

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR PRODUK PERIKANAN INDONESIA: PENDEKATAN MODEL *REVEALED COMPARATIF ADVANTAGE* (RCA) DAN MODEL *CONSTANT MARKET SHARE ANALYSIS* (CMSA)

Lia Kamelia Aisyah, Sonny Koeshendrajana dan M. Iqbal¹⁾

ABSTRAK

Riset bertujuan untuk menganalisis daya saing ekspor produk perikanan Indonesia telah dilakukan pada tahun 2004. Secara spesifik, metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA), dan metode *Constant Market Share Analysis* (CMSA) digunakan untuk mengetahui komoditas-komoditas yang memiliki tingkat pertumbuhan permintaan yang tinggi atau memiliki tingkat daya saing yang tinggi baik berupa keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif agar mendukung kegiatan investasi dan produksi yang menjadikan sektor perikanan sebagai *prime mover* perekonomian yang baru. Hasil analisis menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan ekspor komoditas udang ke negara tujuan utama ekspor perikanan Indonesia cukup cerah dan menjanjikan dimana efek pertumbuhan dunia dan daya saing menguntungkan sehingga harus terus ditingkatkan pertumbuhannya. Walaupun efek pasar bertanda negatif, hal tersebut dapat diupayakan dengan berbagai macam cara yang penekanannya pada masalah periklanan (*advertising*) ke negara tujuan ekspor, sehingga permintaan komoditas ekspor udang dapat tumbuh relatif lebih cepat.

ABSTRACT: *Export competitiveness analysis of the Indonesian fisheries product: Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMSA) approaches. By: Lia Kamelia Aisyah, Sonny Koeshendrajana and M. Iqbal*

Research aimed to analyze the export competitiveness of Indonesian fisheries product has been carried out in 2004. Specifically, Revealed Comparative Advantages (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMSA) are used to know which commodity that has high demand or has high competitiveness rate in the form of comparative advantage and competitive advantage, so that supporting fishery sector as a new economics prime mover. Result of analysis indicated that growth prospect of shrimp export had a good promise where world growth effect and competitiveness effect appropriated, so it has to be improved its exports. Even though the market effect has a negative sign, it can be strived by solving the advertisement problem to the destination export contains, so that demand of shrimp export may grow faster.

KEYWORDS: *competitiveness analysis, fisheries, RCA, CMSA*

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perubahan tatanan perekonomian dunia yang semakin global, pembangunan ekonomi Indonesia dihadapkan pada dua tantangan pokok sekaligus, yakni tantangan internal dan eksternal. Tantangan internalnya adalah bahwa pembangunan ekonomi tidak saja dituntut untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara nasional, namun diharapkan mampu juga memecahkan permasalahan kesempatan kerja, neraca pembayaran yang selama ini terus defisit, hutang yang terus membengkak dan masalah kesenjangan

pendapatan. Tantangan eksternalnya adalah komitmen Indonesia untuk melakukan liberalisasi perdagangan, yang muncul sejak tahun 2003 yaitu saat ditandatanganinya kesepakatan AFTA (ASEAN Free Trade Area), berlanjut dengan kesepakatan APEC (*Asian Pasific Economic Community*) pada tahun 2008, dan kesepakatan WTO (*World Trade Organization*) pada tahun 2020. Konsekuensi dari adanya kesepakatan-kesepakatan tersebut adalah bahwa pada masa mendatang Indonesia dituntut untuk mampu menghasilkan produk dengan daya saing tinggi di pasar internasional tanpa proteksi pemerintah.

¹⁾ Peneliti pada Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan

Berbagai kebijakan ekspor perikanan Indonesia yang mendukung komoditas-komoditas yang memiliki kinerja ekspor yang tinggi harus dilakukan untuk mendukung kegiatan investasi dan produksi yang menjadikan sektor perikanan sebagai *prime mover* perekonomian yang baru. Pemilihan komoditas-komoditas ekspor perikanan Indonesia haruslah berupa komoditas yang memiliki tingkat pertumbuhan permintaan yang tinggi atau memiliki tingkat daya saing yang tinggi baik berupa keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif.

Atas dasar pertimbangan tersebut, maka tujuan umum penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi komoditas-komoditas ekspor unggulan namun juga membuat kebijakan penentuan ekspor komoditas perikanan unggulan yang dapat memanfaatkan keuntungan dalam perdagangan bebas dalam mendukung kebijakan *trade leverage* sektor perikanan Indonesia, dengan tujuan spesifik yaitu menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif produk perikanan Indonesia, khususnya komoditas udang.

METODE

Kerangka Analisis Data

Era Liberalisasi perdagangan akan ditandai oleh adanya perubahan menuju kesamaan *term of trade* dan *term of capital* karena rintangan-rintangan perdagangan dan lalu lintas modal seperti subsidi, tarif, pajak ekspor, kuota, dan lain-lain yang lambat laun akan berkurang dan hilang (Bhagwati, 1988). Dengan demikian dalam perdagangan internasional akan berlaku hukum satu harga pada semua pasar (*Law of one price*), Bafes (1991).

Perubahan-perubahan pada era liberalisasi perdagangan yang terjadi tersebut dapat menimbulkan dampak-dampak pada perekonomian suatu negara. Dampak yang mungkin terjadi dari suatu negara-negara adalah:

- (1) Efek pendapatan (*income dan spending effect*)
- (2) Efek substitusi (*substitution effect*) antara barang domestik pesaing impor dengan barang impor (Devarajan & Lewis, 1990);
- (3) Efek pergerakan sumberdaya (*resources movement effect*);
- (4) Adanya penyamaan atau pembalikan
- (5) Menimbulkan *spread effect* yakni semakin berkembangnya produk-produk primer negara berkembang, di sisi lain menimbulkan *back wash effect*, yakni bertambah buruknya industri sekunder/tersier yang umumnya masih tergolong

infant industry (Myrdal, 1957 dalam Olsen, 1971);

- (6) Adanya peningkatan lapangan kerja baru dengan industri yang berorientasi ekspor, namun meningkatkan pengangguran paling tidak dalam jangka pendek pada sektor tradisional, dan tenaga kerja tidak terdidik pada negara-negara dunia ketiga;
- (7) Turunnya harga internasional (karena liberalisasi perdagangan) akan meningkatkan defisi pengeluaran pemerintah karena terjadi pengurangan pajak.

Daya saing internasional ekonomi Indonesia berdasarkan peringkat tahunan terbaru yang disusun oleh *World Economic Forum* (WEF) yang berbasis di Geneva, terus merosot, dari peringkat 37 tahun 1999 menjadi 44 tahun 2000, atau turun tujuh tingkat. Peringkat daya saing perekonomian Indonesia tercatat terus melorot dalam beberapa tahun terakhir, yakni dari peringkat 15 tahun 1997, 31 (1998), 37 (1999), dan tahun 2000 peringkat 44. Dengan demikian sejak krisis finansial Asia pertengahan tahun 1997, peringkat Indonesia sudah merosot 29 angka.

Keadaan tersebut memberi pelajaran bahwa dalam perekonomian yang semakin terbuka, tumpuan daya saing dapat berubah dengan cepat, apalagi jika tumpuan itu adalah industri yang mudah berpindah-pindah (*footlose industries*). Daya saing nasional tidak lagi dapat ditujukan pada suatu produk tanpa mengembangkan sarana pendukungnya. Dengan kata lain, daya saing nasional semakin ditentukan kaitan yang kompleks antara kebijakan makroindustri dan strategi mikroperusahaan. Peningkatan daya saing nasional lebih kompleks karena menyangkut juga kualitas SDM, infrastruktur, dan penguasaan teknologi. Usaha membangun daya saing nasional demikian mendesak karena kesinambungan pertumbuhan ekonomi Indonesia semakin bergantung pada prestasi ekspor dan kemampuan Indonesia untuk bersaing dengan produk impor di pasar dalam negeri sendiri.

Teori perdagangan internasional klasik, mengisyaratkan bahwa suatu negara akan cenderung memprioritaskan produksi dan ekspor pada komoditas-komoditas yang mempunyai keunggulan. Kecenderungan ini terkait dengan pendapat Adam Smith (Hady, 2000), melalui teori *Absolute Advantagenya* yang menyatakan bahwa kemakmuran suatu negara akan dicapai apabila dilakukan perdagangan bebas dan spesialisasi produksi berdasarkan keunggulan absolute yang dimiliki. Sehingga ekspor hanya dilakukan pada barang

yang dapat diproduksi lebih efisien atau memiliki daya saing dan mengimpor barang yang diproduksi relatif kurang memiliki daya saing atau tidak efisien, dimana rasio harga antar negara berbeda.

Analisis daya saing ekspor udang Indonesia menggunakan metode *Revealed Comparatif Advantages* (RCA), dan metode *Constant Market Share Analysis* (CMSA) yang bertujuan untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif produk perikanan Indonesia.

Analisis Keunggulan Komparatif

LPEM (2003), Model Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif di suatu wilayah (negara, propinsi, dll). Argumentasinya adalah bahwa arus pertukaran barang antar negara yang sesungguhnya terjadi merupakan cerminan dari keunggulan komparatif yang dimiliki suatu negara. Pola tersebut tidak hanya menggambarkan biaya untuk memproduksi komoditi tersebut, tetapi juga perbedaan faktor-faktor non harga yang menentukan keunggulan komparatif suatu produk. Perumusan RCA sebagai berikut:

$$\text{IndeksRCA}_{ij} = \frac{X_{ij} / X_{it}}{W_j / W_t}$$

dimana: X_{ij} = nilai ekspor komoditas j dari negara i

X_{it} = nilai ekspor total (produk j dan lainnya) negara i

W_j = nilai ekspor komoditas j di dunia

W_t = nilai ekspor total dunia

RCA dapat dihitung baik untuk volume maupun nilai ekspor komoditi tertentu. Nilai RCA lebih besar dari satu ($RCA > 1$) menggambarkan bahwa pangsa komoditi i di dalam ekspor total suatu negara j lebih besar daripada pangsa rata-rata ekspor komoditi dari semua negara di dunia. Artinya negara tersebut lebih berspesialisasi memproduksi kelompok komoditi tersebut. Sebaliknya RCA kurang dari satu ($RCA < 1$), menunjukkan bahwa negara tersebut tidak mempunyai keunggulan komparatif untuk komoditi tertentu. Sedangkan RCA sama dengan satu menunjukkan bahwa negara tersebut memiliki tingkat keunggulan komparatif yang setara dengan negara-negara umumnya di dunia.

Analisis Keunggulan Kompetitif

Tambunan (2000), tingkat daya saing komoditas ekspor suatu negara atau industri dapat dianalisis

dengan berbagai macam metode atau diukur dengan sejumlah indikator, diantaranya selain *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk mengukur keunggulan komparatif, yang akan dibahas disini adalah *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Ghani (2004), analisis keunggulan kompetitif merupakan tahap selanjutnya dalam analisis daya saing secara keseluruhan, dimana analisis ini melihat keunggulan daya saing produk ekspor perikanan Indonesia dari sisi pasar ekspor dunia (*Market Outlook*). Sehingga pada akhirnya analisis daya saing produk ekspor udang Indonesia yang dilakukan akan menampilkan secara lebih jelas bagaimana sebenarnya posisi Indonesia dalam kinerja ekspor produk perikanan tersebut dibandingkan dengan negara-negara eksportir besar lainnya.

LPEM (2003), CMSA membahas perubahan pangsa ekspor suatu negara terhadap ekspor dunia, yang mencerminkan tingkat persaingan relatif dan orientasi pasar ekspor secara geografis. Analisis ini digunakan untuk melihat komponen-komponen yang menyumbang pertumbuhan ekspor serta melihat permasalahan ekspor secara lebih mendalam seperti efek komposisi komoditas dan distribusi pasarnya. Secara sederhana model CMSA menyatakan bahwa pangsa ekspor suatu negara tertentu adalah fungsi daya saing relatif (*relative competitiveness*).

Analisis CMSA mendekomposisi perubahan ekspor suatu negara, yaitu sebagai berikut:

$$\sum_i \sum_j \Delta q_{ij} = s^o \Delta Q + \quad (1)$$

$$\sum_i \sum_j s_{ij}^o \Delta q_{ij} - \sum_i s_i^o \Delta Q_i + \quad (2)$$

$$\sum_i \sum_j s_{ij}^o \Delta q_{ij} - \sum_j s_j^o \Delta Q_j + \quad (3)$$

$$(\sum_i s_i^o \Delta Q_i - s^o \Delta Q) - (\sum_i \sum_j s_{ij}^o \Delta q_{ij} - \sum_j s_j^o \Delta Q_j) + \quad (4)$$

$$\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^o + \quad (5)$$

$$\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij} \quad (6)$$

dimana: q = nilai ekspor negara yang sedang diteliti

Q = nilai ekspor total dunia (jumlah seluruh negara)

s = share ekspor (q/Q)

o = tahun dasar

i = komoditi yang diteliti

j = negara atau region

Penjelasan dari masing-masing komponen (persamaan) hasil dekomposisi perubahan ekspor adalah sebagai berikut:

1. Efek skala (*scale effect*), menyatakan pertumbuhan ekspor suatu negara yang terjadi jika semua *share* komoditi dan *share* pasar secara geografis tetap konstan.
2. Efek pasar (*geographical market effect*), menyatakan pertumbuhan ekspor yang terjadi jika *share* komoditi tertentu dan *share* pasar secara geografis tetap konstan, kemudian dikoreksi oleh pertumbuhan *share* pasar menurut jenis komoditi.
3. Efek komoditi (*commodity effect*), menyatakan pertumbuhan ekspor yang terjadi jika *share* komoditi tertentu dan *share* pasar secara geografis tetap konstan, kemudian dikoreksi oleh pertumbuhan *share* pasar secara geografis.
4. Efek interaksi (*interaction effect*), menyatakan interaksi efek (2) dan (3).
5. Efek statis (*static effect*), menyatakan pengaruh perubahan *share* ekspor jika ukuran pasar tujuan konstan. Bagian ini dapat ditafsirkan sebagai indikator perubahan persaingan dengan negara yang sama-sama pengekspor ke suatu negara tertentu.
6. Efek dinamis (*dinamic effect*), efek ordo kedua yang menunjukkan interaksi antara perubahan market *share* dan penambahan arus perdagangan.

Data dan Sumber Data

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer merupakan data hasil diskusi dan wawancara dengan para stakeholders seperti pejabat dinas kelautan dan perikanan lokasi riset mengenai perkembangan ekspor dan pangsa pasar ekspor udang Indonesia. Data sekunder merupakan data dalam bentuk laporan, dokumen serta diperoleh dari beberapa terbitan, yaitu; (1) Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia publikasi Bank Indonesia; (2) Statistik Finansial Internasional-publikasi IMF; (3) Data statistik-publikasi DEPPERINDAG; (4) Indikator Ekonomi dalam berbagai tahun publikasi BPS. Sumber data sekunder adalah instansi-instansi terkait seperti badan instansi teknis lingkup Departemen Kelautan dan Perikanan (Ditjen Perikanan Budidaya), Badan Pusat Statistik, Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Kajian analisis daya saing ekspor udang Indonesia dilakukan pada skala nasional. Pengumpulan

data primer dan sekunder penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan September 2004.

HASIL DAN BAHASAN

Kebijakan dalam bidang ekspor perikanan diarahkan pada peningkatan daya saing dan penerobosan serta perluasan pasar luar negeri. Pencapaiannya ditempuh melalui upaya-upaya peningkatan efisiensi produksi, perbaikan mutu komoditas, jaminan kesinambungan dan ketepatan waktu penyerahan, serta penganeekaragaman produk dan pasar. Untuk mendukung semua itu, dilakukan penyempurnaan sarana dan prasarana perdagangan serta pemantapan sarana dan prasarana penunjang ekspor perikanan Indonesia. Berikut ini hasil analisis daya saing baik analisis keunggulan komparatif maupun analisis keunggulan kompetitif ekspor perikanan Indonesia, khususnya komoditas udang.

Keunggulan Komparatif Ekspor Perikanan Indonesia

Hasil Perhitungan RCA atas komoditas ekspor Perikanan Indonesia terhadap dunia secara ringkas komoditi yang selama periode pengamatan secara meyakinkan mempunyai keunggulan komparatif, disajikan pada Tabel 1.

Hasil perhitungan RCA yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk komoditas perikanan Indonesia, nilai RCA Indonesia ke negara tujuan ekspornya secara keseluruhan lebih dari satu (>1). Ini menunjukkan bahwa rata-rata pangsa komoditas ekspor perikanan Indonesia lebih besar dari pangsa pasar rata-rata komoditas perikanan dalam ekspor semua negara dunia. Hal ini juga berarti Indonesia memiliki daya saing berdasarkan sumber daya yang kuat (keunggulan komparatif) untuk ekspor komoditas Perikanan.

Secara spesifik komoditas udang segar memiliki nilai RCA yang paling besar dibandingkan komoditas perikanan lainnya. Hal ini menunjukkan Indonesia masih bergantung pada komoditas udang segar sebagai *prime mover* ekspor Indonesia dan lebih berspesialisasi untuk mengekspor komoditas udang segar. Hal yang sangat disayangkan udang olahan hanya mempunyai nilai RCA yang hanya sedikit lebih besar (1,17) dari batas bawah keunggulan komparatif yang ditentukan (>1), sementara udang olahan memiliki nilai tambah yang lebih besar (harga ekspor yang lebih besar) dibandingkan dengan komoditas udang segar. Ekspor udang olahan hanya mengalami peningkatan sedikit lebih besar relatif

Tabel 1. Nilai RCA
Tabel 1. RCA Value

SITC	RCA	Komoditas/Commodity
36	7.82	Udang, kerang dan sejenisnya, segar/dingin/ <i>Fresh shrimp, shell</i>
35	2.12	Ikan kering, penggaraman atau pengasapan/ <i>Dried fish, salted, smoked fish</i>
34	1.89	Ikan segar, dingin atau beku/ <i>Fresh Fish</i>
37	1.17	Udang dan kerang penggaraman atau pengasapan/ <i>Salted, smoked shrimp, shell</i>

Sumber/Source: Deperindag, 2004 (diolah/processed)

dibandingkan dengan rata-rata dunia sehingga pangsa pasarnya di pasar dunia meningkat.

Ekspor produk perikanan secara keseluruhan memiliki keunggulan komparatif. Hal ini disebabkan oleh produk perikanan dan olahannya tergolong barang kebutuhan primer atau kebutuhan pokok dan karenanya permintaannya pada situasi perekonomian apapun (baik atau kurang baik) selalu ada, dan akan meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk di negara tujuan ekspor tetapi perlu dicermati bahwa kenaikan volume ekspor semata-mata lebih disebabkan oleh karena perluasan pasar secara geografis dan pertumbuhan penduduk, dan bukannya oleh pertumbuhan tingkat pendapatan.

Seperti diketahui bahwa produk perikanan dan olahannya adalah barang kebutuhan pokok, yang bersifat inelastis terhadap harga dan pendapatan. Sehingga ketika pendapatan meningkat, permintaan akan komoditas meningkat dengan proporsi peningkatan yang lebih rendah. Harga komoditas perikanan tidak mungkin menyesuaikan diri, mengikuti kenaikan harga pada komoditas manufaktur yang berteknologi tinggi. Jadi meskipun volume ekspor meningkat, pendapatan devisa belum tentu meningkat.

Ekspor produk perikanan yang masih bergantung pada udang segar, dibandingkan dengan olahannya, yang tidak tahan lama atau kadaluarsa dalam interval waktu pendek akan menyebabkan keterlambatan komoditi terjual, merugikan pedagang dan produsen. Potensi kerugian ini memaksa harga ekspor perikanan khususnya ekspor udang segar semakin tertekan, sehingga pemerintah perlu mempertimbangkan untuk mulai beralih pada komoditi ekspor udang olahan yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi sebagai *prime mover* ekspor perikanan Indonesia.

Hal tersebut sangat berbeda dengan struktur ekspor udang Thailand, dimana ekspor udang olahannya memegang pangsa terbesar dari keseluruhan ekspor udang Thailand, sehingga dapat memberikan devisa yang lebih besar karena memiliki nilai ekspor yang lebih tinggi. Ekspor udang Thailand sangat terbantu dengan kebijakan pemerintah yang menetapkan tingkat suku bunga yang rendah bagi industri perikananannya.

Keunggulan Kompetitif Ekspor Perikanan Indonesia

Hasil analisis *Constant Market Share Analysis* (CMSA) terhadap komoditi ekspor perikanan Indonesia tahun 1998-2001 disajikan pada Tabel 2. Berikut hasil analisis keunggulan kompetitif komoditas ekspor perikanan.

Hasil perhitungan CMSA untuk komoditas ekspor udang olahan seperti ditunjukkan pada Tabel 2. Tanda untuk efek pertumbuhan ekspor dunia adalah positif, sehingga naiknya pertumbuhan dunia mengakibatkan ekspor komoditas udang olahan Indonesia ke negara tujuan utama ekspornya mengalami peningkatan. Tanda untuk efek pasar adalah positif, yang menunjukkan bahwa ekspor komoditas udang olahan terdistribusi pada jenis-jenis komoditas yang permintaannya tumbuh relatif cepat di negara tujuan utama ekspor perikanan Indonesia. Sedangkan efek daya saing bertanda positif yang menunjukkan ekspor komoditas udang olahan memiliki daya saing yang kuat.

Analisis diatas menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan ekspor komoditas udang olahan ke negara tujuan utama ekspor perikanan Indonesia cukup cerah dan menjanjikan dimana efek pertumbuhan dunia dan daya saing menguntungkan sehingga harus terus ditingkatkan pertumbuhan

Tabel 2. Nilai CMSA
Tabel 2. CMSA value

SITC	Efek pertumbuhan ekspor dunia/ <i>World export growth effect</i>	Efek pasar/ <i>Market effect</i>	Efek daya saing/ <i>Competitiveness effect</i>	Komoditas/ <i>Commodity</i>
34	58,429	-2,760	286,427	Ikan segar, dingin dan beku/ <i>Fresh fish</i>
35	-4,711	-196	37,253	Ikan kering, penggaraman atau pengasapan/ <i>Dried fish, salted, smoked fish</i>
37	15,087	497	152,134	Udang dan kerang penggaraman atau pengasapan/ <i>Salted, smoked shrimp, shell</i>

Sumber/*Source*: Deperindag, 2004 (diolah/*processed*)

ekspornya. Hasil perhitungan CMSA untuk komoditas ekspor udang segar menunjukkan tanda untuk efek pertumbuhan ekspor dunia adalah negatif, sehingga naiknya pertumbuhan dunia mengakibatkan ekspor komoditas udang olahan Indonesia ke negara tujuan utama ekspornya mengalami penurunan.

Tanda untuk efek pasar adalah negatif, yang menunjukkan bahwa ekspor komoditas udang segar terdistribusi pada jenis-jenis komoditas yang permintaannya tumbuh relatif lambat di negara tujuan utama ekspor perikanan Indonesia. Sedangkan efek daya saing bertanda positif yang menunjukkan ekspor komoditas udang segar memiliki daya saing yang kuat.

Hasil analisis di atas memang tidak terlalu menguntungkan, sehingga perlu dicari jalan keluarnya dengan cara mencermati bahwa daya beli masyarakat negara tujuan utama ekspor udang segar sangat mendukung pertumbuhan ekspor komoditas udang segar. Satu yang harus diupayakan agar produk yang diekspor kualitasnya benar-benar terjaga dan mutunya baik, sehingga pangsa pasar untuk komoditas udang segar dapat ditingkatkan dari waktu ke waktu dan memiliki nilai tukar (TOT) yang menguntungkan. Kalaupun efek pasar bertanda negatif, hal tersebut dapat diupayakan dengan berbagai macam cara yang penekanannya pada masalah periklanan (*advertising*) ke negara tujuan ekspor, sehingga permintaan komoditas ekspor udang segar dapat tumbuh relatif lebih cepat.

Hal krusial lainnya yang harus ditingkatkan adalah efisiensi produksinya. Cina merupakan negara dengan struktur produksi udang yang sangat efisien sehingga harga jual dapat ditekan semurah mungkin dan dapat mendukung peningkatan keunggulan komparatif ekspor udang negara tersebut.

Kebijakan Ekspor Perikanan Indonesia

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada dasarnya merupakan akibat dari semakin cepatnya proses integrasi perekonomian Indonesia ke dalam perekonomian global, dimana pada saat yang sama perangkat kelembagaan bagi bekerjanya ekonomi pasar yang efisien belum tertata dengan baik. Di satu sisi, keterbukaan perekonomian dengan sistem devisa bebas dan berbagai langkah deregulasi yang ditempuh pemerintah telah memberikan manfaat yang besar bagi perkembangan perekonomian domestik yang bergerak terus secara dinamis. Kegairahan dunia usaha yang didukung oleh kondisi makroekonomi yang stabil telah mengundang masuknya modal asing dalam jumlah besar, khususnya dari sektor swasta. Berbagai perkembangan ini, ditambah dengan proses privatisasi yang semakin kuat, telah menjadi faktor pendorong penting bagi tingginya kegiatan ekonomi Indonesia. Akan tetapi, di sisi lain, dinamisme perekonomian makro yang tinggi tersebut tidak sepenuhnya disertai dengan upaya untuk menata pengelolaan dunia usaha (mikroekonomi). Hal ini dapat dilihat antara lain

dari rendahnya kualitas keputusan yang diambil oleh dunia usaha dan pemerintah akibat kurangnya transparansi dan konsistensi serta lemahnya informasi. Selain itu, kurang optimalnya pemanfaatan sumber daya perikanan, baik oleh sektor swasta maupun pemerintah, juga merupakan cerminan dari menurunnya efisiensi pengelolaan dunia usaha.

Guna memacu pertumbuhan ekonomi dan mengurangi angka pengangguran, sekaligus melepaskan diri dari tekanan krisis ekonomi, maka upaya untuk mengembangkan bidang perdagangan luar negeri dan mendorong pertumbuhan sektor riil perlu mendapat prioritas. Peningkatan ekspor perikanan terutama udang, mempunyai manfaat bagi pemerintah, antara lain untuk pembangunan nasional/perolehan devisa (*gain from trade*), penyerapan tenaga kerja, memacu tumbuhnya sektor riil, memacu pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat. Sedangkan manfaat bagi dunia usaha adalah untuk memperpanjang produk perusahaan yang mengalami kejenuhan pasar lokal, memanfaatkan kelebihan produksi (untuk mendapatkan *production economic scale* yang lebih menguntungkan), diversifikasi geografis (memperluas pasar) dan kesempatan meraih potensi pasar yang sangat besar.

Seperti diketahui, bahwa ekspor perikanan hanya dapat dikembangkan apabila sektor produksi meningkat, baik melalui pemanfaatan kapasitas terpasang maupun perluasan produksi melalui investasi baru, oleh karena itu kebijakan daerah melalui PERDA seyogyanya dipertimbangkan secara seksama agar senantiasa sinkron dengan arah pembangunan nasional, serta terciptanya konsistensi dan kepastian hukum. Dalam pengembangan perdagangan luar negeri, khususnya peningkatan ekspor perikanan, terdapat tiga fungsi yang harus dilakukan secara serentak dan terarah, yakni *Trade Policy*, *Trade Diplomacy* dan *Trade Promotion*. Bila ketiga fungsi tersebut dilaksanakan dengan baik, maka dapat memberikan dampak yang saling sinergis, sehingga upaya peningkatan ekspor perikanan Indonesia, khususnya komoditas udang dapat lebih mudah dicapai.

Kecenderungan perusahaan besar untuk menguasai pasar domestik dengan proteksi harus semakin dibatasi dan dialihkan pada kemampuan bersaing di pasar internasional. Sudah saatnya dukungan langsung diberikan kepada perusahaan yang berpotensi dalam mengembangkan daya saing nasional. Dukungan tersebut dapat berupa subsidi suku bunga, keringanan pajak, maupun dukungan tidak langsung seperti subsidi pelatihan tenaga kerja dalam meningkatkan keunggulan

komparatif dan kompetitif ekspor udang Indonesia. Penentuan perusahaan-perusahaan domestik dan patungan yang berpotensi ekspor itu membuat kebijakan membangun daya saing nasional lebih terfokus.

Berdasarkan hasil analisis maka kebijakan ekspor yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing ekspor udang Indonesia adalah meningkatkan efisiensi produksi udang Indonesia seperti yang dilakukan struktur produksi Cina sehingga harga udang dapat ditekan semurah mungkin dalam menghadapi serbuan udang Cina. Kebijakan tingkat suku bunga rendah dapat diterapkan untuk membantu struktur produksi udang Indonesia seperti yang dilakukan oleh Thailand yang pada akhirnya akan meningkatkan devisa negara secara keseluruhan. Selain itu masalah mutu juga merupakan masalah yang sangat serius dalam upaya peningkatan keunggulan kompetitif udang Indonesia.

Pada umumnya, perusahaan asing yang ingin berelokasi ke Indonesia mengalami permasalahan dalam mendapatkan rekan perusahaan domestik yang memadai. Perusahaan domestik masih enggan memasuki bidang industri perikanan karena besarnya investasi dan kerasnya persaingan. Namun jika masalah itu tidak dipecahkan, daya saing ekspor perikanan nasional akan terus merosot. Produk-produk perikanan pun tidak akan berkembang karena pola produksi yang masih sederhana dan kurangnya dukungan hasil penelitian dan pengembangan. Perkembangan kawasan industri dan jaringan infrastruktur merupakan unsur pendukung perkembangan industri andalan untuk meningkatkan daya saing ekspor udang nasional. Kawasan industri dan jaringan infrastruktur yang mendukung menjadi faktor penarik juga bagi relokasi industri. Masalah tingginya harga tanah dan infrastruktur yang kurang memadai menyebabkan keengganan bagi investor untuk menanamkan modalnya. Meningkatnya upah pekerja harus diikuti juga peningkatan produktivitas.

Semua masalah itu meningkatkan biaya produksi yang dapat membuat investor semakin enggan menanamkan investasinya. Sayangnya, masalah peningkatan harga tanah bagi kawasan industri dan pembangunan infrastruktur yang relatif tertinggal terhadap tuntutan perkembangan industri tidak dapat dipecahkan seketika. Ketersediaan jaringan infrastruktur yang lebih baik akan menarik perusahaan asing untuk berelokasi di Indonesia dalam rangka mendapatkan akses lebih besar bagi pasar ASEAN dalam perdagangan bebas.

Selama ini negara tujuan ekspor perikanan Indonesia lebih terkonsentrasi pada wilayah Asia Timur dan Tenggara, Amerika Serikat, dan Eropa Barat.

Beberapa negara dari kawasan tersebut beberapa tahun belakangan ini mengalami kondisi pertumbuhan ekonomi yang kurang begitu baik. Hal ini tentunya dikhawatirkan akan berdampak buruk bagi kelanjutan permintaan barang ekspor.

Untuk kemungkinan terjadinya penurunan ekspor Indonesia di negara tujuan utama ekspor Indonesia, saat ini pemerintah berusaha mengalokasikan negara diluar negara tujuan utama ekspor yang potensial untuk dijadikan tujuan ekspor baru. Di kawasan-kawasan tersebut, ekspor perikanan Indonesia belum terlalu dieksplorasi sehingga masih ada kemungkinan pengembangan pangsa pasar produk perikanan khususnya udang dari Indonesia ke negara-negara di kawasan tersebut. Menurut LPEM (2003), kawasan yang dinilai potensial sebagai tujuan ekspor adalah kawasan Timur Tengah (Oman, Qatar, Bahrain, Jordan, Syria, Kuwait), Eropa Timur (Czechyà, Hungary, Polandia, Rumania, Bulgaria), Amerika Latin (Panama, Peru, Venezuela, Mexico) dan Afrika (Libya, Algeria, Maroko, Mesir).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Hasil analisis memang tidak terlalu menguntungkan, sehingga perlu dicari jalan keluarnya, dengan mencermati bahwa daya beli masyarakat negara tujuan utama ekspor udang segar sangat mendukung pertumbuhan ekspor komoditas udang segar. Satu yang harus diupayakan agar produk yang diekspor kualitasnya benar-benar terjaga dan mutunya baik, sehingga pangsa pasar untuk komoditas udang segar dapat ditingkatkan dari waktu ke waktu dan memiliki nilai tukar (TOT) yang menguntungkan. Walaupun efek pasar bertanda negatif, hal tersebut dapat diupayakan dengan berbagai macam cara yang penekanannya pada masalah perikanan (*advertising*) ke negara tujuan ekspor, sehingga permintaan komoditas ekspor udang segar dapat tumbuh relatif lebih cepat.

Kebijaksanaan dalam bidang ekspor perikanan diarahkan pada peningkatan daya saing dan penerobosan serta perluasan pasar luar negeri. Pencapaiannya ditempuh melalui upaya-upaya peningkatan efisiensi produksi, perbaikan mutu komoditas, jaminan kesinambungan dan ketepatan waktu penyerahan, serta penganeekaragaman produk dan pasar. Untuk mendukung semua itu, dilakukan

penyempurnaan sarana dan prasarana perdagangan penunjang ekspor perikanan Indonesia. Guna meningkatkan daya saing pada tahapan produksi yang lebih kompleks, perusahaan membutuhkan mesin baru, keterampilan yang lebih tinggi, dan dana yang lebih besar. Tanpa campur tangan pemerintah dalam mengatasi permasalahan itu, transformasi industri untuk mendukung daya saing ekspor udang nasional tidak dapat berjalan dengan baik.

Dalam pengembangan perdagangan luar negeri, khususnya peningkatan ekspor, terdapat tiga fungsi yang harus dilakukan secara serentak dan terarah, yakni *Trade Policy*, *Trade Diplomacy* dan *Trade Promotion*. Bila ketiga fungsi tersebut dilaksanakan dengan baik, maka dapat memberikan dampak yang saling sinergis, sehingga upaya peningkatan ekspor komoditas perikanan Indonesia, khususnya komoditas udang dapat lebih mudah dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Bafes, J. 1991. *Some Further Evidence on the Law of One Price: The Law of One Price Still Holds*. American Agricultural Economics Association.
- Depperindag. 2003. *Data Statistik Indikator Perekonomian Dalam Negeri*, berbagai edisi. Jakarta.
- Deperindag. 2003. *Data Statistik Ekspor Impor Indonesia*, berbagai edisi. Jakarta.
- Devarajan, S., J.D. Lewis, and S. Robinson. 1990. Policy Lessons from Trade – Focussed, Two Sector Models, *Journal of Policu Modeling*. 12 (4) : 625 – 657.
- Ghani, S. 2004. *Analisis Ketergantungan Perekonomian dan Daya Saing Ekspor Indonesia: Suatu Pendekatan Persamaan Simultan, Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Constant Market Share Analysis (CMSA)*. Thesis Magister. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Hady H. 2000. *Ekonomi Internasional, Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- LPEM. 2003. *Pemantapan Ekspor Non Migas ke Negara Non Tradisional*. LPEM-UI. Jakarta.
- Myrdal, G. 1956. *Development and Underdevelopment. National Bank of Egypt Fiftieth Anniversary Commemoration Lectures*. Cairo. p. 47-51.
- Olsen, E. 1971. *How does Trade Affect the International Distribution of Income? International Trade Theory and Regional Income Differences*.