

Kajian kinerja ekspor udang Indonesia 1997-2001: Melalui pendekatan Constant Market Share (CMS)

Andang Iskandar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75000&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia yang memiliki garis pantai sepanjang 81.000 km dengan perairan pantainya seluas 5.8 juta km² merupakan negara yang potensial dalam pengembangan budidaya tambak udang. Namun, pada kenyataannya selama periode 1997-2001 ekspor udang tidak beku Indonesia selalu mengalami penurunan. Tahun 1997 Indonesia mengekspor udang senilai US\$ 11,44 juta dan menurun drastis pada tahun 2001 menjadi US\$ 5,43 juta. Turunnya pertumbuhan ekspor komoditas ini jelas berdampak kepada menurunnya perolehan devisa dan pendapatan petani tambak.

Analisis dengan menggunakan Konstanta Pangsa Pasar (Constant Market Share/CMS) dapat memperlihatkan kinerja ekspor komoditas udang tidak beku Indonesia di pasar internasional. Dari hasil analisis dapat diketahui pengaruh impor negara tujuan ekspor, komposisi komoditi, dan daya saing terhadap pertumbuhan ekspor udang Indonesia. Analisis terhadap pengaruh ketiga faktor tersebut dapat dipergunakan sebagai masukan untuk menentukan kebijakan selanjutnya.

Dari hasil analisis melalui perhitungan CMS, diketahui bahwa di pasar Malaysia, kinerja ekspor udang tidak beku Indonesia sangat baik dibandingkan dengan pasar Amerika Serikat dan Inggris. Baiknya kinerja ekspor udang Indonesia di Malaysia dipengaruhi oleh daya saing komoditas yang bersangkutan, walaupun pertumbuhan impor Malaysia dan komposisi komoditi yang bersangkutan menunjukkan angka negatif. Sementara itu buruknya kinerja ekspor udang Indonesia di pasar Amerika Serikat dan Inggris lebih disebabkan oleh rendahnya daya saing komoditas yang bersangkutan di pasar kedua negara tersebut, meskipun pertumbuhan impor kedua negara tersebut dan pengaruh komposisi komoditi cukup tinggi. Di samping itu adanya ketentuan zero tolerance terhadap kandungan chloramphenicol (sejenis antibiotik) yang disyaratkan oleh kedua negara tersebut terhadap impor udang tidak beku dari negara-negara Asia termasuk Indonesia dan kampanye anti udang tambak yang dilakukan oleh LSM yang tergabung dalam Global Aquaculture Alliance (GAA) juga turut memperburuk kinerja ekspor udang tidak beku Indonesia.

Hasil penelitian ini menyarankan bahwa sudah waktunya Indonesia melakukan diversifikasi pasar (membuka pasar baru) melalui promosi ekspor dengan mengikuti pameran perikanan internasional di negara-negara nontradisional sehingga produk perikanan Indonesia khususnya udang lebih dikenal di negara-negara tersebut. Dengan demikian ekspor hasil perikanan Indonesia, khususnya udang, tidak hanya terpaku pada pasar tradisional (Amerika Serikat, Uni Eropa dan Jepang). Selain itu Indonesia harus melakukan perbaikan-perbaikan terhadap budidaya tambak udang, baik ekstensifikasi tambak (ekstam) maupun intensifikasi tambak (intam) yang tetap menjaga kelestarian alam, sehingga produksi dan ekspor komoditas ini dapat kembali meningkat.