

## ANALISIS DAYA SAING PRODUK PERIKANAN INDONESIA DI PASAR JEPANG: STUDI KASUS INDONESIA DENGAN JEPANG

Fitri Madani<sup>1</sup>, Daspar<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

<sup>1</sup>[fitrimadaniiii02@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:fitrimadaniiii02@mhs.pelitabangsa.ac.id), <sup>2</sup>[daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini membahas kemampuan produk perikanan Indonesia dalam bersaing di pasar Jepang dengan menggunakan pendekatan analitis RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Komoditas yang dianalisis mencakup udang dan tuna, sebagai dua hasil laut utama yang diekspor ke Jepang. Hasil kajian menunjukkan bahwa kedua produk tersebut memiliki keunggulan komparatif. Meski demikian, hambatan seperti regulasi ketat dari Jepang dan belum optimalnya rantai pasok menjadi tantangan tersendiri. Penelitian ini memberikan beberapa usulan strategis untuk memperkuat daya saing melalui peningkatan teknologi, diversifikasi produk, dan optimalisasi kerja sama bilateral.

**Kata kunci:** Daya saing, ekspor perikanan, Jepang, RCA, perdagangan global.

### Abstract

*This article examines the competitiveness of Indonesian fishery products in the Japanese market by applying the Revealed Comparative Advantage (RCA) method. The analysis focuses on shrimp and tuna, two primary marine products exported to Japan. Findings indicate that both commodities exhibit strong comparative advantages. However, challenges remain due to strict import standards in Japan and inefficiencies in Indonesia's cold chain systems. Strategic recommendations include enhancing processing technologies, diversifying value-added products, and strengthening bilateral cooperation frameworks.*

**Keywords:** Competitiveness, fishery exports, Japan, RCA, global trade.

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan laut yang sangat besar, menjadikannya salah satu negara eksportir utama hasil perikanan. Letak geografis yang berada di wilayah tropis serta keanekaragaman hayati lautnya memberikan potensi ekonomi yang luar biasa, terutama dalam sektor ekspor ke negara maju seperti Jepang. Negara tersebut tidak hanya dikenal dengan konsumsi hasil laut yang tinggi, namun juga dengan penerapan regulasi ketat dalam sistem keamanannya, seperti HACCP dan batas residu maksimum.

Dalam kerangka perdagangan internasional, evaluasi daya saing sangat penting untuk menentukan posisi Indonesia di pasar global. Teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa negara akan memperoleh manfaat dari ekspor barang yang dapat diproduksi secara efisien. Krugman dan Obstfeld (2012) menyebutkan bahwa spesialisasi dalam komoditas unggulan dapat meningkatkan kesejahteraan melalui pertukaran barang.

Lebih lanjut, Porter (1990) dalam Model Diamond menyatakan bahwa daya saing suatu industri ditentukan oleh faktor-faktor seperti sumber daya, permintaan domestik, industri pendukung, dan strategi perusahaan. Dalam konteks sektor perikanan, faktor-faktor ini termasuk kualitas hasil laut, teknologi pengolahan, dan pemenuhan standar mutu internasional.

Sebagai alat ukur kuantitatif, Balassa (1965) memperkenalkan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan ekspor suatu negara dalam komoditas tertentu. Nilai RCA > 1 menunjukkan adanya daya saing yang kuat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan mengkaji daya saing komoditas perikanan Indonesia (udang dan tuna) berdasarkan data dari BPS, FAO, ITC, JETRO, dan KKP dalam kurun waktu 2020-2023. Analisis ini bertujuan untuk menghitung nilai RCA komoditas udang dan tuna, membandingkan posisi Indonesia terhadap negara pesaing seperti Vietnam dan Thailand, serta merumuskan strategi untuk peningkatan ekspor produk perikanan Indonesia ke pasar Jepang.

## PERDAGANGAN INDONESIA - JEPANG

### Kinerja Ekspor Produk Perikanan Indonesia ke Jepang

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), nilai ekspor produk perikanan Indonesia ke Jepang pada tahun 2022 tercatat sebesar USD 911,4 juta, mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang berada pada angka USD 878,2 juta. Dari jumlah tersebut, udang mendominasi ekspor dengan kontribusi sekitar 49,6%, disusul oleh tuna, tongkol, dan cakalang (TTC) sebesar 40,3%, serta cumi-cumi dan gurita sebesar 10,1%. Data ini menegaskan bahwa udang dan tuna adalah dua komoditas unggulan Indonesia di pasar Jepang.

Kenaikan nilai ekspor tersebut mencerminkan tren yang positif, meskipun Indonesia masih menghadapi tantangan di berbagai aspek seperti biaya logistik yang tinggi, fluktuasi harga global, serta peningkatan permintaan akan produk bersertifikasi mutu tinggi (KKP, 2023). Konsumen Jepang dikenal sangat memperhatikan kualitas dan keamanan produk, yang membuat pasar ini sangat kompetitif namun juga potensial bagi produk perikanan Indonesia.

## Hasil Pengukuran Daya Saing dengan RCA

Untuk mengukur keunggulan komparatif Indonesia dalam komoditas perikanan, digunakan indikator *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang dikembangkan oleh Balassa (1965). Nilai RCA > 1 menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produk tertentu.

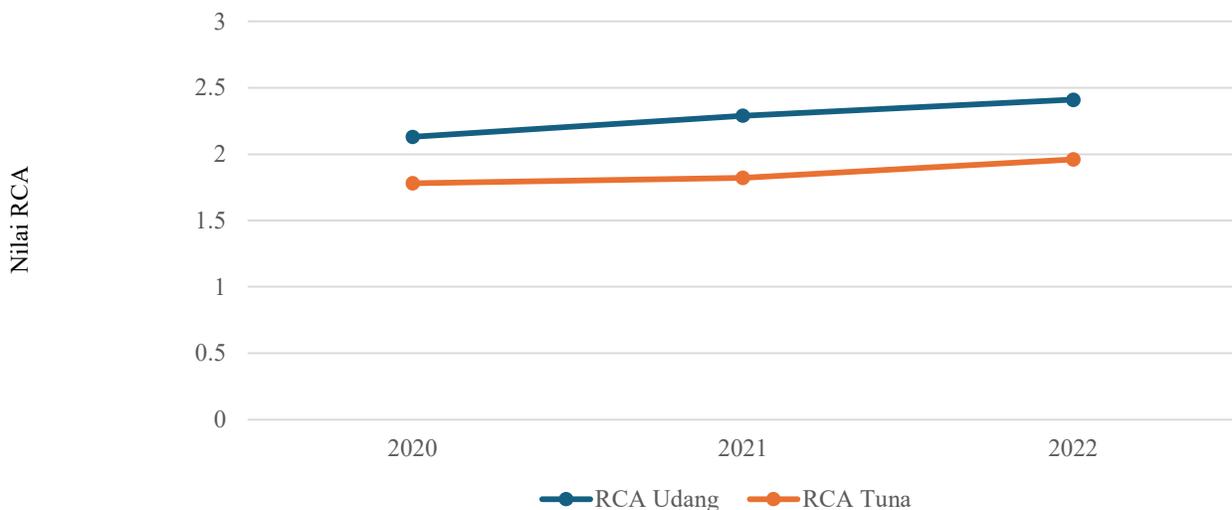
Tabel 1. Nilai RCA Komoditas Udang dan Tuna Indonesia di Pasar Jepang (2020-2022)

Tahun	RCA Udang	RCA Tuna
2020	2,13	1,78
2021	2,29	1,82
2022	2,41	1,96

Sumber: Diolah dari BPS dan ITC Trade Map, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa komoditas udang memiliki nilai RCA tertinggi dibandingkan tuna dalam tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa udang merupakan produk yang paling kompetitif untuk pasar Jepang. Peningkatan nilai RCA dari 2,13 pada tahun 2020 menjadi 2,41 pada 2022 menandakan adanya penguatan keunggulan komparatif Indonesia di sektor ini. Tuna juga menunjukkan tren yang meningkat dari 1,78 ke 1,96, yang artinya daya saing ekspor tuna juga semakin membaik.

Gambar 1. Grafik Nilai RCA Udang dan Tuna Indonesia (2020-2022)



Sumber: Diolah dari BPS dan ITC Trade Map, 2023

Nilai RCA yang meningkat dari tahun ke tahun menunjukkan penguatan posisi Indonesia dalam ekspor udang dan tuna ke Jepang. Nilai RCA > 1 menandakan keunggulan komparatif dalam dua komoditas tersebut.

## Perbandingan Daya Saing Regional

Meskipun Indonesia memiliki potensi besar dari sisi produksi, namun dalam hal pengolahan pascapanen dan efisiensi logistik, Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara pesaing utama seperti Vietnam dan Thailand. Berdasarkan laporan FAO (2020), Vietnam memiliki teknologi pengolahan makanan laut yang lebih maju, terutama dalam produk olahan siap saji yang sesuai dengan pasar modern seperti Jepang dan Eropa. Thailand unggul dalam sistem distribusi rantai dingin (*cold chain*) dan integrasi logistik yang efisien, menjadikan ekspor mereka lebih terjaga kualitasnya hingga ke konsumen akhir.

Indonesia sendiri masih menghadapi hambatan dalam pengembangan infrastruktur perikanan terpadu, terutama di wilayah Indonesia Timur yang menjadi sentra produksi utama. Akibatnya, biaya logistik menjadi tinggi dan memengaruhi daya saing harga di pasar ekspor (World Bank, 2022).

## Tantangan yang Dihadapi Indonesia

Dalam memperkuat posisi ekspor produk perikanan ke Jepang, Indonesia menghadapi sejumlah tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah ketatnya regulasi mutu dan keamanan pangan di Jepang. Negara ini menerapkan standar internasional seperti HACCP, sistem pelacakan asal produk (*traceability*), serta batas residu maksimum (MRLs) yang ketat untuk memastikan keamanan konsumsi masyarakatnya. Produk perikanan yang tidak memenuhi standar tersebut sangat berisiko ditolak di pelabuhan masuk Jepang, yang tidak hanya merugikan secara ekonomi tetapi juga mencoreng reputasi dagang Indonesia di mata internasional (Nakamura, 2018). Selain itu, Indonesia juga memiliki kelemahan dalam sistem rantai dingin yang berfungsi menjaga kesegaran dan mutu hasil laut sejak dari proses penangkapan hingga ke titik ekspor. Keterbatasan fasilitas penyimpanan, transportasi berpendingin, serta distribusi yang belum efisien membuat produk rentan mengalami penurunan kualitas, terutama dalam ekspor jarak jauh ke pasar Jepang yang menuntut standar tinggi.

Di sisi lain, struktur ekspor Indonesia yang masih banyak bergantung pada produk mentah juga menjadi tantangan tersendiri. Diversifikasi produk ekspor yang belum optimal menyebabkan nilai tambah produk perikanan Indonesia cenderung stagnan. Sementara negara pesaing seperti Vietnam dan Thailand telah mengembangkan berbagai inovasi produk olahan siap saji yang dikemas modern dan sesuai dengan selera konsumen Jepang, Indonesia masih mendominasi ekspor dalam bentuk bahan baku atau setengah jadi. Minimnya inovasi dalam bentuk pengolahan, pengemasan, serta strategi pemasaran yang disesuaikan dengan pasar tujuan menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing secara berkelanjutan (FAO, 2020; JETRO, 2023).

## Strategi Penguatan Daya Saing Produk Perikanan

Guna mengatasi tantangan yang ada dan meningkatkan posisi tawar produk perikanan Indonesia di pasar Jepang, diperlukan berbagai strategi yang komprehensif. Salah satu upaya penting adalah peningkatan teknologi pascapanen dan pengolahan hasil laut. Hal ini mencakup pengembangan unit pengolahan bersertifikasi HACCP di sentra-sentra perikanan, penggunaan teknologi pendingin cepat seperti blast freezer, serta pelatihan keterampilan teknis bagi tenaga kerja lokal. Upaya ini dapat memperpanjang masa simpan produk dan mempertahankan

kesegaran hingga produk sampai ke tangan konsumen Jepang yang sangat selektif terhadap kualitas.

Selain aspek teknis, Indonesia juga perlu mendorong diversifikasi produk ekspor. Pelaku usaha perikanan harus diarahkan untuk mengembangkan produk olahan bernilai tambah tinggi seperti sushi-grade tuna, makanan laut siap masak, atau camilan berbasis seafood dengan kemasan yang menarik dan informatif. Inovasi produk ini harus dikombinasikan dengan strategi pemasaran berbasis riset konsumen Jepang, yang memiliki preferensi terhadap kebersihan, efisiensi konsumsi, serta nilai gizi yang terukur (JETRO, 2023).

Optimalisasi kerja sama bilateral juga perlu dimaksimalkan. Melalui skema seperti *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA), Indonesia memiliki peluang untuk memperkuat kerja sama teknis, mendapatkan pelatihan dari tenaga ahli Jepang, serta memanfaatkan promosi bersama di pameran internasional.

Di samping itu, penting pula memberikan dukungan konkret kepada pelaku UMKM dan koperasi nelayan agar mereka mampu menembus pasar ekspor. Bentuk dukungan ini dapat berupa subsidi sertifikasi, pelatihan ekspor, dan insentif logistik untuk pengiriman produk dari daerah terpencil. Dengan strategi-strategi tersebut, diharapkan Indonesia tidak hanya mempertahankan eksistensinya di pasar Jepang, tetapi juga memperluas pangsa pasar dengan produk-produk perikanan yang unggul secara kualitas, inovatif, dan kompetitif secara global.

## **PENUTUP**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi dan daya saing yang tinggi dalam perdagangan produk perikanan, khususnya udang dan tuna, di pasar Jepang. Hal ini tercermin dari nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang secara konsisten berada di atas angka 1 dalam tiga tahun terakhir, bahkan terus mengalami peningkatan. Untuk udang, nilai RCA meningkat dari 2,13 pada tahun 2020 menjadi 2,41 pada 2022, sementara tuna mengalami kenaikan dari 1,78 menjadi 1,96 dalam periode yang sama (BPS, 2023; Balassa, 1965). Keunggulan komparatif ini tidak lepas dari kekayaan sumber daya laut Indonesia yang melimpah dan letak geografis strategis sebagai negara kepulauan. Namun demikian, keberhasilan dalam menembus pasar Jepang tidak semata-mata bergantung pada volume ekspor, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepatuhan terhadap standar mutu, efisiensi logistik, keberlanjutan produksi, serta adaptasi terhadap dinamika permintaan pasar global.

Sejumlah tantangan masih dihadapi dalam memperkuat posisi Indonesia di pasar Jepang. Regulasi keamanan pangan Jepang yang sangat ketat menuntut adanya sertifikasi seperti HACCP dan sistem pelacakan produk (Nakamura, 2018). Selain itu, keterbatasan infrastruktur logistik, termasuk lemahnya sistem rantai dingin (*cold chain*), menjadi penghambat utama dalam menjaga kualitas produk dari daerah produksi hingga ke pelabuhan ekspor (World Bank, 2022). Di samping itu, rendahnya tingkat diversifikasi produk serta minimnya inovasi dalam pengolahan, pengemasan, dan branding menyebabkan Indonesia masih tertinggal dari negara pesaing seperti Vietnam dan Thailand, yang lebih unggul dalam aspek efisiensi dan nilai tambah produk (JETRO, 2023).

Menghadapi kondisi tersebut, sejumlah langkah strategis perlu dilakukan. Pemerintah harus memperkuat infrastruktur logistik dan teknologi pascapanen, seperti pengembangan unit pengolahan bersertifikasi HACCP, pemanfaatan teknologi pendingin modern, dan pelatihan teknis bagi sumber daya manusia di sektor perikanan (KKP, 2023). Sementara itu, pelaku usaha perlu didorong untuk berinovasi dalam menciptakan produk olahan bernilai tambah tinggi, misalnya makanan laut siap saji dan sushi-grade tuna, dengan pengemasan modern yang sesuai dengan selera pasar Jepang (FAO, 2020).

Di tingkat kebijakan, kerja sama bilateral seperti *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) harus dioptimalkan, tidak hanya untuk membuka akses pasar, tetapi juga untuk memperkuat pertukaran teknologi dan promosi dagang melalui program bersama (JETRO, 2023).

Dukungan terhadap UMKM juga penting dilakukan melalui fasilitasi sertifikasi, pendampingan teknis, dan akses informasi pasar. Sistem informasi berbasis data tentang preferensi konsumen Jepang juga perlu dikembangkan, agar pelaku usaha memiliki acuan dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran. Melalui pendekatan yang holistik dan terintegrasi, Indonesia diharapkan tidak hanya mampu mempertahankan posisi di pasar Jepang, tetapi juga memperkuat daya saing global secara berkelanjutan di sektor perikanan, baik dari sisi kualitas, inovasi, maupun efisiensi rantai pasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and "Revealed" Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Ekspor Perikanan Indonesia 2020-2022. <https://www.bps.go.id>
- FAO. (2020). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2020*. Rome: Food and Agriculture Organization.
- ITC Trade Map. (2023). *International Trade Statistics for Fish and Seafood*. <https://www.trademap.org>
- JETRO. (2023). *Japan Import Market Overview: Fishery Products*. Tokyo: JETRO.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). *Laporan Tahunan Sektor Kelautan dan Perikanan*. Jakarta: KKP RI.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2012). *International Economics: Theory and Policy* (9th ed.). Boston: Pearson.
- Nakamura, K. (2018). *Japanese Seafood Import Regulations and Trends*. Tokyo: Japan Fisheries Association.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Ramadhani, F. (2021). Daya saing ekspor udang Indonesia ke Jepang. *Jurnal Ekonomi Maritim*, 9(1), 45-55.
- Sari, N. W., & Andriani, L. (2022). Peran kerja sama teknis dalam peningkatan ekspor hasil laut. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Internasional*, 6(2), 112-127.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, S., Putri, N., & Kurniawan, H. (2024). Perdagangan pangan Indonesia-Thailand. *Jurnal Perdagangan Internasional dan Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 89-101.
- World Bank. (2022). *Logistics Performance Index*. <https://lpi.worldbank.org>