

Analisis ekspor udang Indonesia : dengan estimasi permintaan udang beku di pasar Amerika Serikat dan Jepang = An analysis on Indonesia's shrimp export : by estimation on frozen shrimp demand in United States and Japan markets / Sinta Nurwijayanti

Sinta Nurwijayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349022&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Udang merupakan salah satu produk ekspor utama di Indonesia. Nilai ekspor udang mencapai 38% dari total ekspor produk perikanan Indonesia pada tahun 2012. Studi ini bertujuan untuk mengestimasi fungsi permintaan udang beku di pasar tujuan utama untuk ekspor udang Indonesia (Pasar Amerika Serikat dan Jepang) menggunakan fungsi transcendental logarithmic (TL). Studi ini menggunakan data sekunder dari UN COMTRADE periode 1991-2011 untuk pasar USA dan 1988-2011 untuk pasar Jepang. Hasil empiris mengindikasikan bahwa penurunan harga pada udang beku akan meningkatkan share Indonesia di pasar USA and Jepang. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa elastisitas pendapatan untuk udang beku Indonesia adalah unit elastis. Simulasi kebijakan menyarankan bahwa kebijakan penurunan harga untuk ekspor udang beku Indonesia lebih efektif dilakukan di pasar USA dibandingkan di pasar Jepang.

<hr>

ABSTRACT

Shrimp is one of the main fishery export product in Indonesia. Export value of shrimp reached approximately 38% of the total Indonesian fishery export in 2012. This study estimates demand function on frozen shrimp in the main destination countries for Indonesian shrimp export (United States and Japan markets) using transcendental logarithmic (TL) function. Secondary data from UN COMTRADE in period 1991-2011 for US market and 1988-2011 for Japan market are used in this study. Empirical results indicate that reducing in frozen shrimp price increases Indonesia share in US and Japan markets. We also find that income elasticity for Indonesian frozen shrimp is unit elastic. The simulation suggests that reducing price policy for Indonesian frozen shrimp export is more effective to do in U.S. market than in Japan market.