendah.

Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang cukup konsisten dari sekitar 0,8 juta kg pada tahun 2015 menjadi sekitar 6,9 juta kg pada tahun 2021. Peningkatan ini mengindikasikan adanya pertumbuhan kapasitas produksi dan ekspor udang olahan Indonesia. Namun, setelah mencapai puncaknya pada tahun 2021, volume ekspor Indonesia mulai mengalami penurunan hingga berada pada kisaran 3,1 juta kg pada tahun 2025. Meskipun mengalami penurunan, volume ekspor Indonesia masih relatif stabil dibandingkan Vietnam dan Thailand pada akhir periode pengamatan.

Vietnam mengalami pertumbuhan volume ekspor yang sangat pesat selama periode 2015–2020. Volume ekspornya meningkat dari sekitar 2,2 juta kg pada tahun 2015 menjadi sekitar 18 juta kg pada tahun 2020, yang merupakan nilai tertinggi selama periode tersebut. Setelah itu, volume ekspor Vietnam mengalami sedikit penurunan pada tahun 2021, meningkat kembali pada tahun 2022, kemudian menurun cukup tajam pada tahun 2023. Pada tahun 2024 dan 2025 volume ekspor tercatat nol. Kondisi ini perlu dikaji lebih lanjut karena kemungkinan dipengaruhi oleh perubahan klasifikasi HS, perubahan metode pencatatan perdagangan, atau data yang belum lengkap, mengingat Vietnam merupakan salah satu eksportir udang terbesar di dunia.

Thailand juga menunjukkan kinerja ekspor yang sangat kuat. Volume ekspor meningkat signifikan dari sekitar 3,3 juta kg pada tahun

2015 menjadi 14,2 juta kg pada tahun 2017. Setelah mengalami fluktuasi pada periode berikutnya, Thailand mencapai volume ekspor tertinggi pada tahun 2022 sebesar sekitar 18,8 juta kg. Setelah itu terjadi penurunan bertahap hingga tahun 2024. Sama seperti Vietnam, volume ekspor Thailand tercatat nol pada tahun 2025 sehingga diperlukan verifikasi lebih lanjut terhadap ketersediaan dan konsistensi data.

Jika dibandingkan antarnegara, Thailand menjadi negara dengan volume ekspor terbesar pada sebagian besar periode penelitian, khususnya setelah tahun 2021. Vietnam mendominasi pada periode 2019–2020, sedangkan Indonesia selalu berada pada posisi terendah. Kesenjangan volume ekspor antara Indonesia dengan Vietnam dan Thailand menunjukkan bahwa kemampuan Indonesia dalam menembus pasar internasional untuk produk udang HS 160529 masih relatif lebih rendah dibandingkan kedua negara pesaing tersebut.

Selain itu, pola pergerakan volume ekspor pada grafik menunjukkan kecenderungan yang sejalan dengan grafik nilai ekspor. Ketika volume ekspor meningkat, nilai ekspor juga cenderung meningkat, dan sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan nilai ekspor lebih banyak dipengaruhi oleh perubahan jumlah ekspor daripada perubahan harga. Dengan demikian, volume ekspor menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kinerja ekspor udang HS 160529 di ketiga negara tersebut.

Tingkat ketergantungan impor udang Jepang mencapai 85% pada tahun 2023, dengan produksi domestik hanya memenuhi 15% dari total konsumsi (MAFF, 2023). Sementara itu, pasar ready-to-eat seafood tumbuh

6,5% pada periode 2023–2024, di mana produk udang olahan HS 160529 merupakan komponen terbesarnya (JETRO, 2024). Survei MAFF (2023) juga mengonfirmasi bahwa 72% rumah tangga Jepang telah membeli udang olahan dalam sebulan terakhir, menunjukkan pergeseran preferensi ke produk praktis. Namun, pasar ini juga menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi mengingat standar keamanan pangan yang sangat ketat, preferensi konsumen yang kompleks dalam hal rasa, kemasan, dan keberlanjutan, serta persaingan ketat dengan negara seperti Vietnam dan Thailand yang telah mapan. Di sisi lain, momentum perubahan pola konsumsi global pasca pandemi seperti meningkatnya tren *ready-to-eat* dan *home cooking*, serta populasi lansia Jepang yang terus bertambah menjadi pendorong kuat bagi permintaan produk udang olahan yang praktis, sehat, dan bernilai tambah tinggi.

Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis untuk mengisi gap literatur mengenai ekspor udang olahan bernilai tambah tinggi, tetapi juga strategis secara nasional untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar Jepang, serta personal bagi pengembangan kompetensi peneliti dalam analisis perdagangan internasional dan strategi hilirisasi industri perikanan.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dapat diteliti adalah :

1. Bagaimana perbandingan daya saing ekspor udang HS 160529 Indonesia di Pasar Jepang dengan negara kompetitor yaitu Thailand dan Vietnam?

2. Berapa nilai efisiensi ekspor udang HS 160529 Indonesia ke Pasar Jepang?
3. Apakah GDP Indonesia, nilai tukar rupiah, dan populasi Importir berpengaruh terhadap nilai ekspor udang HS 160529?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana perbandingan daya saing udang HS 160529 Indonesia dengan negara kompetitor yaitu Thailand dan Vietnam di pasar Jepang.
2. Mengetahui nilai efisiensi ekspor udang HS 160529 Ke Pasar Jepang.
3. Mengetahui pengaruh GDP Indonesia, nilai tukar rupiah, dan populasi Importir terhadap nilai ekspor udang HS 160529 Indonesia.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti membatasi ruang lingkup dalam penelitian demi kesesuaian hasil yang diinginkan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu menganalisis daya saing ekspor udang dengan kode 160529 antara negara Indonesia dengan negara kompetitor yaitu Thailand dan Vietnam dengan kurun waktu tahun 2015 hingga 2025 dengan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan disempurnakan dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA).

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap pengembangan ilmu ekonomi perdagangan internasional, khususnya melalui aplikasi dan uji validitas metode *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) dalam konteks persaingan tripolar di sektor komoditas primer. Penelitian ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan analisis kuantitatif RCA/RSCA dengan kerangka Diamond Porter untuk mengidentifikasi determinan daya saing di industri akuakultur tropis, sekaligus menyediakan landasan empiris bagi pengembangan teori keunggulan kompetitif dinamis yang menekankan adaptasi terhadap standar pasar dan regulasi yang terus berkembang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini bersifat aplikatif bagi pemangku kepentingan, di mana pemerintah dapat menggunakan analisis komparatif RCA dan RSCA yang mengukur posisi Indonesia relatif terhadap Thailand dan Vietnam sebagai basis data untuk merumuskan kebijakan yang tepat sasaran seperti insentif untuk memperkuat rantai dingin dan adopsi teknologi serta mengevaluasi program nasional seperti GPPU. Sementara itu, pelaku usaha dan asosiasi memperoleh competitive intelligence mengenai keunggulan Vietnam dalam produksi massal dan Thailand dalam produk olahan, yang dapat mendorong pembentukan klaster usaha untuk mencapai skala

ekonomi, standarisasi kualitas, dan pengembangan strategi pemasaran diferensiasi yang menonjolkan keunikan "Udang Indonesia" sebagai produk berkelanjutan, sekaligus menjadi panduan dalam negosiasi bisnis dengan mitra Jepang.

3. Manfaat Substantif

Manfaat substantif penelitian ini meluas pada peningkatan kesejahteraan pembudidaya skala kecil melalui stabilitas harga di pasar Jepang, penguatan ketahanan ekonomi nasional via peningkatan devisa, dan peningkatan reputasi "*Brand Indonesia*" secara global. Temuan ini juga menjadi bahan pertimbangan vital untuk diplomasi ekonomi bilateral dengan Jepang dan advokasi di forum regional guna mengurangi hambatan perdagangan non-tarif.