

**PUSAT KAJIAN DAN PEMBERDAYAAN SUMBER
DAYA KELAUTAN DAN PERIKANAN**
*Center for Study and Empowerment of Marine and
Fisheries Resources*

SK. Menteri Hukum dan HAM No : AHU-
0027769.AH.01.12 /2021
Jl. Menteng Pulo Raya No. 22, RT 02/RW 09,
Kelurahan Menteng Atas, Kecamatan Setiabudi,
Kota Jakarta Selatan 12960 – Email :
pusarankp@gmail.com,

Disclaimer :

Hasil analisis ini bisa jadi berbeda dengan hasil analisis/kajian lainnya disebabkan perbedaan pengambilan sumber data dan metode analisis.

KONDISI PERUDANGAN RI TERHADAP DINAMIKA PASAR UDANG GLOBAL

PENDAHULUAN

Udang masih menjadi komoditas andalan ekspor RI dengan lebih dari 39% berkontribusi terhadap total nilai ekspor produk perikanan nasional (BPS, 2020)¹. Mengutip data yang dirilis oleh International Trade Center/ITC, tahun 2021 tercatat total nilai ekspor udang RI mencapai 1,58 milyar US dollar, dan mengalami pertumbuhan dalam lima terakhir (tahun 2017 – 2021) rata-rata 2,61% per tahun². Adapun pangsa pasar utama udang RI didominasi ke pasar USA dengan *supply share* mencapai 70,74%, dan kemudian berturut-turut Jepang (17,32%), China (2,92%) dan lainnya.

Dinamika perekonomian global, terutama paska pandemik covid-19, dimana diprediksi tahun depan dunia akan mengalami tantangan berat, yakni pelemahan kinerja perekonomian global. Kondisi ini jelas secara langsung sangat mempengaruhi kinerja perdagangan, terutama pada komoditas strategis berbasis pangan termasuk produk perikanan. USA mengalami resesi ekonomi yang menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakatnya. Pun demikian, China juga tengah menghadapi gelombang covid-19 yang tahun 2022 ini kembali naik. China bahkan telah mengeluarkan kebijakan untuk melakukan moratorium terhadap produk impor yang masuk, termasuk udang. Fenomena penurunan harga udang yang terjadi di beberapa daerah terutama Sumatera, dan Kalimantan menjadi tantangan lainnya yang harus dihadapi, terutama agar investasi di bidang ini dapat berkembang. Oleh karena itu penting memperkuat *market intelligence* untuk melihat dinamika perudangan nasional dan global, terutama dalam upaya melakukan langkah-langkah adaptif guna memperkuat daya saing udang nasional. Hasil analisis ini menjadi sangat urgent sebagai bahan referensi rekomendasi kebijakan di tengah tantangan bisnis udang nasional yang besar.

DESKRIPSI MASALAH

Resesi ekonomi yang terjadi di USA jelas sangat berdampak terhadap *market demand udang*, artinya produk udang yang masuk ke-USA harus betul-betul mempertimbangkan daya saing terutama efisiensi harga. Sayangnya, jika dibandingkan dengan negara pesaing, harga produk udang RI masih lebih mahal dibanding negara lainnya, seperti India, dan Ekuador. Padahal > 70% produk udang RI tersentralisasi ke USA sebagai pasar utama.

¹ Badan Pusat Statistik. 2021. Statistik Sektor Perikanan. Jakarta

² International Trade Center/ITC. 2021. <https://intracen.org/resources/trade-statistics>

Kebijakan yang dikeluarkan oleh negara China, terkait moratorium impor, turut berimbas pada penurunan market demand, apalagi China adalah tujuan ekspor udang dunia terbesar ke dua setelah USA. Apa yang terjadi di China juga berpotensi terhadap kinerja ekspor udang di negara Ekuador, yang nota bene menjadi eksportir utama ke negara tersebut³. Namun uniknya, Ekuador mampu mengantisipasi kondisi ini dengan mulai melakukan penetrasi pasar ke USA, dimana produknya disesuaikan dengan segmen yang diminati di pasar USA, disamping daya saing produk yang lebih kuat, terutama harga yang jauh lebih efisien. Upaya yang dilakukan Ekuador, telah menunjukkan keberhasilan signifikan, dimana mulai tahun 2021, Ekuador mampu mengambil alih sebagian pangsa pasar USA⁴. Inilah yang menjadi tantangan berat bagi RI. Belum lagi, RI juga harus mewaspadaikan penetrasi pasar yang dilakukan oleh negara Vietnam, Bangladesh, Thailand dan negara lainnya yang saat ini sedang gencar pada pengembangan bisnis ini. Jika ini tidak diantisipasi sejak awal, maka akan sangat berpengaruh terhadap pencapaian target peningkatan nilai ekspor udang sebesar 250% di tahun 2024, atau sebesar 2 juta ton.

Perlambatan ekonomi global dan tingginya inflasi juga akan sangat berpengaruh terhadap stabilitas harga udang di pasaran. Kemampuan penetrasi pasar akan bisa dilakukan hanya jika negara-negara eksportir mampu meningkatkan mutu dan efisiensi, sehingga daya saingnya menjadi tinggi. Pekerjaan rumah yang saat ini perlu dituntaskan dalam bisnis perudangan RI yang paling utama yakni terkait in-efisiensi, mulai dari input produksi dan sarana (60% masih import), tata niaga/logistik, tarif, infrastruktur, birokrasi, dan keberpihakan regulasi.

ANALISIS

Sumber data menggunakan baseline data selama 5 tahun terakhir (2017-2021) dengan merujuk pada data yang dirilis oleh International Trade Center (ITC) Tahun 2021. Pendekatan analisis yakni melalui : (1) analisis trade indicator untuk melihat sejauhmana kondisi eksisting kinerja perdagangan udang global (analisis ekspor-impor) dan melihat sejauhmana prediksi kontribusi market demand pada negara-negara importir untuk kurun waktu sampai dengan tahun 2024; (2) analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk melihat sejauhmana keunggulan komparatif pada 10 negara eksportir udang dunia; (3) analisis *Constant Market Share Analysis* (CMSA) untuk melihat sejauhmana kekuatan negara eksportir untuk melakukan penetrasi pangsa pasar udang dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan nilai ekspor negara tersebut⁵.

Hasil Analisis

Kinerja Impor Udang Dunia

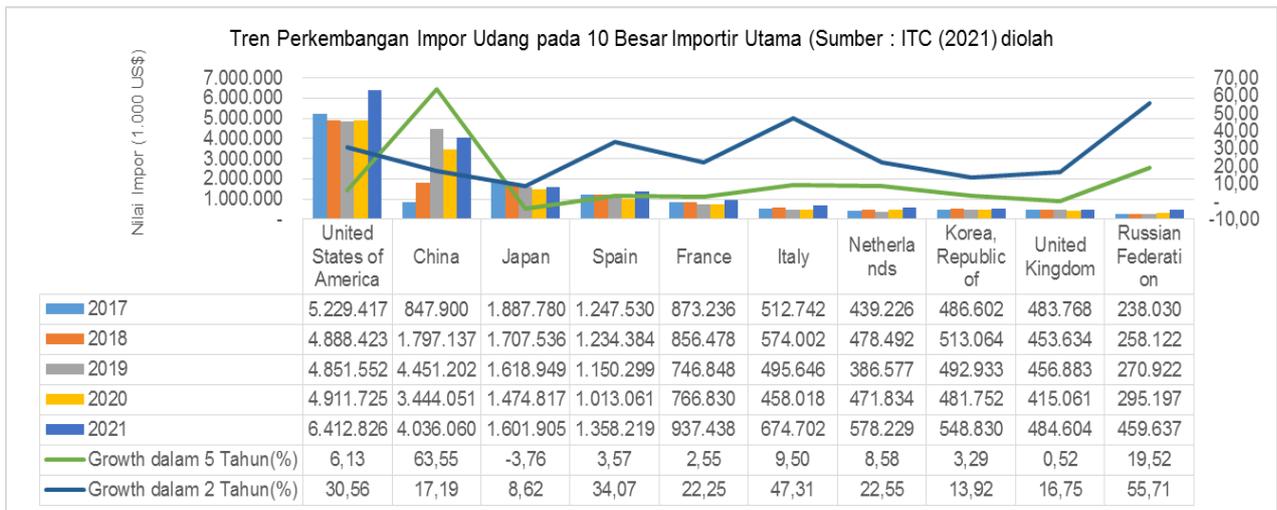
Kinerja impor udang dunia dalam kurun waktu 2017 - 2021 tumbuh sebesar 7,40%, dimana dalam 2 tahun terakhir (2020-2021) tumbuh cukup signifikan menjadi 23,06%, dengan nilai impor tahun 2021 mencapai 22,78 milyar US\$. Tahun 2021 USA merupakan negara importir terbesar dengan nilai 6,41 milyar US\$ (tumbuh 6,13% per tahun), disusul China sebesar 4,03 milyar US\$ (tumbuh 63,55%), Jepang 1,60 milyar US\$ (tumbuh (-) 3,76%, UE sebesar (tumbuh --%) dan Korea sebesar 548, 83 juta US\$ (tumbuh 3,29%, dan Inggris mencapai

³<https://www.undercurrentnews.com/2022/11/11/ecuador-shrimp-prices-plummet-as-demand-weakens-china-slaps-new-bans-on-exporters/>

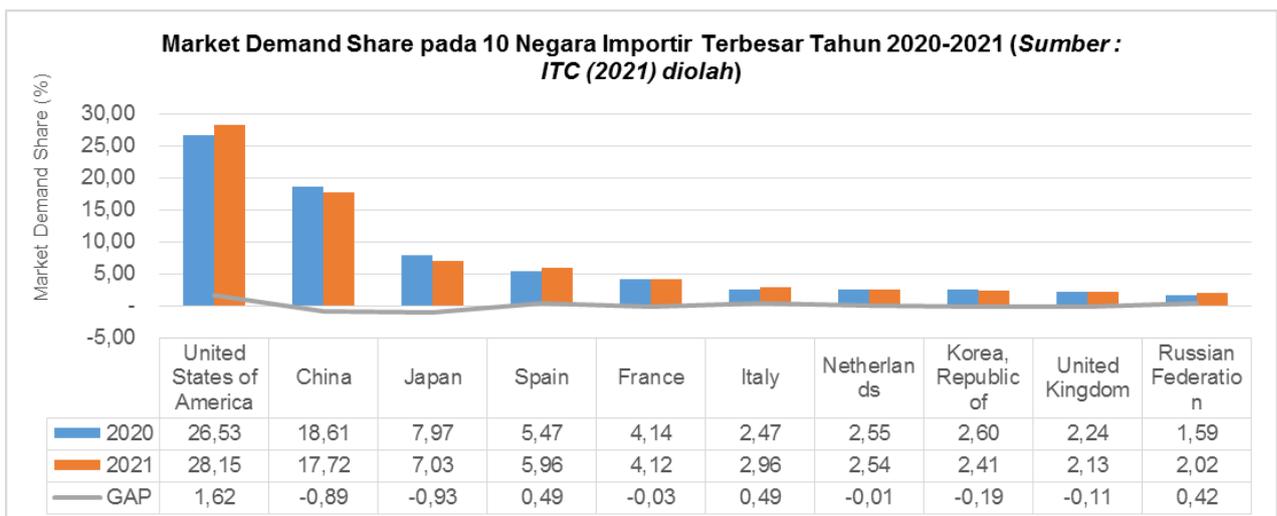
⁴ Hasil Analisis dengan Baseline Data International Trade Center 2021

⁵ Supriyanto, Adi dan Manurung, EG Togu. 2019. Analisis Daya Saing Produk Arang Indonesia di Pasar Internasional. Institute Pertanian Bogor. Bogor

459,63 juta US\$ (tumbuh sebesar 0,52%). Adapun negara importir utama tersebut memberikan share terhadap nilai impor mencapai 74,18% terhadap total demand udang dunia (**gambar 1**).



Gambar 1. Tren Perkembangan Impor Udang pada 10 Besar Importir



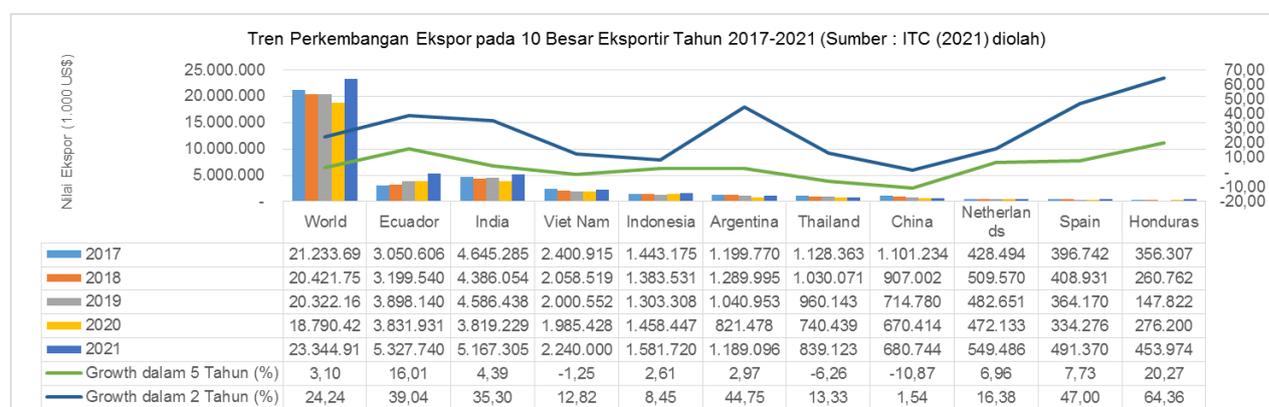
Gambar 2. Market Demand share pada 10 Negara Importir Utama

Meski secara umum pertumbuhan impor pada negara importir utama selama 5 tahun terakhir tumbuh positif (kecuali Jepang), namun dalam kurung waktu 2020-2021 beberapa importir utama justru mengalami penurunan demand, hal ini ditandai dengan adanya penurunan antara market demand tahun 2021 terhadap tahun 2020. Negara tersebut antara lain Jepang mengalami penurunan sebesar 0,93%; disusul China 0,89%, Jepang 0,93%, Perancis 0,03%, Belanda 0,01%, Korea 0,19% dan Inggris 0,11%. Sementara negara yang mengalami kenaikan market demand yakni : Amerika Serikat sebesar 1,62%, disusul Spanyol 0,49%, Italia 0,49% dan Rusia sebesar 0,42% (**gambar 2**).

Penyebab penurunan *market demand* pada tahun 2020 – 2021 diduga karena disebabkan adanya efek pandemik Covid-19, terutama China yang mulai melakukan pengetatan terhadap produk perikanan impor. Sementara adanya prediksi terjadinya perlambatan ekonomi global perlu diwaspadai karena akan sangat berpengaruh terhadap kinerja ekspor udang.

Kinerja Ekspor Udang Dunia

Kinerja ekspor udang dunia selama 5 tahun terakhir (2017 – 2020) tumbuh sebesar 3,10%, dimana dalam 2 tahun terakhir (2020 – 2021) tumbuh 24,24%. Artinya paska pandemic Covid-19 mengalami perbaikan kinerja produksi udang di beberapa negara eksportir dengan total nilai ekspor sebesar 23,34 milyar US\$ di tahun 2021. Sementara perkembangan ekspor pada 6 besar eksportir utama pada tahun 2021, masing-masing Ekuador senilai 5,32 milyar US\$ (tumbuh dalam 2 tahun terakhir 39,04%); India 5,16 milyar US\$ (tumbuh 35,30% dalam 2 tahun terakhir), Vietnam sebesar 2,24 milyar US\$ (tumbuh 12,82% dalam 2 tahun terakhir), Indonesia sebesar 1,58 milyar US\$ (tumbuh 8,45% dalam 2 tahun terakhir), Argentina sebesar 1,19 milyar US\$ (tumbuh 44,75% dalam 2 tahun terakhir), dan Thailand sebesar 839,12 juta US\$ (tumbuh 13,33% dalam 2 tahun terakhir) (**gambar 3**).



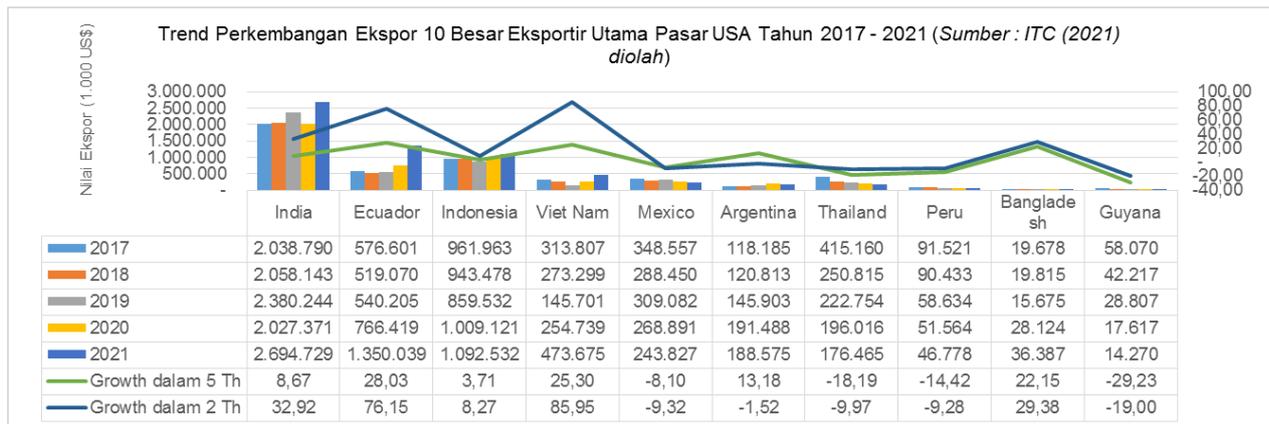
Gambar 3. Tren Perkembangan Ekspor pada 10 Besar Eksportir Utama



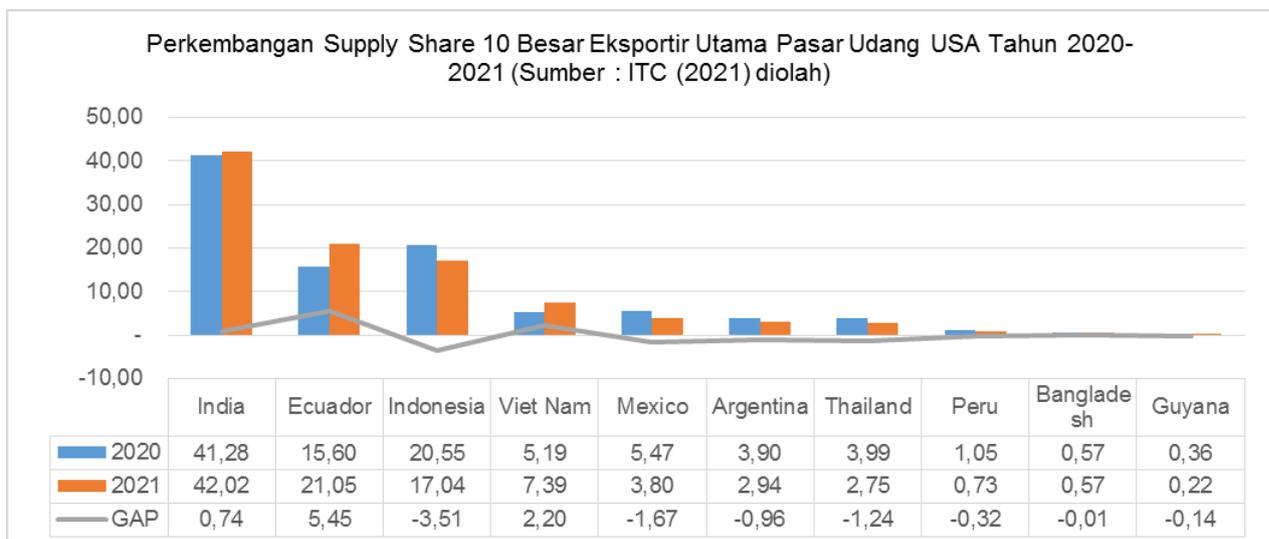
Gambar 4. Supply Share pada 10 Negara Eksportir Utama

Upaya Ekuador dalam memperluas pangsa pasar dengan melakukan penetrasi pasar selama kurun waktu 2020 – 2021 mampu menggeser posisi India sebagai eksportir terbesar udang dunia. Tahun 2021 Ekuador mampu menguasai sekitar 22,13% total pangsa pasar udang dunia, disusul India 22,13%, Vietnam 9,6%, Indonesia 6,78%, Argentina 5,09%, Thailand 3,59%, China 2,92%, Belanda 2,35%, Spanyol 2,10% dan Honduras 1,94% (**gambar 4**).

Meski secara umum pertumbuhan ekspor positif selama 5 tahun terakhir, namun selama kurun waktu 2020 – 2021, Indonesia bersama dengan negara lainnya seperti Vietnam, Thailand, China, dan Belanda justru mengalami kehilangan pangsa pasar, hal ini ditunjukkan oleh turunya *supply share* ekspor (**gambar 4**). Adapun total pangsa pasar yang hilang dari ke-lima negara tersebut mencapai 3,12%. Indonesia menjadi negara dengan kehilangan pangsa pasar terbesar yakni 0,99%, disusul Vietnam 0,97%, China 0,65%, Thailand 0,35%, dan Belanda 0,16%. Hilangnya pangsa pasar tersebut diduga disebabkan negara eksportir lainnya secara efektif mampu melakukan penetrasi pasar ke negara importir utama. Ekuador menjadi negara yang sangat kuat dalam melakukan penetrasi pasar, terutama ke pasar USA.



Gambar 5. Tren Perkembangan Ekspor 10 Besar eksportir Utama Pasar USA

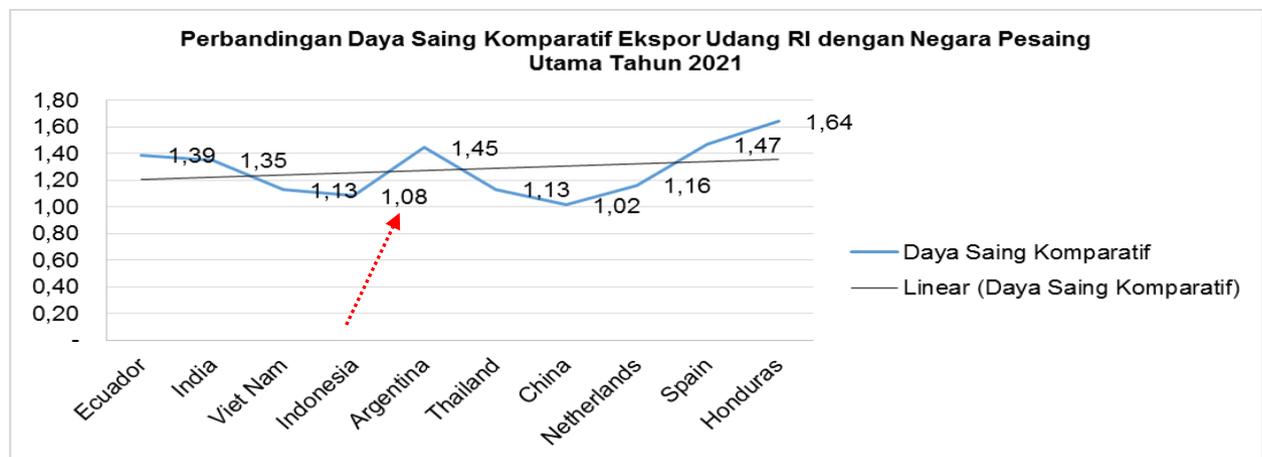


Gambar 6. Perkembangan *Supply Share* pada 10 Negara Eksportir Utama di Pasar USA

Khusus untuk pasar USA, tahun 2021, meski pertumbuhan ekspor udang Indonesia mengalami kinerja positif (tumbuh 8,27%), namun produk udang Indonesia justru mengalami kehilangan pangsa pasarnya yakni sebesar 3,51%. Padahal sekitar 70% produk udang Indonesia dipasarkan ke USA. Kehilangan pangsa pasar udang Indonesia di pasar utama USA disebabkan kuatnya penetrasi pasar Ekuador. Ekuador mencatat selama tahun 2020-2021 berhasil menguasai pangsa pasar sebesar 5,45% (**gambar 5 dan 6**).

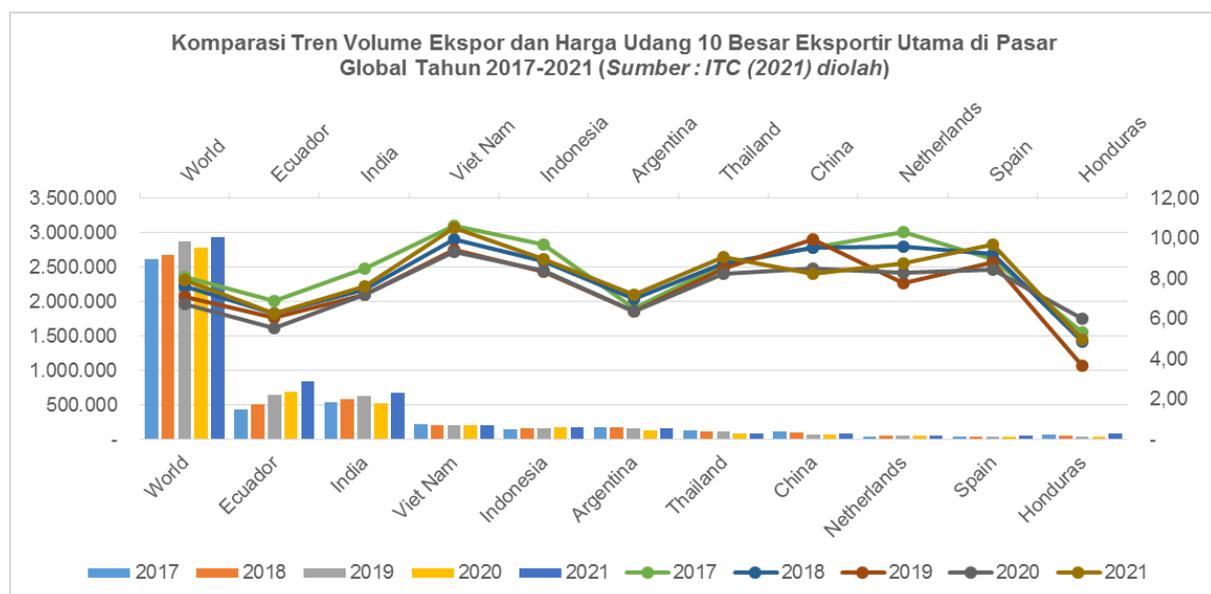
Penguasaan pasar oleh Ekuador lebih disebabkan pada tingkat daya saing yang lebih tinggi, hal ini antara lain karena pengaruh biaya logistik, dan produksi yang lebih efisien dibanding Indonesia, dan umumnya negara Asia-Pasifik.

Komparasi Daya Saing Ekspor Udang RI



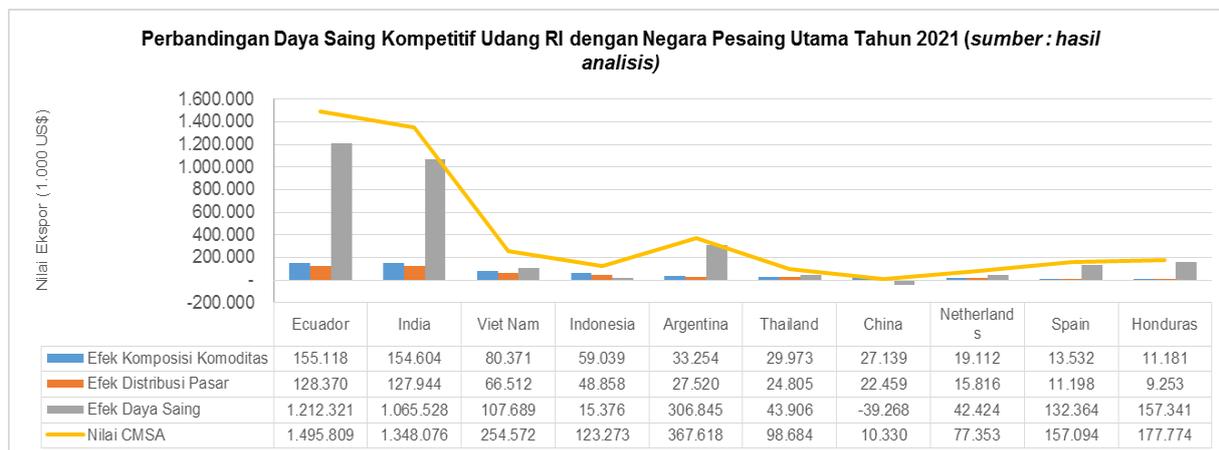
Gambar 7. Komparasi Daya Saing Komparatif pada 10 Negara Eksportir Utama

Hasil analisis terhadap daya saing komparatif ekspor udang pada 10 besar eksportir utama, menunjukkan bahwa tahun 2021 tingkat daya saing komparatif secara umum cukup tinggi, dimana hampir ke-sepuluh negara eksportir tersebut memiliki nilai indeks RCA > 1. Namun demikian, dibandingkan dengan negara eksportir pesaing lainnya terutama Ekuador, India, dan Vietnam, daya saing komparatif ekspor udang Indonesia lebih rendah dengan indeks RCA 1,08. Indeks RCA tertinggi adalah Ekuador senilai 1,39, disusul India 1,35 dan Vietnam 1,08 (**gambar 7**). Daya saing komparatif sangat dipengaruhi oleh faktor pengungkit utama yakni harga udang, kekuatan kurs mata uang, dan volume ekspor udang. Dari ketiga faktor tersebut Indonesia masih kalah bersaing dengan ketiga negara pesaing utama (**gambar 7**).



Gambar 8. Komparasi Tren Volume dan Harga Udang pada 10 Negara Eksportir Utama

Dari **gambar 8** di atas, dapat dilihat bahwa jika dikomparasi, harga udang Indonesia di pasar global terpaut lebih tinggi, terutama jikalau dibandingkan dengan Ekuador, dan India. Tingginya harga udang Indonesia di pasar global akan sangat mempengaruhi terhadap demand produk di negara importir. Dari sisi volume ekspor, produk udang Indonesia juga masih tertinggal dari Ekuador, India dan Vietnam. Indonesia juga harus mewaspadai terhadap kinerja ekspor negara lainnya, terutama Argentina dan Thailand. Disamping itu, sepanjang tahun 2020 – 2021 kurs mata uang rupiah terhadap US\$ jika mengalami pelemahan yakni pada kisaran Rp. 14.000,- - Rp. 14.500,- per 1 US\$.



Gambar 9. Komparasi Daya Saing Kompetitif pada 10 Negara Eksportir Utama

Melalui dekomposisi terhadap faktor-faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor udang pada 10 besar eksportir utama (**gambar 9**), terlihat bahwa kinerja daya saing kompetitif cukup positif (nilai CMSA positif). Namun demikian jika dibandingkan dengan negara pesaing utama terutama Ekuador, India, Vietnam dan Argentina, daya saing kompetitif udang Indonesia masih lebih rendah. Ini dapat terlihat dari faktor-faktor seperti efek komposisi komoditas, efek distribusi pasar, dan efek daya saing yang belum memberikan daya ungkit signifikan terhadap peningkatan nilai ekspor udang RI. Tahun 2021, tercatat efek komposisi komoditas hanya memberikan kontribusi senilai 80,37 juta US\$; efek distribusi pasar senilai 66,51 juta US\$; dan efek daya saing hanya senilai 15,37 juta US\$.

Beberapa catatan yang menyebabkan rendahnya daya ungkit terhadap nilai ekspor, yakni : (1) pola distribusi pasar yang terlalu sentralistik dimana > 70% pasar udang RI diekspor ke USA, dimana saat ini justru segmen pasar USA banyak diambil alih oleh Ekuador; (2) daya saing yang masih rendah, terutama akibat inefisiensi produksi dan logistik.

OUTLOOK

1. Peluang *market demand* udang global akan sangat bergantung terhadap kinerja perekonomian global (terutama negara buyer), penyelesaian kasus Covid-19 terutama di China; dan faktor geopolitik global, khususnya yang perlu diwaspadai adalah dampak konflik Rusia-Ukraina;
2. Pada kondisi konstan/stabil, diprediksi dalam lima tahun mendatang (2022 – 2027) akan ada penambahan *market demand* udang minimal senilai 1,70 milyar US\$ per tahun (atau 190.000 tons). Penambahan tersebut berasal dari pertumbuhan impor dan kekosongan ekspor pada negara-negara eksportir tertentu.

KESIMPULAN

1. Sepanjang tahun 2020 - 2021, kinerja impor udang dunia masih positif dengan mencatat pertumbuhan sebesar 7,4%. Meski demikian, perlu diwaspadai adanya perlambatan ekonomi global, kenaikan kasus covid-19, dan kondisi geopolitik global paska tahun 2021. Ketiga kondisi ini akan sangat berpengaruh terhadap market demand udang global. Kondisi ini mulai nampak dengan adanya penurunan permintaan di negara China, Jepang dan beberapa negara Uni Eropa;
2. Resesi ekonomi yang menimpa negara USA sepanjang tahun 2021 memberikan efek langsung terhadap daya beli produk udang. Artinya penetrasi pasar ke USA akan sangat bergantung pada daya saing harga produk udang. Hasil analisis menunjukkan bahwa produk udang Indonesia memiliki harga yang masih terpaut lebih tinggi dibanding produk udang dari negara lain, terutama Ekuador dan India. Kondisi ini mengakibatkan sepanjang 2020 – 2021, Indonesia justru kehilangan peluang pangsa pasar sebesar 3,5% yang diambil alih oleh Ekuador;
3. Sepanjang 2 tahun terakhir (2020 – 2021) pertumbuhan ekspor pada 10 besar eksportir utama termasuk Indonesia positif. Namun demikian Indonesia mencatat pertumbuhan terendah (8,45%) dibanding negara pesaing lainnya, dimana pertumbuhan tertinggi dikuasi Ekuador (39,04%), disusul India (24,24%) dan Vietnam (12,84%). Indonesia juga perlu mewaspadai negara dengan pertumbuhan tinggi seperti Argentina (44,75%) dan Thailand (13,33%);
4. Sebagai negara dengan komposisi 70,74% produk udang Indonesia dipasok ke pasar USA, Indonesia menghadapi tantangan berat terutama bagaimana mempertahankan pangsa pasar yang ada. Hasil analisis menunjukkan pertumbuhan ekspor udang Indonesia ke USA tahun 2021 masih cukup stagnan yakni pada angka 8,27%, sementara Ekuador mencatat pertumbuhan sangat signifikan sebesar 76,15%. Kondisi ini menjadi catatan penting bagaimana mendorong penetrasi pasar yang lebih kuat;
5. Dibanding negara pesaing utama, Indonesia memiliki daya saing yang lebih rendah baik daya saing komparatif maupun daya saing kompetitif. Hal ini ditunjukkan dengan indek nilai RCA ekspor udang Indonesia yang masih lebih rendah. Disamping itu, faktor-faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor belum memberikan daya ungkit signifikan terhadap peningkatan nilai ekspor. Faktor utama tersebut yakni efek distribusi pasar, dan efek daya saing;
6. Pola distribusi pasar udang Indonesia bersifat sentralistik (70,74% tujuan utama USA). Pola distribusi pasar yang sentralistik ke negara USA berpotensi mengakibatkan kerugian sendiri bagi RI. Kerugian tersebut yakni potensi kehilangan pangsa pasar yang bisa disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain : (1) manakala kondisi ekonomi negara USA mengalami kontraksi atau bahkan resesi yang bisa memicu pembatasan impor; (2) Jika ada perubahan kebijakan Pemerintah USA terkait importasi yang memberatkan RI terkait persyaratan tariff dan non tariff barrier; dan (3) potensi munculnya *distrust* yang sangat riskan memicu penurunan keberterimaan produk udang RI di pasar USA;

7. Faktor in-efisiensi produksi, mutu, logistik, hambatan tarif dan regulasi menjadi faktor yang paling sensitif terhadap daya saing ekspor udang Indonesia. Terutama berkaitan dengan daya saing harga.

REKOMENDASI

1. Memperkuat *market intelligence* untuk memetakan dan menganalisis dinamika pasar global beserta isu-isu yang mempengaruhi yakni perkembangan makro ekonomi global, dan geopolitik global, sehingga sejak dini mampu memetakan strategi intervensi dan upaya-upaya mitigasi pasar;
2. Merubah strategi penetrasi pasar dari sentralistik ke USA menjadi lebih terdistribusi kepada negara tujuan ekspor lainnya, terutama yang memiliki kinerja *market demand* positif. Indonesia perlu memperluas penetrasi pasar ke negara lainnya seperti Uni Eropa, China, Jepang, dan kawasan timur tengah. Khusus untuk Uni Eropa, peluang pangsa pasar terbuka luas dengan *market demand share* tahun 2021 sebesar 27,69% dengan nilai sekitar 6,30 milyar US\$;
3. Memperkuat penetrasi pasar baru dan mempertahankan/meningkatkan pangsa pasar yang ada dengan meningkatkan daya saing harga dan keberterimaan produk produk dengan menekan biaya produksi yang mencakup input produksi yang didominasi impor (>60%); memangkas biaya logistik, terutama biaya logistik ekspor; menekan hambatan tarif atau non tarif melalui kerjasama bilateral; efisiensi birokrasi pelayanan perijinan, jaminan iklim usaha yang kondusif, dan penguatan sertifikasi proses maupun produk.
4. Melakukan peningkatan nilai tambah produk udang sesuai segmen produk yang diinginkan pasar (berbasis karakteristik preferensi konsumen pada negara tujuan ekspor);
5. Meningkatkan produksi udang secara sustain dengan mempertimbangkan basis data market demand, yakni dengan (1) mendorong program yang integrated; (2) pengembangan teknologi yang lebih adaptif dan ramah lingkungan; (3) penguatan pembudidaya dengan mengembangkan *farmer corporation* di setiap sentral produksi untuk meningkatkan posisi tawar dan mempermudah dalam pembinaan dan pengawasan; dan (4) pembenahan/pembangunan infrastruktur tambak yang lebih memadai.
6. Menggarap potensi pasar domestik, dengan mengupayakan pencapaian konsumsi udang minimal 2,5 kg per kapita pertahun. Dengan asumsi proporsi jumlah penduduk usia produktif sebesar 60% dari total penduduk, maka diperkirakan ada potensi pangsa pasar domestik minimal 405.000 ton per tahun.

