

DINAMIKA DAYA SAING EKSPOR UDANG BEKU DAN OLAHAN INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Samsul Mashari¹, Rita Nurmalina², dan Suharno³

¹Mahasiswa Program Magister Sains Agribisnis, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor

^{2,3} Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

e-mail: ¹ samsulmashary1@gmail.com

(Diterima 7 Mei 2019/Disetujui 20 Mei 2019)

ABSTRACT

During the past eleven years, shrimp is the leading commodity of Indonesian fishery exports, especially the types of frozen and preserved shrimp that have a considerable export value. However, Indonesian exports value growth of both shrimp products are lower than its competitors. The purpose of this study is to analyze the level of competitiveness and the exports dynamics position of frozen and preserved shrimp in Indonesia among competing countries in the international market. The method used is Revealed Comparative Advantage (RCA) and Dynamic Revealed Comparative Advantage (DRCA). The method is used to analyze changes in the competition level for 11 years (2007-2017), which is divided into 2 periods namely 2007-2012 and 2012-2017. The results showed that both frozen shrimp and preserved shrimp had a competitiveness in the international market. The competitiveness of Indonesian preserved shrimp tends to increase among 9 main competitors in two periods. In the first period, the competitiveness of Indonesian preserved shrimp was in the falling star position while in the second period reached the best position, namely rising star. On the other hand, the competitiveness of Indonesian frozen shrimp position in the first period was in the lost opportunity and reached the rising star position in the second period. Indonesia needs to increase exports of frozen and preserved shrimp products by ensuring the availability of raw materials and improving quality in exporting frozen shrimp and preserved shrimp.

Keywords: Competitiveness, DRCA, frozen shrimp, preserved shrimp, RCA

ABSTRAK

Selama sebelas tahun terakhir, udang merupakan komoditas utama ekspor perikanan Indonesia, terutama produk udang beku dan olahan yang memiliki nilai ekspor yang cukup besar. Akan tetapi, pertumbuhan nilai ekspor Indonesia untuk kedua produk udang tersebut lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat daya saing dan posisi dinamika ekspor udang beku dan olahan Indonesia di antara negara-negara pesaing di pasar internasional. Metode yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (DRCA). Metode ini digunakan untuk menganalisis perubahan tingkat daya saing selama 11 tahun (2007-2017), yang dibagi menjadi 2 periode yaitu 2007-2012 dan 2012-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik udang beku maupun udang olahan Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional. Daya saing udang olahan Indonesia cenderung meningkat di antara 9 pesaing utama dalam dua periode. Pada periode pertama berada di posisi *falling star* sementara pada periode kedua mencapai posisi terbaik yakni *rising star*. Di sisi lain, daya saing udang beku Indonesia pada periode pertama berada di posisi *lost opportunity* dan mencapai posisi *rising star* pada periode kedua. Indonesia perlu meningkatkan ekspor produk udang beku dan olahan dengan memastikan ketersediaan bahan baku dan meningkatkan kualitas dalam mengekspor udang beku dan udang olahan.

Kata kunci: Daya saing, DRCA, udang beku, udang olahan, RCA

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas primadona perikanan yang memiliki permintaan cukup tinggi adalah udang. Udang tercatat berada

pada peringkat pertama ekspor perikanan Indonesia dengan sumbangan volume ekspor sebesar 14,13 persen dan nilai ekspor sebesar 42 persen terhadap neraca perdagangan

perikanan Indonesia (KKP, 2015). Udang ekspor Indonesia secara umum terdiri atas tiga jenis yaitu udang segar, beku, dan olahan. Namun, hanya udang beku dan olahan yang memiliki nilai ekspor cukup besar masing-masing 77,38 persen dan 21,91 persen (UN Comtrade, 2018).

Sebagai salah satu negara penghasil udang utama di dunia, Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan ekspor udang ke pasar internasional seiring meningkatnya konsumsi udang dunia. OECD (2017) memprediksi bahwa konsumsi udang dunia akan meningkat pada tahun 2025 dari tahun 2015 sebesar 6,7 persen (Eropa), 7,2 persen (Asia Pasifik), dan 3,0 persen (Amerika Utara).

Pasar tujuan ekspor utama udang beku dan olahan dunia adalah Amerika Serikat sebesar 33 persen pada tahun 2017 dengan nilai ekspor mencapai US\$ 6,7 milyar. Pasar udang beku dan olahan dunia terbesar kedua adalah Uni Eropa sebesar 22 persen dengan nilai ekspor US\$ 4,9 milyar disusul oleh Jepang sebesar 12 persen dengan nilai ekspor US\$ 2,5 milyar (World Bank, 2019).

Pada tahun 2008, Indonesia merupakan negara terbesar ke-3 pengeksportir udang beku dunia setelah Vietnam dan Thailand. Namun, pertumbuhan ekspor Indonesia cenderung lebih rendah dibandingkan dengan India dan Ekuador sehingga pada tahun 2016, Indonesia menjadi peringkat ke-4 setelah India, Ecuador, dan Vietnam dengan pangsa ekspor sebesar 7,73 persen.

Untuk udang olahan, Indonesia merupakan eksportir terbesar ke-empat dunia dengan pangsa 6,8 persen yang artinya lebih besar dari Belanda (6,4 persen), Denmark (5,8 persen), dan India (4,3 persen). Akan tetapi, sejak tahun 2009 Indonesia masih terus berada dibawah China (17,5 persen), Thailand (17,2 persen), dan Vietnam (20,4 persen) yang memiliki pangsa ekspor jauh lebih tinggi dibandingkan pangsa ekspor udang olahan Indonesia.

Mulyadi (2005) mengungkapkan bahwa kinerja ekspor udang Indonesia masih berada di bawah negara pesaingnya akibat dari tingginya biaya produksi udang di Indonesia.

Wati *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa daya saing udang Thailand masih lebih tinggi dibandingkan dengan udang Indonesia. Sementara itu, Cina mampu menggeser posisi Indonesia sebagai pengeksportir udang beku dunia. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing udang Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara lainnya.

Di sisi lain, persaingan pasar global yang semakin kompetitif baik dari kualitas maupun kuantitas produk menjadi ancaman bagi perdagangan Indonesia di pasar internasional (Ciffolilli dan Muscio, 2018). Oleh karena itu, dibutuhkan usaha yang lebih komprehensif dan terintegrasi untuk meningkatkan pangsa pasar udang Indonesia. Produk udang Indonesia harus memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional. Negara yang mempunyai daya saing tinggi akan memiliki kemampuan untuk bertahan bahkan menguasai pasar udang dunia. Laursen (2015) menyatakan bahwa persaingan negara di pasar global semakin ketat dikarenakan beberapa negara memproduksi produk yang sama dengan kualitas yang lebih baik.

Kondisi perdagangan bebas menjadikan pasar internasional dikuasai oleh negara yang memiliki daya saing (Peneder dan Streicher 2018) sehingga dibutuhkan usaha yang lebih komprehensif dan terintegrasi untuk meningkatkan pangsa pasar udang Indonesia. Evaluasi dinamika daya saing ekspor udang beku dan olahan di pasar global menggunakan *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (Güneş dan Tan, 2017).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui daya saing suatu produk di beberapa negara antara lain Ozcelik dan Erlat (2013) yang melakukan analisis posisi pasar dan daya saing produk negara Turki di Uni Eropa. Metode yang digunakan dalam analisis daya saing adalah RCA dan RCA dinamis. Produk kendaraan bermotor, bahan bangunan tanah liat, jaket perempuan, kain rajutan, sanitasi, pipa dan pemanas, buah, serta aksesoris pakaian merupakan produk yang memiliki nilai RCA atau daya saing yang tertinggi ($RCA > 1$).

Juarno (2012) melakukan penelitian tentang daya saing dan strategi peningkatan ekspor udang Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Dalam studi ini dijelaskan bahwa pengembangan udang Indonesia dihadapkan pada permasalahan rendahnya produktivitas, belum optimalnya pemenuhan persyaratan mutu dan keamanan, tingginya persaingan sesama produsen akibat kemajuan teknologi serta kendala hambatan non-tarif. Hasil analisis menggunakan RCA menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan komparatif mengekspor tiga jenis udang ke pasar Jepang, AS, dan UE. Namun indeks RCA Indonesia lebih rendah dibandingkan Thailand. Sementara itu, hasil perhitungan menggunakan model CMSA menunjukkan ekspor Indonesia masih tertumpu pada spesifik produk (udang beku) dan spesifik pasar (Jepang dan AS).

Lestari *et al.* (2013) menggunakan RCA dan *Competitive Profile Matrix* (CPM) dalam menganalisis daya saing tuna olahan Indonesia di pasar internasional. Penelitian tersebut menghasilkan tuna olahan Indonesia memiliki daya saing lebih tinggi daripada tuna beku, namun lebih rendah bila dibandingkan dengan tuna segar.

Suryana *et al.* (2015) melakukan analisis daya saing perdagangan biji kakao dan kakao olahan Indonesia di pasar internasional serta hubungan daya saing antar negara eksportir kakao, Metode yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA), dan Korelasi Rank Spearman. Hasil analisis menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif sebagai eksportir biji kakao dan kakao olahan di pasar internasional. Indonesia memiliki korelasi yang signifikan dengan Ghana untuk pasar biji kakao. Untuk kakao pasta, Indonesia memiliki korelasi dengan Belanda dan Malaysia.

Ashari *et al.* (2015) menganalisis daya saing udang segar dan beku Indonesia dengan RSCA. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa daya saing udang segar Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan udang

beku. Namun demikian, daya saing udang segar Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan Thailand. Di sisi lain, udang beku Indonesia memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan dengan China, Thailand, dan Vietnam. Hal tersebut dikarenakan ekspor Indonesia lebih bertumpu pada spesifik produk udang beku.

Ardiyanti dan Saputri (2018) menganalisis dampak kebijakan non-tarif terhadap ekspor udang dan olahannya dari Indonesia. Volume ekspor udang dan olahan ke negara mitra yang menerapkan TBT 30,2 persen lebih rendah dibandingkan dengan negara yang tidak menerapkan TBT, sementara ekspor ke negara yang menerapkan SPS 21,3 persen lebih rendah dibandingkan dengan negara yang tidak menerapkan SPS. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum mampu untuk memenuhi standar dan persyaratan impor yang diterapkan di negara tujuan ekspor.

Rosiana *et al.* (2018) menganalisis daya saing kopi robusta Indonesia dibandingkan dua negara pesaing utama yaitu India dan Vietnam menggunakan DRCA dan rank korelasi spearman. Hasil analisis menunjukkan daya saing kopi Indonesia cenderung meningkat dibandingkan dua pesaing utama peng-ekspor kopi Robusta dunia, seperti Vietnam dan India. Namun, daya saing kopi Indonesia masih setengah kali di bawah Vietnam. Persaingan kopi Indonesia dengan Vietnam dan India tidak berkorelasi signifikan karena perbedaan pasar negara tujuan ekspor.

Hasni (2018) menganalisis daya saing ekspor produk olahan Indonesia ke timur tengah menggunakan DRCA. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi daya saing produk makanan olahan dengan kategori *Lagging Opportunity* dan *Lost Opportunity* berpotensi untuk ditingkatkan ekspornya ke Timur Tengah.

Sementara itu, belum terdapat banyak penelitian yang menganalisis daya saing produk udang olahan Indonesia dibandingkan negara pesaing utama yang nilai ekspornya di atas Indonesia maupun negara pesaing yang nilai ekspornya di bawah Indonesia.

Kebanyakan penelitian menganalisis daya saing suatu produk dibandingkan dengan beberapa negara pesaing utama saja. Sementara itu, beberapa negara pesaing dengan nilai ekspor dibawah Indonesia penting untuk dianalisis karena tidak menutup kemungkinan negara-negara pesaing ini menjadi ancaman bagi daya saing Indonesia. Di samping itu, belum banyak juga penelitian yang menganalisis produk udang olahan, padahal terdapat potensi besar adanya peningkatan porsi ekspor terus menerus dibandingkan produk udang segar maupun udang beku. Sehingga dalam penelitian ini dilakukan analisis daya saing terhadap dua produk udang dengan jumlah ekspor terbesar yaitu udang beku dan udang olahan Indonesia dibandingkan dengan sembilan negara pesaing.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika daya saing ekspor udang beku dan olahan Indonesia dibandingkan 9 negara pesaing lain di pasar internasional, dimana produk udang beku dan olahan berdasarkan HS 6 digit dilihat posisi daya saingnya di pasar internasional menggunakan metode *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (DRCA). Dari hasil analisis kemudian dapat dilihat bagaimana posisi daya saing ekspor produk udang beku dan olahan Indonesia terhadap negara-negara pesaing di pasar internasional.

METODE

Data yang dianalisis berupa nilai ekspor udang beku (HS 030613) dan udang olahan (HS 160520) 10 negara eksportir utama udang beku dan olahan dunia dari tahun 2007 sampai 2017. Negara yang menjadi objek penelitian dipilih berdasarkan rata-rata nilai ekspor tertinggi selama 11 tahun terakhir.

Adapun negara eksportir utama udang beku dunia yaitu India, Vietnam, Ecuador, Thailand, Indonesia, Argentina, Bangladesh, Denmark, Mexico, dan Belgia. Sementara negara eksportir utama udang olahan dunia meliputi Thailand, China, Vietnam, Denmark,

Indonesia, India, Belanda, Greenland, Iceland, dan Canada.

Metode analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (DRCA).

ANALISIS REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE (RCA)

Keunggulan komparatif suatu negara di pasar internasional yang direfleksikan dari nilai ekspornya dapat diukur menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA) atau indeks Balassa (Startienė dan Remeikienė, 2014). Dalam analisis ini akan dihitung RCA dari beberapa negara eksportir utama udang beku dan olahan dunia sehingga keunggulan komparatifnya dapat dibandingkan. Secara matematis RCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_i/W_t} \dots\dots\dots (1)$$

dimana:

- X_{ij} : nilai ekspor komoditas i dari negara j
- X_{it} : nilai ekspor total semua komoditas negara j
- W_i : nilai ekspor komoditas i dari dunia
- W_t : nilai ekspor total semua komoditas dunia

Nilai RCA > 1, menunjukkan bahwa pangsa komoditas i dalam ekspor total negara j lebih besar dari pangsa rata-rata komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia). Artinya negara j memiliki keunggulan komparatif (berdaya saing kuat). Nilai RCA < 1, menunjukkan bahwa pangsa komoditas i dalam ekspor total negara j lebih kecil dari pangsa rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia). Artinya negara j tidak memiliki keunggulan komparatif (berdaya saing lemah).

ANALISIS DYNAMIC REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE (DRCA)

Analisis *Revealed Comparative Advantage* diperkenalkan kali pertama oleh Balassa tahun 1965 digunakan untuk mengatasi konsep keunggulan komparatif dalam perspektif sta-

tis dan tidak cukup untuk menjelaskan perubahan keunggulan komparatif seiring perubahan waktu. Maka dari itu, Edwards dan Schoer (2002) mengembangkan sebuah indeks untuk menganalisis perubahan keunggulan komparatif seiring perubahan waktu. Indeks tersebut kemudian dinamakan *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (DRCA). Indeks DRCA dikembangkan dengan mensintesis pertumbuhan dalam RCA ke dalam komponennya. Formalnya, dengan mengambil log pada RCA konvensional kemudian dengan penjumlahan differensiasi, pertumbuhan dalam indeks RCA disintesis sebagai berikut:

$$DRCA = \frac{\Delta RCA_j}{RCA_j} = \frac{\Delta \left(\frac{X_{ij}}{\sum_j X_{ij}} \right)}{\frac{X_{ij}}{\sum_j X_{ij}}} - \frac{\Delta \left(\frac{X_{wj}}{\sum_j X_{wj}} \right)}{\frac{X_{wj}}{\sum_j X_{wj}}} \dots \dots \dots (2)$$

dimana:

RCA_j : keunggulan komparatif komoditas j suatu negara

DRCA : daya saing dinamis

X_{ij} : total ekspor komoditas j dari negara i (US\$)

X_{wj} : total ekspor komoditas j dari semua negara (dunia) (US\$)

∑_j X_{ij} : total ekspor semua komoditas dari negara i (US\$)

∑_j X_{wj} : total ekspor semua komoditas dari semua negara (dunia) (US\$)

Dalam persamaan 2, sisi kanan menggambarkan pertumbuhan pangsa pasar komoditas j dalam total perdagangan negara i; sedangkan sisi kanannya lagi menggambarkan pertumbuhan pangsa pasar komoditas j dalam total perdagangan dunia w. Beberapa keuntungan menggunakan DRCA menurut

Ozcelik dan Erlat (2013) adalah: (i) mampu mendeskripsikan RCA seiring waktu, dan (ii) dapat menentukan kedudukan produk pada negara-negara tujuan ekspor seperti indikator sebagai berikut (Tabel 1).

Dalam *Dynamic Revealed Comparative Advantage* (DRCA), ekspor suatu produk dalam posisi pasar yang dinamis dikategorikan kedalam enam kelompok sebagai berikut:

1. *Rising star*

Jika pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor negara lebih besar dari pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor dunia.

2. *Falling stars*

Jika pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor negara meningkat sementara pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor dunia menurun.

3. *Lagging retreat*

Jika penurunan pangsa komoditi j pada ekspor negara lebih besar dari penurunan pangsa komoditi j pada ekspor dunia.

4. *Leading retreat*

Jika penurunan pangsa komoditi j pada ekspor negara lebih kecil dari penurunan pangsa komoditi j pada ekspor dunia.

5. *Lagging opportunity*

Jika pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor negara lebih kecil dari pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor dunia.

6. *Lost opportunity*

Jika pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor negara menurun sementara pertumbuhan pangsa komoditi j pada ekspor dunia meningkat.

Tabel 1. Dinamika Posisi Pasar Ekspor

| RCA | Pertumbuhan Pangsa komoditi j pada ekspor negara ^{a)} | | Pertumbuhan Pangsa komoditi j pada ekspor dunia ^{a)} | Posisi Pasar Ekspor ^{a)} | Evaluasi Ekspor ^{b)} |
|-------|--|---|---|-----------------------------------|---------------------------------|
| Naik | ↑ | > | ↑ | <i>Rising stars</i> | <i>Successful restructuring</i> |
| | ↑ | > | ↓ | <i>Falling stars</i> | <i>Poor restructuring</i> |
| | ↓ | > | ↓ | <i>Lagging retreat</i> | |
| Turun | ↓ | > | ↑ | <i>Lost opportunity</i> | <i>Poor restructuring</i> |
| | ↓ | < | ↓ | <i>Leading retreat</i> | <i>Successful restructuring</i> |
| | ↑ | < | ↑ | <i>Lagging opportunity</i> | |

Sumber: ^{a)} Edwards dan Schoer, 2002; ^{b)} Ozcelik dan Erlat, 2013

Posisi yang paling menguntungkan bagi suatu negara yaitu *rising star* sedangkan posisi yang paling merugikan yaitu *lost opportunity*. Berdasarkan perspektif dinamis, Ozcelik dan Erlat (2013), mengatakan bahwa keberhasilan restrukturisasi ekspor tercermin pada pergeseran eksor dari pasar yang stagnan (*leading retreat*) memasuki pasar yang dinamis (*rising star*).

Perlu dicatat bahwa Edwards dan Schoer (2002) mengevaluasi perubahan dalam RCA dengan membandingkan nilai-nilai antara tahun awal dan tahun terakhir. Dalam studi ini, indeks RCA dinamis juga dihitung untuk dua periode seperti yang dilakukan oleh Güneş dan Tan (2017), yaitu 2007-2012 dan 2012-2017, dimana periode pertama mencerminkan dampak krisis Eropa dan Amerika mempengaruhi kinerja ekspor dan perdagangan global dan periode kedua mencakup pemulihan pasca-krisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

ANALISIS DAYA SAING (RCA) UDANG BEKU INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Kinerja ekspor udang beku Indonesia di pasar internasional dapat dilihat dari keunggulan komparatifnya dengan metode RCA. RCA mengukur pangsa pasar ekspor suatu negara dalam kelompok sektor industri yang sama dengan negara eksportir lainnya. Dalam analisis ini, nilai RCA udang beku Indonesia akan dibandingkan dengan negara pengeksportir lain di dunia.

Berdasarkan Tabel 2, Indonesia sebagai salah satu produsen dan pengeksportir udang beku, memiliki keunggulan komparatif terbesar ke-enam di dunia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai RCA rata-rata Indonesia selama 11 tahun (2007-2017) sebesar 7,83. Di pasar internasional, Indonesia merupakan eksportir udang beku terbesar ke-empat dengan kontribusi 7,8 persen dari total nilai perdagangan udang beku dunia dengan nilai sebesar US\$ 1,29 milyar tahun 2016 dan meningkat 0,9 persen menjadi US\$ 1,42 milyar tahun 2017.

Trend daya saing udang beku Indonesia di dunia cenderung menurun dalam kurun waktu 2007-2017. Menurut Juarno (2012), penurunan daya saing udang Indonesia berkaitan erat dengan menurunnya produksi udang nasional dikarenakan adanya wabah penyakit yang disebabkan oleh virus jenis

Infectious Myo Necrosis Virus (IMNV), *Taura Syndrom Virus (TSV)*, dan *White Spot Syndrome Virus (WSSV)*. Indonesia memiliki daya saing ekspor udang beku tertinggi yakni pada tahun 2007 dengan nilai RCA sebesar 9,58. Tingginya daya saing ini dikarenakan pada tahun 2007, ekspor udang beku Indonesia adalah yang tertinggi selama kurun waktu 2007-2017 dengan nilai ekspor mencapai US\$ 1,56 milyar.

Nilai ekspor udang beku Indonesia di pasar internasional masih lebih besar dibandingkan dengan Mexico, Denmark, Belgia, dan Bangladesh. Namun demikian, nilai ekspor udang beku Indonesia di pasar dunia selalu lebih rendah dibandingkan dengan India, Ekuador, dan Vietnam. Meskipun

Tabel 2. Hasil Estimasi Daya Saing (RCA) Negara Eksportir Udang Beku di Dunia Tahun 2007-2017

| Tahun | Ekuador | Banglades | Vietnam | Argentina | India | Indonesia | Thailand | Denmark | Meksiko | Belgia |
|-----------|---------|-----------|---------|-----------|-------|-----------|----------|---------|---------|--------|
| 2007 | 59,67 | 63,38 | 38,98 | 7,20 | 7,87 | 9,58 | 9,75 | 4,07 | 1,87 | 1,09 |
| 2008 | 58,53 | 45,38 | 32,13 | 8,43 | 6,09 | 9,30 | 11,06 | 4,72 | 1,83 | 1,22 |
| 2009 | 56,90 | 23,86 | 26,63 | 6,88 | 4,98 | 7,09 | 10,43 | 3,32 | 1,87 | 0,88 |
| 2010 | 61,03 | 28,30 | 26,95 | 8,72 | 5,72 | 6,31 | 10,68 | 3,32 | 0,92 | 0,91 |
| 2011 | 68,76 | 26,41 | 22,84 | 8,14 | 6,90 | 6,43 | 9,53 | 3,03 | 1,15 | 1,03 |
| 2012 | 73,71 | 14,18 | 18,26 | 8,22 | 8,13 | 7,04 | 8,61 | 3,77 | 0,56 | 0,86 |
| 2013 | 85,58 | 21,34 | 18,08 | 9,69 | 9,21 | 7,98 | 4,86 | 3,68 | 0,94 | 0,73 |
| 2014 | 95,30 | 13,44 | 16,20 | 10,85 | 11,32 | 8,71 | 3,68 | 3,09 | 0,79 | 0,70 |
| 2015 | 124,49 | 12,06 | 10,75 | 13,48 | 11,70 | 8,13 | 3,08 | 3,26 | 0,93 | 0,63 |
| 2016 | 138,75 | 10,27 | 9,35 | 15,69 | 12,04 | 8,04 | 4,00 | 3,03 | 0,79 | 0,58 |
| 2017 | 142,83 | 9,39 | 9,91 | 18,48 | 14,13 | 7,58 | 3,57 | 3,13 | 1,02 | 0,72 |
| Rata-rata | 87,78 | 24,36 | 20,92 | 10,53 | 8,92 | 7,83 | 7,20 | 3,49 | 1,15 | 0,85 |

posisi nilai ekspor Bangladesh dan Argentina di pasar dunia masih dibawah Indonesia, namun produk udang beku kedua negara ini memiliki daya saing yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan proporsi nilai ekspor udang beku terhadap total nilai ekspor seluruh komoditas di kedua negara tersebut cukup besar. Artinya, udang beku menjadi komoditas unggulan di negara tersebut.

Ekuador merupakan negara yang memiliki daya saing ekspor udang beku terbesar di dunia dengan nilai RCA rata-rata sebesar 87,78. Ekuador tercatat sebagai negara eksportir udang beku terbesar ke-dua di dunia yang mensuplai 16,8% dari total nilai perdagangan udang beku dunia dengan nilai US\$ 3,02 milyar pada tahun 2017. Dalam kurun waktu 2007-2017, trend pertumbuhan nilai ekspor udang beku Ekuador cukup tinggi mencapai 19 persen pertahun.

Bangladesh terhitung sebagai eksportir udang beku terbesar ke-7 di dunia. Namun demikian, negara ini memiliki daya saing ekspor udang beku terbesar ke-dua di dunia dengan nilai RCA rata-rata sebesar 24,36. Nilai RCA tertinggi disumbangkan pada tahun 2007 sebesar 63,38 sedangkan nilai RCA terendah sebesar 9,39 disumbangkan pada tahun 2017. Bangladesh menyumbang 2,6 persen dari total perdagangan udang beku dunia dengan nilai US\$ 471 juta pada tahun 2017. Tingginya nilai RCA Bangladesh dikarenakan proporsi nilai ekspor udang beku terhadap total nilai ekspor seluruh komoditas negara ini mencapai 2,4 persen dalam kurun waktu 2008-2011. Bahkan di tahun 2009, proporsinya mencapai 4,5 persen.

Di sisi lain, sebagai eksportir udang beku terbesar di dunia, India memiliki daya saing yang lebih rendah dibandingkan dengan Bangladesh dengan nilai RCA rata-rata sebesar 8,92. Secara keseluruhan, pertumbuhan nilai ekspor udang beku India di pasar dunia cukup tinggi mencapai 21,4 persen pertahun. Pada tahun 2017, India menguasai 28,2 persen pangsa udang beku dunia dengan nilai US\$ 4,6 milyar.

Argentina memiliki daya saing udang beku di pasar internasional yang lebih tinggi

dibandingkan dengan Indonesia meskipun posisi nilai ekspor Argentina masih dibawah Indonesia. Hal ini dikarenakan proporsi nilai ekspor udang beku terhadap total nilai ekspor seluruh komoditas Argentina (0,96%) lebih besar dibandingkan dengan Indonesia (0,68%). Argentina memiliki nilai RCA rata-rata sebesar 10,53 dengan nilai RCA tertinggi 18,48 yakni pada tahun 2017 dan nilai RCA terendah 7,20 pada tahun 2007. Terlihat, daya saing udang beku Argentina selama 11 tahun cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan pertumbuhan nilai ekspor Argentina yang meningkat cukup signifikan sebesar 17% pertahun sejak 2007-2017.

Sementara itu, Thailand merupakan negara eksportir udang beku dunia dengan nilai RCA terbesar ke-enam dibawah Indonesia dengan nilai RCA rata-rata 7,20. Secara keseluruhan, pertumbuhan nilai ekspor udang beku Thailand cenderung menurun. Pada tahun 2010, Thailand merupakan eksportir udang beku terbesar dunia. Namun demikian, pertumbuhan nilai ekspor yang terus menurun menjadikan posisi Thailand sebagai eksportir udang beku terbesar ke-enam pada tahun 2017 dibawah Indonesia dan Argentina. Pada tahun 2017, Thailand menguasai 18 persen pangsa ekspor udang beku dunia, sementara pada tahun 2010 hanya menyumbang 11 persen pangsa udang beku dunia. Menurut Jittapong dan Dhananaphorn (2014), penurunan ekspor udang Thailand disebabkan oleh menurunnya jumlah produksi udang akibat serangan wabah penyakit *Early Mortality Syndrome* (EMS).

Denmark dan Meksiko memiliki daya saing ekspor udang beku yang cukup kecil dibandingkan dengan negara pesaing lainnya. Nilai RCA rata-rata Denmark sebesar 3,49 sementara Meksiko hanya 1,15. Secara keseluruhan, kedua negara ini memiliki trend daya saing yang menurun meskipun penurunannya cukup kecil. Di sisi lain, dalam kurun waktu 11 tahun, udang beku Belgia sama sekali tidak mempunyai daya saing di dunia. Hal ini dikarenakan nilai nilai RCA Belgia kurang dari satu sebesar 0,85.

DINAMIKA DAYA SAING UDANG BEKU INDONESIA DENGAN NEGARA PESAING DI PASAR INTERNASIONAL

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis DRCA Indonesia dan sembilan negara pesaing eksportir udang beku dunia yang dibagi dalam dua periode waktu, yaitu periode 2007-2012 dan 2012-2017. Nilai hasil perhitungan analisis DRCA dapat digunakan untuk menjelaskan perubahan daya saing selama 11 tahun yang dibagi menjadi 2 periode.

Berdasarkan Tabel 3, nilai DRCA udang beku Indonesia pada periode pertama (2007-2012) sebesar -0,36 menandakan bahwa daya saing udang beku Indonesia di pasar dunia mengalami penurunan.

Turunnya daya saing udang beku Indonesia dapat dikaitkan dengan meningkatnya pangsa ekspor udang olahan Hal tersebut dikarenakan industri pangan olahan yang semakin menjadi prioritas karena memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan semakin diminati di pasar internasional (KKP 2015).

Sebagian besar negara eksportir udang beku dunia pada periode ini mengalami penurunan daya saing dengan penurunan terbesar yaitu dialami oleh Banglades dan Meksiko. Di sisi lain, Argentina, Ekuador, dan India pada periode ini justru mengalami peningkatan daya saing sebagaimana nilai DRCA negara tersebut masing-masing sebesar 0,12; 0,19; dan 0,03 .

Pada periode kedua (2012-2017), nilai DRCA Indonesia mengalami peningkatan sebesar 0,06 mengindikasikan daya saing udang beku Indonesia di pasar dunia mengalami peningkatan. Negara eksportir lain yang mengalami peningkatan daya saing udang beku di pasar internasional antara lain Argentina, Ekuador, India, dan Meksiko.

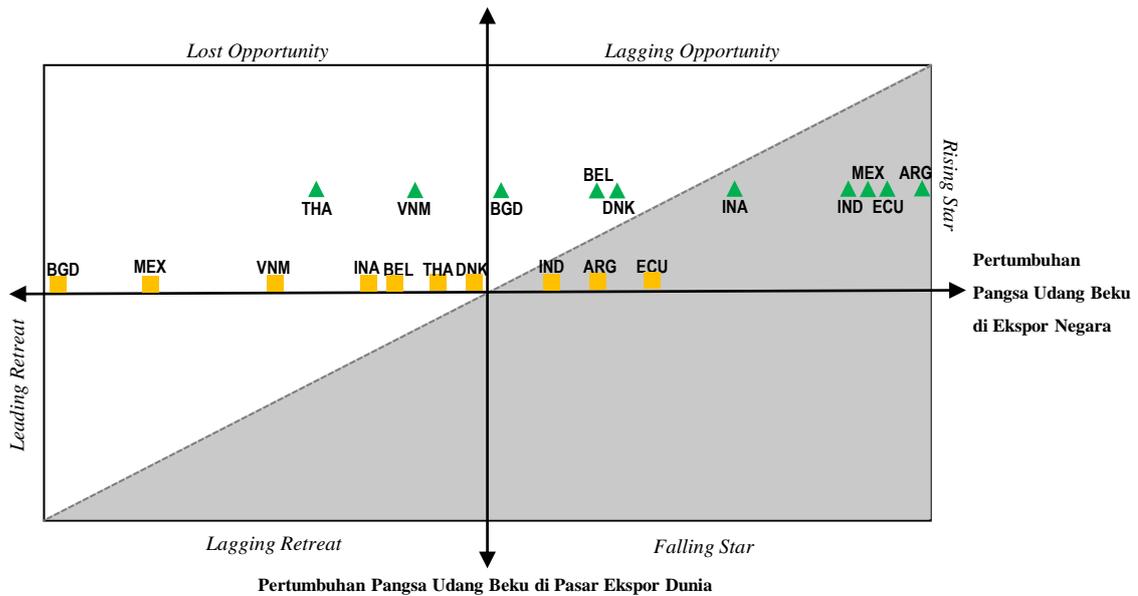
Sementara itu, negara pesaing Asia Tenggara lainnya yaitu Vietnam dan Thailand justru mengalami penurunan daya saing selama dua periode berturut-turut.

Posisi daya saing negara eksportir udang beku di pasar dunia juga dapat dilihat dari Diagram Posisi Daya Saing (Gambar 1). Pada periode 2007-2012 Indonesia sebagai salah satu negara eksportir utama udang beku dunia berada di posisi *lost opportunity*. Posisi ini menandakan bahwa ketika permintaan udang beku dunia meningkat, namun pangsa udang beku Indonesia justru mengalami penurunan. Kondisi ini mendandakan adanya kegagalan restrukturisasi ekspor.

Negara pesaing yang juga berada di posisi *lost opportunity* antara lain Banglades, Meksiko, Vietnam, Belanda, Thailand, dan Denmark. Sementara itu, India, Argentina, dan Ekuador berada di posisi *rising star*. Kondisi ini menandakan adanya keberhasilan dalam restrukturisasi ekspor. Hal ini dikarenakan peningkatan pangsa udang beku negara-negara tersebut lebih besar dibandingkan dengan peningkatan pangsa udang beku dunia.

Tabel 3. Nilai RCA Dinamis (DRCA) Negara Eksportir Utama Udang Beku Dunia Tahun 2007-2017

| Negara | Periode | |
|-----------|-----------|-----------|
| | 2007-2012 | 2012-2017 |
| Argentina | 0,12 | 0,36 |
| Banglades | -3,46 | -0,33 |
| Belgia | -0,26 | -0,13 |
| Denmark | -0,08 | -0,13 |
| Ekuador | 0,19 | 0,32 |
| India | 0,03 | 0,28 |
| Indonesia | -0,36 | 0,06 |
| Meksiko | -2,33 | 0,29 |
| Thailand | -0,13 | -0,92 |
| Vietnam | -1,13 | -0,55 |



Keterangan:
 ■ = Periode 2007 - 2012
 ▲ = Periode 2012 - 2017
 ARG = Argentina
 BGD = Banglades
 BEL = Belgia
 DNK = Denmark
 ECU = Ekuador
 ■ (shaded) = RCA meningkat
 □ (white) = RCA menurun
 IND = India
 INA = Indonesia
 MEX = Meksiko
 THA = Thailand
 VNM = Vietnam

Gambar 1. Posisi Daya Saing Indonesia dengan Negara Pesaing Utama Eksportir Udang Beku Dunia

Selanjutnya, pada periode 2012-2017, Indonesia berada di posisi *rising star*. Posisi ini menandakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan posisi pada periode sebelumnya. Posisi ini juga menunjukkan bahwa ekspor udang beku Indonesia mengalami restrukturisasi ekspor yang berhasil. Hal ini dikarenakan pertumbuhan pangsa ekspor udang beku Indonesia lebih besar dibandingkan dengan permintaan udang beku dunia. Posisi *rising star* pada periode 2012-2017 ini juga dialami oleh India, Ekuador, Meksiko, dan Argentina.

Di sisi lain, Bangladesh, Belgia, dan Denmark berada di posisi *lagging opportunity*. Hal ini dikarenakan pertumbuhan pangsa udang beku negara tersebut lebih kecil dibandingkan dengan pertumbuhan pangsa udang beku dunia. Kondisi tersebut masih lebih baik dibandingkan dengan Thailand dan Vietnam yang selama dua periode berturut-turut tetap berada di posisi *lost opportunity*. Kondisi ini menandakan kegagalan restrukturisasi ekspor di kedua negara tersebut. Hal

ini dikarenakan ketika permintaan udang beku dunia meningkat, ekspor dari negara tersebut justru menurun.

ANALISIS DAYA SAING (RCA) UDANG OLAHAN INDONESIA DI PASAR DUNIA

Berdasarkan hasil perhitungan RCA pada Tabel 4, Indonesia merupakan negara dengan tingkat daya saing ekspor udang olahan terbesar ke-lima di dunia. Nilai RCA rata-rata Indonesia selama 11 tahun terakhir sebesar 6,02 dengan nilai RCA tertinggi yaitu pada tahun 2014 sebesar 8,70. Tingginya daya saing ini dikarenakan nilai ekspor udang olahan Indonesia ke dunia adalah yang paling besar yaitu US\$ 459.122. Sementara itu, nilai RCA terendah Indonesia terjadi pada tahun 2007 sebesar 3,98. Pada tahun ini, nilai ekspor udang olahan Indonesia merupakan yang paling rendah dalam waktu 11 tahun sebesar US\$ 139.417. Menurut Lubis (2009), rendahnya nilai ekspor udang olahan Indonesia dikarenakan utilitas pengolahan udang belum

dimanfaatkan dengan optimal atau sekitar 40-50 persen dari kapasitas terpasang. Tercatat, dengan kapasitas penyimpanan yang mencapai 64.000 ton, kapasitas pengolahan baru mencapai 6.400 ton/hari.

Negara dengan tingkat daya saing terbesar dalam mengekspor udang olahan ke dunia yaitu Islandia. Meskipun negara ini tidak termasuk kedalam 5 besar eksportir utama udang olahan dunia, namun nilai RCA rata-rata negara ini selama 11 tahun terakhir cukup tinggi sebesar 46,94. Nilai RCA tertinggi disumbangkan pada tahun 2015 sebesar 74,03. Pada tahun 2008 dan 2009, ekspor udang olahan Islandia tidak memiliki daya saing sebagaimana nilai RCA kurang dari satu. Islandia berkontribusi sebesar 1,9 persen dari total perdagangan udang olahan dunia dengan nilai US\$ 98 juta. Tingginya nilai RCA Islandia dikarenakan proporsi nilai ekspor udang olahan terhadap nilai seluruh komoditas yang diekspor negara ini cukup besar mencapai 2 persen dalam kurun waktu 2010-2014. Bahkan pada tahun 2016, proporsinya mencapai 2,2 persen.

Di sisi lain, Thailand sebagai eksportir udang olahan terbesar ke-dua dunia, memiliki nilai RCA rata-rata selama 11 tahun sebesar 20,82. Daya saing tertinggi udang olahan Thailand yaitu sebesar 27,82 terjadi pada tahun 2009. Secara keseluruhan, trend daya saing udang olahan Thailand cenderung menurun dalam kurun waktu 2007-2017. Hal ini dikarenakan nilai ekspor udang olahan Thailand yang mengalami penurunan cukup signifikan sebesar 52 persen dari tahun 2011

dengan nilai ekspor US\$ 1,62 juta menjadi US\$ 926 ribu pada tahun 2016. Pada tahun 2011, pangsa pasar udang olahan Thailand di dunia sebesar 21,39 persen sementara pada tahun 2016 sebesar 12,22 persen.

Negara dengan tingkat daya saing berikutnya adalah Vietnam dengan nilai RCA rata-rata sebesar 20,78. Nilai RCA tertinggi yaitu pada tahun 2014 sebesar 29,77 sementara nilai RCA terendah yaitu sebesar 10,91 pada tahun 2007. Trend RCA negara ini selama 11 tahun terakhir cenderung meningkat. Hal ini dikarenakan nilai ekspor udang olahan Thailand tumbuh cukup signifikan mencapai 755 persen dari tahun 2007 sebesar US\$ 162,713 menjadi US\$ 1,4 juta pada tahun 2017. Tingginya pertumbuhan nilai ekspor Thailand dikaitkan dengan tingginya produktivitas udang sebagai implikasi adanya kebijakan perubahan sistem budidaya yang bersifat intensif (Juarno, 2012).

Sementara itu, Denmark tercatat memiliki nilai RCA rata-rata udang olahan di pasar internasional sebesar 10,25 dengan nilai RCA tertinggi sebesar 10,63 yang terjadi pada tahun 2007 dan 2008. Nilai RCA terendah sebesar 9,03 yang terjadi pada tahun 2011. Secara keseluruhan, daya saing udang olahan Denmark cenderung tidak mengalami perubahan yang signifikan.

Cina tercatat sebagai eksportir udang olahan terbesar ke-tiga di dunia setelah Vietnam dan Thailand. Daya saing ekspor udang olahan Cina berada di urutan ke-enam. Nilai RCA rata-rata Cina sebesar 1,84 dengan nilai RCA tertinggi yaitu pada tahun 2007

Tabel 4. Hasil Estimasi Daya Saing (RCA) Negara Eksportir Udang Olahan di Dunia Tahun 2007-2017

| Tahun | Islandia | Thailand | Vietnam | Denmark | Indonesia | Cina | Belanda | India | Kanada | Jerman |
|-----------|----------|----------|---------|---------|-----------|------|---------|-------|--------|--------|
| 2007 | 63,22 | 23,86 | 10,91 | 10,63 | 3,98 | 2,86 | 1,62 | 2,90 | 1,14 | 0,10 |
| 2008 | 0,00 | 24,85 | 15,04 | 10,63 | 5,69 | 2,79 | 1,57 | 2,55 | 0,70 | 0,11 |
| 2009 | 0,11 | 27,82 | 17,69 | 10,00 | 6,43 | 1,63 | 1,76 | 1,51 | 0,55 | 0,12 |
| 2010 | 63,30 | 25,13 | 23,43 | 9,78 | 4,87 | 1,70 | 1,78 | 1,40 | 0,59 | 0,11 |
| 2011 | 57,14 | 26,60 | 23,17 | 9,03 | 4,43 | 1,75 | 1,75 | 0,30 | 0,74 | 0,13 |
| 2012 | 59,07 | 24,66 | 19,90 | 10,45 | 4,74 | 1,89 | 0,95 | 0,42 | 0,55 | 0,13 |
| 2013 | 47,80 | 19,75 | 26,13 | 10,19 | 6,75 | 1,93 | 1,09 | 0,23 | 0,58 | 0,17 |
| 2014 | 57,86 | 16,07 | 29,77 | 10,53 | 8,70 | 1,49 | 1,02 | 0,25 | 0,66 | 0,16 |
| 2015 | 74,03 | 14,63 | 22,56 | 11,85 | 7,61 | 1,12 | 2,09 | 1,30 | 0,68 | 0,18 |
| 2016 | 52,38 | 12,56 | 19,89 | 9,24 | 7,10 | 1,25 | 2,16 | 2,49 | 0,47 | 0,13 |
| 2017 | 41,47 | 13,05 | 20,06 | 10,44 | 5,92 | 1,80 | 3,08 | 3,50 | 0,37 | 0,25 |
| Rata-rata | 46,94 | 20,82 | 20,78 | 10,25 | 6,02 | 1,84 | 1,72 | 1,53 | 0,64 | 0,14 |

sebesar 2,86 sementara nilai terendah sebesar 1,12 pada tahun 2012. Rendahnya tingkat daya saing ekspor udang olahan Cina dikarenakan proporsi nilai ekspor komoditas udang olahan terhadap total nilai ekspor seluruh komoditas dari Cina ke dunia cukup kecil mencapai 0,0003.

Dalam kurun waktu 2007-2017, Belanda memiliki nilai RCA rata-rata sebesar 1,72 menjadikan Belanda sebagai negara eksportir udang olahan dengan daya saing terbesar ketujuh di dunia. Di pasar internasional, selain sebagai eksportir udang olahan, Belanda juga merupakan negara importir baik udang olahan maupun udang beku. Pada tahun 2017, proposi nilai ekspor udang olahan Belanda ke dunia sebesar 9,7 persen sementara proposi nilai impor udang olahan Belanda dari dunia sebesar 6 persen. Sementara itu, negara eksportir udang olahan dengan daya saing terbesar ketujuh yaitu India. Nilai RCA rata-rata negara ini sebesar 1,53 dengan nilai daya saing tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 3,50. Pada tahun 2012-2014, India tidak memiliki daya saing udang olahan di pasar dunia sebagaimana nilai RCA yang kurang dari satu.

Di sisi lain, dalam kurun waktu 2007-2017, ekspor udang olahan Kanada dan Jerman di pasar dunia tercatat tidak memiliki daya saing. Hal ini ditunjukkan oleh nilai RCA rata-rata negara tersebut kurang dari satu masing-masing 0,64 dan 0,14.

DINAMIKA DAYA SAING UDANG OLAHAN INDONESIA DENGAN NEGARA PESAING DI PASAR INTERNASIONAL

Berdasarkan Tabel 5, Nilai DRCA udang olahan Indonesia sebesar 0,17 pada periode pertama (2007-2012) yang menandakan pangsa ekspor udang olahan Indonesia mengalami peningkatan di pasar dunia. Terdapat pula negara yang mengalami kenaikan nilai DRCA antara lain Thailand, Jerman. Di sisi lain, terdapat beberapa negara yang mengalami penurunan nilai DRCA pada periode ini seperti Cina, India, Belanda, Denmark, dan Kanada. Tercatat, penurunan daya saing terbesar dialami oleh India.

Kemudian pada periode 2012-2017, nilai DRCA Indonesia sebesar 0,18 dimana masih menunjukkan adanya peningkatan pangsa ekspor udang olahan Indonesia di dunia. Negara pesaing lain yang mengalami kenaikan nilai DRCA yaitu Vietnam, India, Belanda, dan Jerman. Dengan kata lain, daya saing udang olahan negara-negara tersebut pada periode 2012-2017 mengalami peningkatan di pasar dunia.

Di sisi lain, negara pesaing Asia lainnya yaitu Thailand dan Cina mengalami penurunan pada periode ini. Negara eksportir udang olahan lain yang mengalami penurunan daya saing sebagaimana nilai DRCA yang menurun pada periode 2012-2017 adalah Denmark, Islandia, dan Kanada.

Tabel 5. Nilai RCA Dinamis (DRCA) Negara Eksportir Utama Udang Olahan Dunia Tahun 2007-2017

| Negara | Periode | |
|-----------|-----------|-----------|
| | 2007-2012 | 2012-2017 |
| Thailand | 0,03 | -0,79 |
| Vietnam | 0,48 | 0,01 |
| Cina | -0,55 | -0,04 |
| Indonesia | 0,17 | 0,18 |
| India | -6,24 | 0,78 |
| Belanda | -0,76 | 0,61 |
| Denmark | -0,02 | -0,00 |
| Jerman | 0,21 | 0,44 |
| Kanada | -1,14 | -0,44 |
| Islandia | -0,08 | -0,39 |

Berdasarkan Gambar 2, selama periode 2007-2012, produk udang olahan Indonesia berada di posisi *falling star*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pangsa ekspor udang olahan Indonesia meningkat sementara pangsa ekspor udang olahan dunia menurun. Meskipun terjadi peningkatan pangsa ekspor, namun kondisi ini dikategorikan kedalam restrukturisasi ekspor yang kurang berhasil. Hal ini dikarenakan ketika permintaan udang olahan dunia menurun, ekspor udang olahan Indonesia ke dunia justru meningkat.

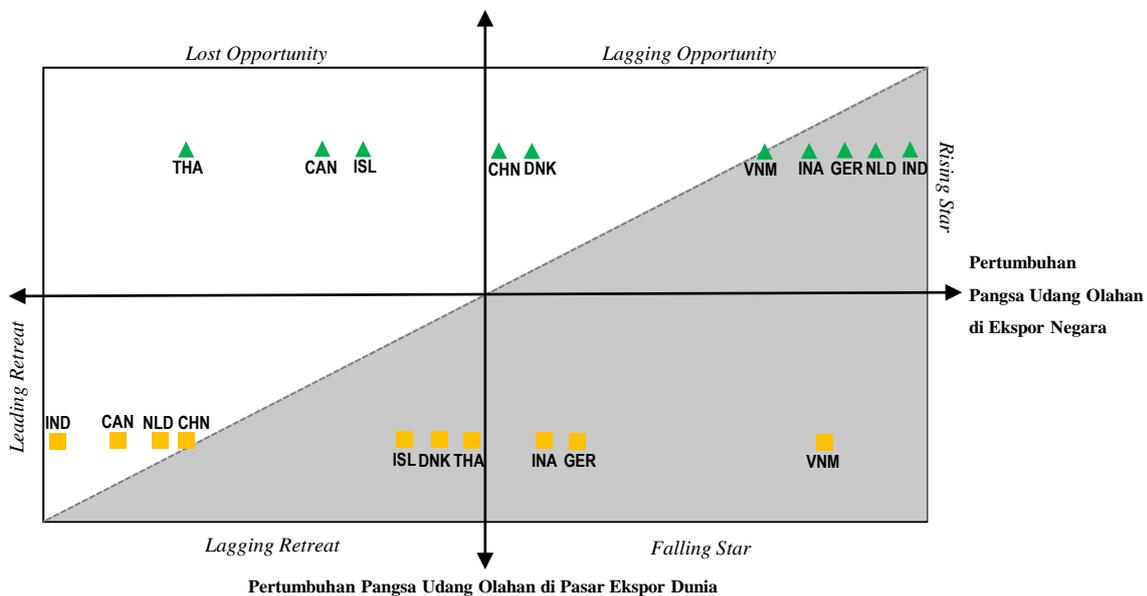
Posisi ini memungkinkan Indonesia masih mendapatkan *market share* namun tidak seperti pada kategori *rising star*. Negara pesaing lain yang berada pada posisi *falling star* yaitu Jerman dan Vietnam. Namun, posisi daya saing Jerman dan Vietnam tidak lebih baik dibandingkan Indonesia.

Pada periode yang sama, India, Kanada, Belanda, dan China berada di posisi *leading retreat*. Kondisi ini mencerminkan penurunan pangsa ekspor udang olahan negara lebih

kecil dibandingkan dengan penurunan pangsa ekspor udang olahan dunia. Meskipun demikian, kondisi ini termasuk dalam kategori restrukturisasi ekspor yang berhasil. Hal ini dikarenakan pada saat permintaan udang dunia olahan menurun, negara-negara tersebut juga menurunkan ekspor udang olahan ke dunia.

Pada periode yang sama, Islandia, Denmark, dan Thailand mengalami kondisi *lagging retreat*. Hal ini dikarenakan penurunan pangsa ekspor ketiga negara tersebut lebih besar dibandingkan penurunan pangsa ekspor dunia.

Selanjutnya pada periode 2012-2017, produk udang olahan Indonesia mencapai posisi terbaik yaitu *rising star*. Posisi ini menandakan adanya keberhasilan dalam restrukturisasi ekspor karena peningkatan pangsa ekspor udang olahan Indonesia lebih besar dibandingkan dengan peningkatan pangsa ekspor udang dunia. Indonesia mampu mengambil keuntungan yang besar



- Keterangan:
- = Periode 2007 - 2012
 - ▲ = Periode 2012 - 2017
 - NLD = Belanda
 - CAN = Kanada
 - CHN = Cina
 - DNK = Denmark
 - GER = Jerman
 - (shaded) = RCA meningkat
 - (white) = RCA menurun
 - ISL = Islandia
 - IND = India
 - IDN = Indonesia
 - THA = Thailand
 - VNM = Vietnam

Gambar 2. Posisi Daya Saing Indonesia dengan Negara Pesaing Utama Eksportir Udang Olahan Dunia

dengan mengeksport udang olahan lebih banyak pada saat permintaan udang olahan dunia meningkat. Kondisi ini menandakan bahwa posisi daya saing udang olahan Indonesia pada periode ini lebih baik dibandingkan dengan posisi daya saing pada periode sebelumnya. Selain Indonesia, negara eksportir udang olahan yang berada di posisi *rising star* yaitu Vietnam, Jerman, Belanda, dan India.

Pada periode kedua, China dan Denmark berada pada posisi *lagging opportunity*, masih lebih baik dibandingkan dengan Thailand, Kanada, dan Islandia yang berada di posisi *lost opportunity*. Hal ini dikarenakan pada kondisi *lagging opportunity* negara masih mendapatkan pangsa meskipun pertumbuhan ekspor udang olahan negara tidak sebesar pertumbuhan permintaan udang olahan dunia. Di sisi lain, pada kondisi *lost opportunity* negara kehilangan peluang karena ketika permintaan udang olahan dunia meningkat, ekspor udang olahan negara malah menurun.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2007-2017, ekspor udang beku dan udang olahan Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional. Daya saing udang olahan Indonesia memiliki trend yang meningkat, sementara daya saing udang beku Indonesia memiliki trend yang cenderung menurun dalam kurun waktu 11 tahun.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan DRCA, daya saing udang beku Indonesia pada periode 2007-2017 terlihat menurun, sementara negara pesaing lain yaitu Argentina, Ekuador dan India menunjukan adanya daya saing yang meningkat. Sementara itu, beberapa negara pesaing lain seperti Bangladesh, Belgia, Denmark, Meksiko, Thailand, dan Vietnam mengalami penurunan daya saing sebagaimana nilai DRCA yang menurun.

Pada periode berikutnya 2012-2017, daya saing udang beku Indonesia tampak meningkat dan berada di posisi *rising star*. Kondisi ini lebih baik dibandingkan Thailand dan Vietnam yang berada di *lost opportunity*. Sementara Bangladesh, Belgia, dan Denmark berada di posisi *lost opportunity*.

Daya saing udang olahan Indonesia pada periode 2007-2012 cenderung meningkat karena pangsa ekspor Indonesia yang meningkat sementara pangsa ekspor dunia menurun. Posisi Indonesia masih lebih baik dibandingkan dengan India, Cina, Belanda dan Kanada yang berada di *leading retreat*.

Pada periode berikutnya 2012-2017, daya saing udang olahan Indonesia terlihat terus meningkat hingga akhirnya mencapai posisi terbaik yakni *rising star*. Pada saat yang sama, Vietnam, Jerman, Belanda dan India juga berada di posisi *rising star*. Di sisi lain, daya saing negara pesaing utama dari Asia, yakni Thailand dan Cina cenderung menurun. Namun posisi Cina yang berada di *lagging opportunity* masih lebih baik dibandingkan Thailand yang berada di *lost opportunity*.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disampaikan saran bagi pemerintah. Adapun usaha yang perlu dilakukan yaitu perlunya usaha dalam meningkatkan daya saing udang beku dan udang olahan Indonesia. Peningkatan daya saing tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan standar keamanan produk. Disamping itu, Indonesia perlu untuk meningkatkan ekspor udang yang berorientasi pada produk udang olahan karena memiliki pertumbuhan nilai ekspor yang lebih tinggi dibandingkan dengan udang beku.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiyanti ST, Saputri AS. 2018. The Impact of NonTariff Measures (NTMs) on Indonesia's Shrimp Export. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan (12)1: 1-19.

- Ashari U, Sahara, Hartoyo S. 2016. Daya Saing Udang Segar dan Udang Beku Indonesia di Negara Tujuan Ekspor Utama. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 13(1): 1-13.
- Ciffolilli A, Muscio A. 2018. Industry 4.0: National and Regional Comparative Advantages in Key Enabling Technologies. *European Planning Studies*, 26(12): 2323-2343.
- Edwards L, Schoer V. 2002. The Structure and Competitiveness of South African Trade. *The South Africa Journal of Economic*. 70(6): 1-37.
- Güneş S, Tan M. 2017. Static and Dynamic Revealed Comparative Advantage: A Comparative Analysis of Turkey and Russia. *İktisadi Yenilik Dergisi Journal*. 4(3): 22-38.
- Hasni. 2018. Daya Saing Ekspor Produk Makanan Olahan Indonesia ke Timur Tengah. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 12(2): 235-265.
- Jittapong K, Dhananaphorn M. 2014. Thailand's shrimp output seen recovering from disease woes in 2015. <https://www.reuters.com/article/thailand-shrimp-exports-idUSL3N0U22KB20141218>. [15 Mei 2019].
- Juarno O. 2012. Daya Saing dan Strategi Peningkatan Ekspor Udang Indonesia di Pasar Internasional [disertasi]. Bogor: Sekolah Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2015). Kelautan dan Perikanan Dalam Angka 2015. Diunduh 2019 Februari 22. Tersedia pada: <http://www.statistik.kkp.go.id>
- Laursen K. 2015. Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. *Eurasian Business Review*. 5(1): 99-115.
- Lestari W, Syarief R, Sumantadunata K. 2013. Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen IKM*. 8(1): 36-44.
- Lubis AD. 2009. Kelangkaan Bahan Baku untuk Industri Pengolahan Udang di Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 3(1): 133-152.
- Mulyadi MT. 2005. Kajian terhadap tingkat kinerja ekspor Indonesia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan asyarakat: studi kasus ekspor udang beku Indonesia. *Journal The WINNERS* 6(2):134-154.
- [OECD] Organisation for Economic Co-operation and Development). 2017. Sector Trend Analysis- Fish Trends in China. Diunduh 2019 Februari 22. Tersedia pada <http://www.agr.gc.ca>
- Ozcelik SE, Erlat G. 2013. Turkey's Comparative Advantages and Dynamic Market Positioning in the EU Market. *Topics in Middle Eastern and African Economies*. (15):2: 42-70.
- Peneder M, Streicher G. 2018. De-industrialization and comparative advantage in the global value chain. *Economic Systems Research*. 30(1): 85-104.
- Pyndick RS, Rubinfeld DL. 2007. *Microeconomics 6th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Rosiana N, Nurmalina R, Winandi R, Rifin A. 2018. Dinamika Persaingan Kopi Robusta Indonesia dengan negara-negara pesaing utama. *Jurnal Tanaman Industri dan Penyegar*. 5(1):1-10
- Suryana AT, Fariyanti A, Rifin A. 2015. Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, (12)2:150-162.
- Startienė G, Remeikienė R. 2014. Evaluation of revealed comparative advantage of Lithuanian industry in global markets. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. (110)2: 428-438.
- UN COMTRADE. 2018. United Nations Comodity Trade Statistics Database.

Diunduh tanggal 22 Februari 2019 dari
www.wits.worldbank.org.

Wati LA, Wen, Chang, Mustadjab MM. 2013.
Competitiveness of Indonesian Shrimp
Compare with Thailand Shrimp in
Export Market. *Journal Wacana*. 16(1):24-
31.

World Bank. 2019. World Bank Country Land
Lending Groups. Diunduh tanggal 16
Maret 2019 dari
<https://datahelpdesk.worldbank.org/>

