ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KEPITING DI PASAR INTERNASIONAL

SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh:

YOHANA CARLA THERESIA NIM.135080400111014



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KEPITING INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perikanan
Di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh:
YOHANA CARLA THERESIA

NIM.135080400111014



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017

SKRIPSI

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KEPITING INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Oleh:

YOHANA CARLA THERESIA NIM. 135080400111014

Telah dipertahankan di depan penguji pada Rabu, 5 April 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Dosen Penguji I

(Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP)

NIP.

Tanggal: 1 8 APR 2017

Dosen Penguji II

(Tiwi Nurjannati Utami, S.Pi, MM)

NIP.

Tanggal: 18 APR

Dosen Pembimbing I

(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)

NIP. 19660604 1990 2 002

Tanggal: 18 APR 2017

Dosen Penguji II

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)

NIP. 196104171990031001

Tanggal: 1 8 APR 2017

Mengetahui tua Jurusan SEPK

(Dr.Ir: Nuddin Harahap, MP) NIP. 196104171990031001

Tanggal: 18 APR 2017

RINGKASAN

Yohana Carla Theresia. Analisis Daya Saing Ekspor Kepiting Indonesia di Pasar Internasional (Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP dan Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP).

Perdagangan internasional adalah perdagangan barang – barang dari suatu negera, ke lain negera di luar batas negara. Setiap negara berbeda dengan negara lainnya ditinjau dari sudut sumber alamnya, iklim, letak geografis, penduduk, keahlian, tenaga kerja, keadaan struktur ekonomi dan sosialnya. Perbedaan – perbedaan itu menimbulkan pula perbedaan barang yang dihasilkan, biaya yang diperlukan, serta mutu dan kuantumnya. Kerana itu adanya negara yang lebih unggul dan lebih istimewa dalam memproduksi hasil tertentu (Amir, 1984).

Pertumbuhan ekspor Indonesia mulai tahun 2010 hingga tahun 2014 memiliki nilai ekspor migas dan non migas yang bervariatif seperti yang terdapat pada Tabel 1. Rata – rata ekpsor migas dan non migas selama periode 2010 – 2014 sebesar 18,51% dan 81, 49%, yang mengartikan ekspor non migas adalah penyumbang devisa terbesar untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia, sedangkan migas hanya menyumbang devisa sebesar 18,51% untuk perekonomian Indonesia.

Komoditi Kepiting merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiiki nilai ekspor penting bagi Indonesia. Dapat dilihat bahwa permintaan kepiting di pasar global meningkat setiap tahunnya. Seperti pada tahun 2010 volume ekspor kepiting sebesar 21.537 ton, lalu naik ditahun 2011 menjadi 23.089 ton dan pada tahun 2012 sampai 2013 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu 28.212 ton pada tahun 2012 dan 34.17 ton pada tahun 2013, namun pada data sementara di tahun 2014 mengalami penurunan volume ekspor kepiting sebesar 28.091 ton.

Berdasarkan hasil perhitungan *Herfindahl Index* (HI) dan *Concentratio Ratio* (CR) selama 10 tahun didapatkan kepiting segar dipasar internasional memiliki struktur pasar Monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoly konsentrasi sedang. Pada kepiting beku dan kepiting olahan di pasar internasional memiliki struktur pasar yang sama yaitu monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli kuat.

Berdasarkan hasil Revealed Comparative Advantage (RCA), kepiting segar, kepiting beku dan kepiting olahan Indonesia selama 2005 hingga 2014 memiliki daya saing komparatif yang cukup tinggi karena memiliki indeks RCA yang lebih dari satu.

Hasil analisis keunggulan kompetitif dengan menggunakan Teori Berlian Porter menyatakan kepiting Indonesia memiliki keunggulan kompetitif pada kuantitas sumberdaya manusia, sumberdaya modal, permintaan yang melebihi penawaran di penjualan domestik, jumlah permintaan ekspor yang terus meningkat tiap tahunnya terdapatnya kesempatan untuk melakukan pengembangan kepiting Indonesia dan bantuan pemerintah. Namun, kepiting Indonesia memiliki kelemahan kompetitif dari segi kualitas sumberdaya alam, kualitas sumberdaya manusia, sumberdaya infrasturktur yang masih sedikit, dukungan dari industri terkait dan industri pendukung yang minim, belum adanya strategi bersaing yang inovatif, adanya persaingan yang ketat.

Berdasarkan hasil perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan kepiting segar Indonesia sudah berada ditahap kematangan dalam mengekspor kepiting segar dengan rata – rata nilai ISP tahun 2005 hingga tahun 2014 sebesar 9.88, dan menandakan bahwa kepiting segar memiliki daya saing yang sangat baik. Pada kepiting beku Indonesia memiliki rata – rata ISP sebesar 0,4 yang menandakan masih berada di tahap pertumbuhan dan memiliki daya saing yang baik. Dan pada kepiting olahan memiliki rata – rata ISP sebesar 0.97 yang menandakan bahwa kepiting olahan sudah mencapai tahap kematangan dalam mengekspor. Ini menadakan bahwa Indonesia adalah negara yang cenderung melakukan ekspor daripada impor kepiting.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi dengan judul "Analisis Daya Saing Ekspor Kepiting Indonesia di Pasar Internasional" ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Penelitian ini disusun dengan hasil perhitungan data yang didapatkan dari data sekunder serta dari sumber sumber resmi dan terpercaya. Di dalam penelitian ini, disajikan pokok - pokok bahasan yang meliputi struktur pasar kepiting di pasar internasional, keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional serta spesialisasi perdagangan eskpor kepiting Indonesia di pasar internasional. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk penyempurnaan laporan selanjutnya. Semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Mohon maaf jika ada kata – kata yang tidak berkenan. Penulis ucapkan terima kasih.

Malang, 30 Maret 2017

Penulis

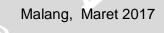
UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan Praktek Kerja Magang ini tidak terlepas dari dukungan moril dan materil dari semua pihak. Melalui kesempatan ini, dengan kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

- 1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan limpahan karuniaNya laporan ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- 2. Kepada Bapak Hotlan Sitorus SE. dan Ibu Ir. Roselyne Siburian serta kakak Yohanes Christian yang tak pernah lelah memberi dukungan dan doa kepada penulis.
- Kepada Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati MP dan Bapak Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP selaku dosen pembimbing Skripsi yang memberikan nasihat serta pengetahuannya kepada penulis.
- 4. Kepada Ibu Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP dan Ibu Tiwi Nurjannati Utami, S.Pi, MM. selaku penguji yang telah memberikan saran, arahan dan nasihat bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini dengan baik.
- 5. Kepada teman dan sahabat (Azza, Auranggie, Nadya, Melina, Putri, Mely, Binda, Khanifah, Iis, Gita, Diko, Catur, Surya, Gandara, Wahyu, Thiofa, Adi, Dhany, Azmi,) yang tiada henti mengajak main dan memberikan support dan motivasi dari awal hingga akhir penyelesaian Laporan Skripsi, serta mengajarkan saya bahwa hidup itu tidak bisa dijalankan hanya seorang diri.

Walaupun kadang menyebalkan tapi tanpa kalian mungkin saya hanya butiran debu yang berterbangan.

- 6. Teman teman AP angkatan 2013 yang sudah memberikan semangat serta motivasi dalam pengerjaan laporan ini.
- 7. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, tapi percayalah kalian selalu ada didalam hati penulis. Terima kasih atas bantuan moral maupun material hingga Laporan Skripsi ini dapat terselesaikan.



Penulis



DAFTAR ISI

RII	NGKASAN	i
KA	ATA PENGANTAR	iii
UC	CAPAN TERIMAKASIH	iv
DA	AFTAR ISI	vi
DA	AFTAR TABEL	ix
DA	AFTAR GAMBAR	хi
	AFTAR LAMPIRAN	
1.		
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Perumusan Masalah	
	1.3 Tujuan Penelitian	
	1.4 Manfaat Penelitian	7
2.	TINJAUAN PUSTAKA	9
	2.1 Penelitian Terdahulu	
	2.2 Tinjuauan Komoditi Kepiting	
	2.3 Struktur Pasar	
	2.3.1 Pasar Persaingan Sempurna	16
	2.3.2 Pasar Persaingan Monopoli	16
	2.3.3 Pasar Oligopoli	17
	2.3.4 Pasar Persaingan Monopolistik	17
	2.4 Perdagangan Internasional	18
	2.4.1 Teori Perdagangan Internasional	21
	2.4.2 Teori Ekspor	
	2.5 Teori Daya Saing	
	2.6 Kerangka Berfikir	32

3.	METODE	PENELITIAN	. 35
	3.1 Waktu	Penelitian	. 35
		lan Instrumental	
	3.3 Metod	e Pengumpulan Data	. 37
	3.4 Metod	e Analisis Data	. 37
	3.4.1	Struktur Pasar Kepiting	. 38
		Keunggulan Komparatif	
	3.4.3	Keunggulan Kompetitif	. 43
	3.4.4	Spesialisasi Ekspor Kepiting Indonesia di Pasar Internasional	. 44
4.		AN UMUM INDUSTRI KEPITING	
	4.1 Perika	nan Dunia	. 50
	4.2 Perika	nan Indonesia	. 51
	4.2.1	Volume Produksi Perikanan Indonesia	. 52
	4.2.2	Produksi Kepiting Indonesia	. 53
		r Kepiting Indonesia	
	4.4 Prosec	dur Eskpor	. 57
5.	HASIL DA	AN PEMBAHASAN	. 60
	5.1 Analis	is Struktur Pasar Kepiting Indonesia di Pasar Internasional	. 60
		is Keunggulan Komparatif Kepiting Indonesia di Pasar Internasion	
			. 63
		is Keunggulan Kompetitif Kepiting Indonesia di Pasar Internasion	
	5.3.1	Kondisi faktor Sumberdaya	
	5.3.2	Kondisi Permintaan	. 89
	5.3.3	Industri Terkait dan Pendukung	. 91
	5.3.4	Struktur, Persaingan, dan Strategi Industri Kepiting	. 94
	5.3.5	Peran Pemerintah	. 97
	5.3.6	Peran Kesempatan	. 99
	5.4 Indeks	s Spesialisasi Perdagangan (ISP)	. 100
6.		LAN DAN SARAN	
	6.1 Kesim	pulan	. 105
	6.2 Saran		106



Tal	bel	Halama	an
	1.	Perbandingan antara Nilai Ekspor Migas dan Non Migas Indonesia	2
	2.	Volume Ekspor Hasil Perikanan Menurut Komoditi Utama 2010 – 2014	3
	3.	Volume Ekspor Kepiting dan Kerang – Kerangan Menurut Negara Tujuan	
		Utama 2010 – 2014	5
	4.	Beberapa Jenis Kepiting Bakau yang Memiliki Nilai Ekonomis Penting dan	
		Terdapat di Perairan Indonesia	13
	5.	Ciri – ciri dan Struktur Pasar	18
	6.	Data dan Sumber Data	36
	7.	Negara Produsen Perikanan Tangkap Terbesar di Dunia Tahun 2010 – 20	114
		(dalam satuan Ton)	50
	8.	Negara Produsen Perikanan Budidaya Terbesar di Dunia Tahun 2010 – 20	014
		(dalam satuan Ton)	51
	9.	Volume Produksi Kepiting Indonesia Tahun 2005 – 2014	54
	10.	Perkembangan Ekspor Kepiting Segar Tahun 2005 – 2014	55
	11.	Perkembangan Ekspor Kepiting Beku Tahun 2005 – 2014	56
	12.	Perkembangan Ekspor Kepiting Olahan Tahun 2005 – 2014	57
	13.	Nilai Herfindahl Index dan Concentration Ratio Negara Pengekspor Kepiti	ng
		Tahun 2005 – 2014	60
	14.	Indeks RCA untuk Komoditas Kepiting Segar Tahun 2005 – 2014	64
	15.	Indeks RCA Untuk Komoditas Kepiting Beku Tahun 2005 – 2014	65
	16.	Indeks RCA Untuk Komoditas Kepiting Olahan Tahun 2005 – 2014	66
	17.	Keunggulan Kompetitif Daya Saing Ekspor Kepiting Indonesia di Pasar	
		Internasional	68
	18.	Kriteria Indeks Teori Berlian Porter	72
	19.	Jumlah Nelayan Menurut Katagori Nelayan Tahun 2005 – 2014	81
	20.	Kepiting di Pasar Lokal dan di Pasar Ekspor	91
	21.	Kandungan Gizi pada Kepiting	95
	22.	Indeks Spesialisasi Kepiting Segar Tahun 2005 – 2014	101



DAFTAR GAMBAR

Ga	mb	ar Halam	nan
	1.	The Complete System of Nation Competitive Advatage	23
	2.	Diagram Alur Kerangka Berfikir	34
	3.	Kurva ISP Sesuai Teori Siklus Produk	44
	4.	Volume Produksi Perikanan Tahun 2010 – 2014	53
	5.	Prosedur Ekspor	56
	6.	Tambak Kepiting ala Thailand	75
	7.	Keramba Bambu	75
	8.	Jaring Apung	76
	9.	Contoh Alat tangkap Bubu Lipat	77
	10.	Contoh Alat Tangkap Kait	78
	11.	Konstruksi Jaring Kepiting	79
	12.	Contoh Alat Tangkap Caduk	79

DAFTAR LAMPIRAN

La	mpiran	Halaman
1.	Contoh Perhitungan Herfindahl Index dan Concentration Ratio	112
2.	Contoh Perhitungan RCA	115
3.	Contoh Perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan	116
4.	Prosedur Ekpsor Perikanan Ke Jepang	117
5.	Prosedur Ekspor Perikanan Ke Amerika Serikat	118
6.	Prosedur Ekspor Perikanan Ke Uni Soviet	119



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan internasional adalah perdagangan barang – barang dari suatu negera, ke lain negera di luar batas negara. Setiap negara berbeda dengan negara lainnya ditinjau dari sudut sumber alamnya, iklim, letak geografis, penduduk, keahlian, tenaga kerja, keadaan struktur ekonomi dan sosialnya. Perbedaan – perbedaan itu menimbulkan pula perbedaan barang yang dihasilkan, biaya yang diperlukan, serta mutu dan kuantumnya. Kerana itu adanya negara yang lebih unggul dan lebih istimewa dalam memproduksi hasil tertentu (Amir, 1984).

Untuk banyak negara termasuk Indonesia, perdagangan internasional khususnya ekspor mempunyai peranan yang sangat penting, yakni sebagai motor penggerak perekonomian nasional. Kegiatan perdagangan dibagi menjadi dua yaitu kegiatan ekspor dan kegiatan impor. Kegiatan ekspor sangat baik dilakukan oleh suatu negara karena akan menghasilkan cadangan devisa untuk negara tersebut. Namun, jika impor lebih besar daripada ekspor, maka cadangan devisa akan berkurang.

Pertumbuhan ekspor Indonesia mulai tahun 2010 hingga tahun 2014 memiliki nilai ekspor migas dan non migas yang bervariatif seperti yang terdapat pada Tabel 1. Rata – rata ekpsor migas dan non migas selama periode 2010 – 2014 sebesar 18,51% dan 81,49%, yang mengartikan ekspor non migas adalah penyumbang devisa terbesar untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia, sedangkan migas hanya menyumbang devisa sebesar 18,51% untuk perekonomian Indonesia.

Tabel 1. Perbandingan antara Nilai Ekspor Migas dan Non Migas Indonesia

Tahun	Ekspor Migas	Ekspor Non Migas
2010	17.77%	82.23%
2011	20.38%	79.62%
2012	19.46%	80.54%
2013	17.88%	82.12%
2014	17.08%	82.92%
Rata – Rata	18.51%	81.49%

Sumber: Badan Pusat Statistik (diolah), 2016

Sektor perikanan adalah salah satu bagian sektor non migas yang menyumbangkan devisa cukup besar bagi perekonomian Indonesia. Karena Indonesia memilki lautan yang cukup luas yang menyebabkan Indonesia mempunyai banyak keanekaragaman komoditi di sektor perikanan yang dapat di ekspor ke pasar internasional.

Ekspor kelautan dan perikanan tahun 2014 mencapai 1,27 juta ton atau mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2013 yang mencapai 1,26 juta ton. Tren ekspor kelautan dan perikanan menunjukkan bahwa selama 2008-2014 mengalami pertumbuhan sebesar 6,11 persen dan tahun 2010-2014 mengalami pertumbuhan sebesar 3,69 persen. Terjadinya perlambatan pertumbuhan pada tahun 2013-2014 sebesar 1,34 persen dipengaruhi karena isu pelemahan ekonomi dunia sehingga daya beli negara – negara importir menurun dan adanya pengetatan peraturan eskpor terhadap produk kelautan dan perikanan. Rata – rata ekspor kelautan dan perikanan tahun 2010 – 2014 sebesar 1,21 juta ton dengan standar deviasi 71 ribu ton. Volume ekspor hasil perikanan menurut komoditas utama, 2010 – 2016 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Volume Ekspor Hasil Perikanan Menurut Komoditas Utama 2010 - 2014

Volume Hasil	Tahun – Year					Kenaikan Rata-
Perikanan	2010	2011	2012	2013	2014	Rata (%)
Total	1.103.576	1.159.349	1.229.114	1.258.179	1.274.982	3.69
udang – Shrimp	145.092	158.062	162.068	162.410	196.623	8.19
Tuna, Cakalang, Tongkol - Tuna, <i>Skipjack, Little</i> Tuna	122.45	141.774	201.159	209.072	206.553	15.10
Mutiara – Pearl	9	24	336	315	475	374.75
Rumput Laut – Seaweed	123.075	159.075	174.011	183.075	208.197	14.39
kepiting – Crab	21.537	23.089	28.212	34.173	28.091	8.18
Ikan lainnya - Other Fish	622.932	621.632	538.723	519.293	500.384	-5.2
lainnya – Others	68.481	55.693	124.605	149.841	134.66	28.80

Sumber: Kementrian Kelautan Perikanan, 2015

Komoditi Kepiting merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiiki nilai ekspor penting bagi Indonesia. Dapat dilihat bahwa permintaan kepiting di pasar global meningkat setiap tahunnya. Seperti pada tahun 2010 volume ekspor kepiting sebesar 21.537 ton, lalu naik ditahun 2011 menjadi 23.089 ton dan pada tahun 2012 sampai 2013 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu 28.212 ton pada tahun 2012 dan 34.17 ton pada tahun 2013, namun pada data sementara di tahun 2014 mengalami penurunan volume ekspor kepiting sebesar 28.091 ton.

Indonesia telah menguasai pangsa pasar kepiting dan rajungan di Amerika Serikat sebesar 31%, dan lebih 90% rajungan yang diekspor berupa rajungan kalengan. Indonesia merupakan pemasok terbesar kedua pasar kepiting dan rajungan di dunia, setelah China, mengalami penurunan pangsa pasar dari 17,1% menjadi 16,3%. Sedangkan negara pemasok lainnya seperti Vietnam, Korea Selatan, Venezuela, India dan Meksiko mengalami peningkatan pangsa pasar (Natalia dan Nurozy 2012 dalam Supartono dan Putri, 2015).

Ketatnya persaingan ekspor kepiting antara negara negara pesaing, membuat Indonesia harus memiliki daya saing yang kuat agar dapat bertahan di pasar internasional. Negara yang mampu meningkatkan daya saingnya, terbuka peluang untuk memperbesar pangsa pasarnya baik di pasar internasional maupun di domestik.

Daya saing suatu komoditi dalam suatu negara tercermin dalam volume produksi serta nilai dan volume ekspor komoditi tersebut. (Ramadhan, 2011). Bermacam – macam kebijakan perdagangan komoditi perikanan Indonesia di pasar dunia dan beberapa negara importir utama seperti Amerika, Jepang, Hongkong dan negara lainnya sangat berpengaruh terhadap daya saing perikanan Indonesia beberapa tahun terakhir ini. Salah satu hambatan yaitu hambatan non tarif berupa penolakan dari USFDA pada tahun 2006. Penolakan disebabkan karena kepiting teridentifikasi menagandung bakteri panthogen maupun toksin yang dihasilkan seperti histamine, 26% disebabkan filthy, 6% disebabkan oleh adanya residu kimia, dan 4% disebabkan oleh misbranding. Penolakan produk perikanan terbesar disebabkan oleh adanya kontaminasi bakteri panthogen serta filthy. Maka dari itu ekspor kepiting Indonesia perlu perhatian khusus dari pemerintah Indonesia dan di berikan kebijkana untuk meningkatkan kualitas mutu ekspor. (Lastri, 2016). Dapat dilihat penurunan ekspor kepiting beberapa negara tujuan ekspor pada Tabel 3.

Tabel 3. Volume Ekspor Kepiting dan Kerang – Kerangan Menurut Negara Tujuan Utama 2010 – 2014

	Negara	Berat Bersih (Ton)					
NO	Tujuan	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Jepang	1,361.90	1,336.10	1,404.90	1,278.20	1,058.40	
2	Hongkong	3,976.10	3,741.60	3,301.20	2,068.40	949.6	
3	Korea Selatan	2,689.70	4,291.60	3,871.30	3,421.80	3,107.10	
4	Taiwan	4,476.90	7,448.40	6,736.40	7,377.10	7,321.40	
5	Tiongkok	6,931.20	12,655.60	26,000.10	43,358.00	34,167.80	
6	Thailand	6,417.50	6,035.10	6,140.90	8,920.70	4,938.00	
7	Singapura	2,881.10	2,752.40	3,394.00	2,547.00	2,453.50	
8	Malaysia	4,065.60	3,960.50	4,742.20	4,327.60	4,242.40	
9	USA	5,809.80	4,902.30	5,885.40	3,292.10	4,683.30	
10	Kanada	313.5	249.6	353.7	75	51.5	
11	Belanda	165.4	132.8	109.6	129.8	166.7	
12	Italia	8,614.40	10,486.60	7,546.50	6,168.40	8,421.90	
13	Spanyol	345.7	450.9	252.9	139.1	655	
14	Lainnya	10,043.00	19,481.00	21,024.20	17,341.60	19,814.10	
J	lumlah	58,091.80	77,924.50	90,763.30	100,444.80	92,030.70	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016

Dapat dilihat bahwa volume ekspor kepiting beberapa negara tujuan sangat fluktuaktif cenderung menurun. Seperti Amerika Serikat, Jepang, Hongkong, dan beberapa negara lainnya. Jika terjadi penurunan secara terus menurus pada tahun – tahun berikutnya maka akan membuat posisi daya saing kepiting di Indonesia menjadi lemah.

Sebagai negara produsen kepiting, Indonesia harus mengetahui struktur pasar yang terjadi di pasar internasional, maka dari itu untuk melihat struktur pasar kepiting Indonesia di pasar internasional digunakan metode *Herfindahl Indeks* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR). Serta untuk mengetahui posisi daya saing ekspor kepiting Indonesia maka harus dilakukan penelitian menggunakan metode *Revealed Comparativ Advantage* (RCA) dimana dengan menggunakan metode ini dapat mengetahui keunggulan komparatif dari eskpor kepiting dengan negara pesaingnya

seperti China, Vietnam, Rep. Of Korea, Kanada dan Philippina. Untuk melihat daya saing kompotitif menggunakan Teori Berlian Porter, teori ini untuk melihat apakah kepiting Indonesia mempunyai daya saing kompetitif di pasar internasional. Dengan mengetahui keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif daya saing ekspor kepiting Indonesia, maka dapat diketahui spesialisasi kepiting Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Strategi peningkatan daya saing sangat penting untuk dilakukan, agar daya saing ekspor kepiting Indonesia dapat lebih kuat dari negara pesaingnya dan komoditas kepiting nasional dapat bertahan dalam pasar internasional. Strategi yang dikembangkan harus mampu mengatasi masalah yang sudah ada maupun potensial untuk terjadi kedepannya, sehingga dapat meminimalisir resiko yang akan terjadi.

1.2 Perumusan Masalah

Komoditas kepiting mempunyai potensi untuk di tingkatkan, karena melihat potensi Indonesia dengan kekayaan sumber daya alamnya yang melimpah maka harus dimanfaatkan dengan baik agar sektor perikanan tetap mampu menyumbangkan devisa bagi negara. Persaingan yang ketat di pasar internasional dan mempunyai negara pesaing yang cukup kuat membuat Indonesia harus lebih mengetahui posisi daya sang kepiting agar dapat bertahan dan lebih mempunyai daya saing yang lebih kuat di pasar internasional.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang menganalisis keunggulan daya saing ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional, yang diharapkan hasil dari analisis ini dapat mengetahui posisi kepiting Indonesia di pasar internasional, struktur pasar kepiting di pasar internasional, spesialisasi kepiting Indonesia di pasar internasional serta strategi untuk mempertahankan dan meningkat daya saing

kepiting Indonesia. Perumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimanakah struktur pasar kepiting Indonesia di pasar internasional?
- 2. Apakah industri kepiting Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional?
- 3. Apakah industri kepiting Indonesia memiliki keunggulan kompetitif di pasar internasional?
- 4. Bagaimanakah spesialisasi ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis

- 1. Struktur pasar dan persaingan kepiting Indonesia di pasar internasional.
- Keunggulan komparatif ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional.
- 3. Keunggulan kompetitif ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional.
- 4. Spesialisasi perdagangan kepiting Indonesia di pasar internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

- Memberikan informasi kepada para pengelola pengusaha yang bergerak di subsektor perikanan khususnya kepiting dan perusahaan – perusahaan eksportir kepiting untuk meningkatkan kinerjanya.
- Penelitian ini digunakan sebagai acuan atau pertimbangan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan – kebijakan dan untuk meningkatkan kinerja

R AWITAVA

- ekspor kepiting Indonesia agar dapat menambah pemasukkan devisa negara.
- Penelitian ini digunakan sebagai sarana bahan informasi dan keilmuan bagi mahasiswa atau perguruan tinggi untuk mengetahui hal yang berkaitan dengan kegiata pasar internasional, kegiatan ekspor, hingga komoditi kepiting.



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitan Terdahulu

Penelitian ini disertai dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan daya saing sebagai acuan penulisan. Natali dan Nurozy pada tahun 2012 telah menganalisis kinerja daya saing produk perikanan di pasar global, dengan tujuan untuk mengestimasi daya saing komoditas perikanan. Metode yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa nilai RCA <1 selama periode 2007 – 2009 yang mengartikan produk perikanan di pasara internasional memiliki daya saing, dan dari 46 komoditas beberapa memiliki daya saing yang sangat kuat cenderung meningkat, disisi lain beberapa komoditas perikanan memiliki daya saing kuat, tetapi mengalami penurunan dan sebagian lagi mengalami fluktuatif.

Untuk meningkatkan daya saing maka perlu dilakukan berbagai upaya seperti meningkatkan promosi komoditas perikanan baik di pasar dalam maupun luar negeri, meningkatkan kualitas, mendorong perbankan untuk mempermudah akses permodalan, meningkatkan pembangunan infrastruktur, mendorong pengembangan bernilai tambah, serta menurunkan tarif bea masuk bahan penolong bagi industri pengolahan ikan di dalam negeri.

Penelitian oleh Lestari dkk pada tahun 2013 tentang strategi peningkatan daya saing tuna olahan Indonesia di Pasar Internasional. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA).

Dari penelitian yang sudah dilakukan didapatkan hasil bahwa nilai RCA >1 yatitu sebesar 1,48 dengan kesimpulan bahawa ikan tuna olahan memiliki tingkat

daya saing. Ikan tuna olahan lebih mempunyai daya saing lebih tinggi dibandingkan ikan tuna beku, namun lebih rendah bila dibandingkan dengan tuna segar. Tuna olahan mempunyai daya saing lebih rendah dan hanya mampu menduduki posisi ke-7.

Penelitian oleh Cahya pada tahun 2010 tentang analisis daya saing ikan tuna Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan metode Herfindahl Index (HI), Concentration Ratio (CR), dan Revealed Comparativ Advantage (RCA) untuk analisis kuantitatif, sedangkan Teori Berlian Porter dan Analisis SWOT. Dari hasil HI dan CR menunjukan bahwa struktur pasar untuk komoditas ikan tuna baik untuk ikan tuna segar, beku, dan olahan adalah pasar monopolistik yang cenderung mengarah ke oligopoly. Posisi Indonesia di pasar monopolistik masih sangat baik karena dapat menentukan harga, namun harus melakukan diferensiasi produk. Untuk indeks RCA menunjukan bahwa komoditas ikan segar dan olahan memiliki daya saing komparatif dengan nilai indeks lebih dari satu. Komoditas ikan tuna beku Indonesia tidak memilki keunggulan komparatif sebab nilai indek kurang dari 1. Berdasarkan analisis keunggulan kompotitif melalui Teori Berlian Porter, maka disimpulkan bahwa komoditas ikan tuna Indonesia tidak memiliki keunggulan kompetitif. Daya saing komoditas ikan tuna nasional sangat lemah karena berbagai masalah yang dihadapi oleh industri ikan tuna nasional, seperti kondisi faktor sumber daya yang masih rendah, struktur persaingan yang ketat, dan industri terkait dan pendukung yang kinerjanya masih rendah.

Dan hasil dari analisis SWOT menghasilkan strategi kebijakan antara lain meningkatkan produktivitas ikan tuna melalui pemberian pinjaman modal ke nelayan dan menerapkan teknologi budidaya, memperluas pasar dengan cara melakukan kerjasama dengan negara lain diluar tujuan ekspor dan mendaftar sebagai anggota

lembaga manajemen perikanan nasional, melakukan kerjasama dengan pihak asing, melakukan pembenahan manajemen perikanan perusahan dengan cara melakukan pelatihan karyawan tentang penanganan ikan pasca panen dan HACCP, menungkatkan teknologi peralatan yang digunakan, mengingkatkan mutu ikan melalui sosialisasi pentingnya penangkapan ikan yang tepat kepada nelayan dan pihak yang terkait dan pembenahan kualitas SDM terutama untuk melakukan pengawasan dan uji laboraturium, memperbaiki sarana dan prasarana pendukung seperti sistem transportasi serta memperbaiki kondisi perikanan nasional.

2.2 Tinjauan Komoditi Kepiting

Kepiting merupakan fauna yang habitat dan penyebarannya terdapat di air tawar, payau dan laut. Jenis – jenisnya sangat beragam dan dapat hidup di berbagai kolom setiap perairan. Sebagian besar kepiting banyak hidup di perairan payau terutama didalam ekosistem mangrove. Beberpa jenis yang hidup dalam ekosistem ini adalah *Hermit Crab, Uca* sp, *Mud Lobster* dan kepiting bakau. Sebagian besar kepiting merupakan fauna yang aktif mencari makan di malam hari atau nocturnal (Prianto, 2007 dalam Rusmadi, Hengky Irawan dan Falmi Yandri, 2014).

Menurut Prianto (2007), walaupun kepiting mempunyai bentuk dan ukuran yang beragam tetapi seluruhnya mempunyai kesamaan pada bentuk tubuh. Seluruh kepiting mempunyai *chelipeds* dan empat pasang kaki jalan. Pada bagian kaki juga dilengkapi dengan kuku dan sepasang penjepit, *chelipeds* terletak di depan kaki pertama dan setiap jenis kepiting memiliki struktur *chelipeds* yang berbeda-beda. *Chelipeds* dapat digunakan untuk memegang dan membawa makanan, menggali, membuka kulit kerang dan juga sebagai senjata dalam menghadapi musuh. Di samping itu, tubuh kepiting juga ditutupi dengan *Carapace*. *Carapace* merupakan

kulit yang keras atau dengan istilah lain exoskeleton (kulit luar) berfungsi untuk melindungi organ dalam bagian kepala, badan dan insang. Bagian tubuh kepiting juga dilengkapi bulu dan rambut sebagai indera penerima. Bulu – bulu terdapat hamper diseluruh tubuh tetapi sebagian besar bergerombol pada kaki jalan. Untuk menemukan makanannya kepiting menggunakan rangsangan bahan kimia yang dihasilkan oleh organ tubuh. Antena memiliki indera penciuman yang mampu merangsang kepiting untuk mencari makan. Ketika alat pendeteksi pada kaki melakukan kontak langsung dengan makanan, chelipeds dengan cepat menjepit makanan tersebut dan langsung dimasukkan ke dalam mulut. Mulut kepiting juga memeiliki alat penerima sinyal yang sangat sensitif untuk mendeteksi bahan – bahan kimia. Kepiting mengandalakan kombinasi organ perasa untuk menemukan makanan, pasangan dan menyelamatkan diri dari predator.

Kepiting dapat ditemukan di sepanjang pantai Indonesia. Ada dua jenis kepiting yang memiliki nilai komersil, yakni kepiting bakau dan rajungan. Di dunia, kepiting bakau sendiri terdiri atas 4 spesies dan keempatnya ditemukan di Indonesia, yakni: kepiting bakau merah (*Scylla olivacea*) atau di dunia internasional dikenal dengan nama "*red/orange mud crab*", kepiting bakau hijau (*S. serrata*) yang dikenal sebagai "*giant mud crab*" karena ukurannya yang dapat mencapai 2-3 kg per ekor, *S. tranquebarica* (kepiting bakau ungu) juga dapat mencapai ukuran besar dan *S. paramamosain* (kepiting bakau putih) (Yushinta, 2007).

Kepiting bakau hidup dikawasan mangrove, estuaria dan laut. Kepiting bakau juga menyukai dasar perairan berlumpur dan secara umum tersebar di seluruh perairan berlumpur dan secara umum tersebar di seluruh perairan Indonesia. Kepiting tergolong hewan omnivora dan kanibal, serta bersifat nokturnal (aktif

BRAWIIAY

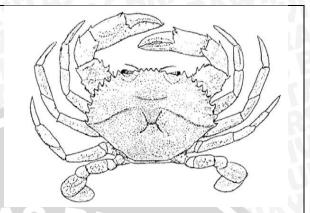
dimalam hari). Beberapa jenis kepiting bakau yang memiliki nilai ekonomis penting dan banyak di tangkap di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Beberapa Jenis Kepiting Bakau Yang Memiliki Nilai Ekonomis Penting dan Terdapat di Perairan Indonesia.

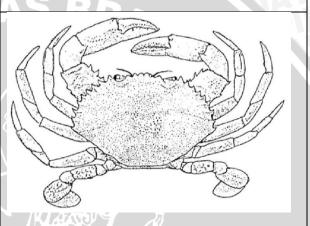
Name India Kaniffan dan Old	O and an Kandian
Nama, Jenis Kepiting dan Ciri Spesifik	Gambar Kepiting
Kepiting Bakau / kepiting hijau / Scylla serrate / Giant Mud Crab. Ukuran lebar karapas minimum layak tangkap adalah >15 cm, berat minimum tangkap 200g. Warna bervariasi dari hijau sampai hitam kecoklatan. Duri pada dahi tinggi, tipis agak tumpul dengan tepian cenderung cekung dan membulat. Duri pada bagian luar cheliped dua duri tajam pada propandus dan sepasang duri tajam pada karpus.	(from Rüppell, 1830)
Kepiting bakau / Scylla paramamosain / Green Mud Crab. Ukuran lebar karapase minimum layak tangkap adalah >15 cm dan berat minimum tangkap 200g. Warna bervariasi dari ungu sampai kecoklatan. Duri pada dahi tajam berebeentuk segiti dengan tepian yang bergaris lurus dan membentuk ruang yang kaku. Duri pada bagian luar cheliped pada dewasa tidak ada duri pada bagian luar carpus dan sepasang duri agak tajam yang berukuran sedang.	
sepasang duri agak tajam yang	

Tabel 4. Lanjutan

Kepiting Bakau / Scylla tramquebarica / Purple Mud Crab. Ukuran lebar karapase minimum layak tangkap adalah >15 cm dan berat minimum tangkap 200g. warna bervariasi mirip dengan Scylla serrata. Duri pada dahi tumpul dan dikelilingi celah sempit, duri pada bagian luar cheliped terdapat dua duri tajam pada propandus dan sepasang duri tajam pada carpus



Kepiting Bakau / Scylla olivacea / Orange Mud Crab. Ukuran lebar karapase minimum layak tangkap adalah >15 cm dan berat minimum tangkap 200g. Warna dari oranye sampai coklat kehitaman. Duri pada dahi tumpul dan dikelilingi ruang – ruang yang sempit. Duri pada bagian luar cheliped, tidak ada duri pada sisi luar karpus. Duri pada propandus mengalami reduksi



Sumber: WWF - Indonesia, 2015

Daging kepiting mengandung nutrisi penting bagi kehidupan dan kesehatan. Meskipun mengandung cholesterol, makanan ini rendah kandungan lemak jenuh, merupakan sumber Niacin, Folate, dan Potassium yang baik, dan merupakan sumber protein. Vitamin B12, *Phosphorous, Zinc, Copper,* dan Selenium yang sangat baik. Selenium diyakini berperan dalam mencegah kanker dan pengrusakan kromosom, juga meningkatkan daya tahan terhadap infeksi virus dan bakteri. Selain itu, *Fisheries Research and Development Corporation* di Australia melaporkan bahwa dalam 100 gram daging kepitig bakau mengandung 22 mg Omega-3 (EPA), 58 mg Omega-3 (DHA), dan 15 mg Omega-6 (AA) yang begitu penting untuk pertumbuhan dan kecerdasan anak. Bukan hanya dagingnya yang mempunyai nilai komersil, kulitnyapun dapat ditukar dengan dollar. Kulit kepiting diekspor dalam

bentuk kering sebagai sumber chitin, chitosan dan karotenoid yang dimanfaatkan oleh berbagai industri sebagai bahan baku obat, komestik, pangan, dan lain – lain. Bahan – bahan tersebut memegang peran sebagai anti virus dan anti bakteri dan juga digunakan sebagai obat untuk meringankan dan mengobati luka bakar. Selain itu, dapat juga digunakan sebagai bahan pengawet makanan (Rukmini, 2009).

Kepiting diekspor dalam bentuk segar/hidup, beku, maupun dalam kaleng, di luar negeri kepiting merupakan menu restoran yang cukup bergengsi. Dan pada musim – musim tertentu harga kepiting melonjak karena permintaan yang juga meningkat terutama pada perayaan – perayaan penting seperti imlek dan lain – lain. Daging kepiting, tidak saja lezat tetapi juga menyehatkan (Rukmini, 2009). Kepiting (Scylla serrata) dan rajungan (Portunus Pelagicus) telah menjadi komoditi andalan ekspor Indonesia ke berbagai negara di dunia. Kepiting yang diekspor oleh Indonesia adalah kepiting bakau atau Mud Crab. Lebih dari 50% kepiting dan rajungan Indonesia diproduksi di Indonesia untuk keperluan ekspor, kepiting menyumbangkan 9% dari total nilai ekspor perikanan Indonesia setelah ekspor udang dan ikan tuna. Dari jumlah tersebut ternyata 60% kedua produk perikanan diekspor ke Amerika Serikat. Permintaan konsumen akan kepiting yang terus meningkat dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri khususnya dalam melayani permintaan hotel dan restoran maupun sebagai komoditas ekspor.

2.3 Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan bentuk atau tipe keseluruhan pasar industri. Struktur pasar juga menunjukan karakteristik pasar, seperti jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan hambatan masuk pasarnya. Perbedaan pada elemen – elemen tersebut akan

membedakan cara masing – masing pelaku pasar dalam berperilaku. Perbedaan berperilaku ini akhirnya akan menentukan perbedaan kinerja pada pasar itu sendiri. Jumlah penjual dalam pasar akan mempengaruhi harga jual yang berlaku dan *output* yang terdapat dalam pasar. (Yuananda, 2013).

2.3.1 Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Pappas dan Hirchey (1995), pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar yang dicirikan dengan sejumlah besar pembeli dan penjual untuk sebuah produk yang homogen, dimana setiap transaksi peserta pasar adalah begitu kecil sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap harga dari produk tersebut. Harga telah ditentukan pasar cenderung konstan.

Pasar persaingan sempurna atau pasar murni merupakan suatu pasar dimana terdapat penjual sehingga tindakan masing – masing penjual tidak dapat mempengaruhi harga pasar yang berlaku, baik dengan merubah jumlah penawarannya maupun harga produknnya. Oleh karena itu, penjual pada pasar homogen adalah *price taker*, karena hanya dapat menjual produknya pada harga yang berlaku dipasar (Rizkyanti, 2010).

2.3.2 Pasar Persaingan Monopoli

Istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani yakni *monos polein* yang berarti "menjua sendiri". Oleh sebab itu, para ahlu berpendapat bahwa monopoli terjadi bila *output* seluruh industri di produksi dan dijual oleh satu perusahaan saja. Sebagai penjual maka ia memiliki kekuatan untuk mengatur harga (*price maker*) (Rizkyanti, 2010).

Munculnya pasar persaingan monopoli dikarenakan terdapatnya hambatan untuk masuk kedalam pasar. Suatu komoditi akan terus berjaya di pasar karena

industri atau perusahaan lain tidak dapat masuk kedalam pasar tersebut dan bersaing dengannya.

2.3.3 Pasar Oligopoli

Istilah *oligos polein* diaman memiliki arti "yang menjual sedikit" jumlah penjual dalam pasar ini tidak terlampau banyak, paling tidak 10 – 15 penjual. Persaingan dalam pasar oligopoli cukup keras, mengingat sedikitnya jumlah pemain (penjual). Perusahaan dalam pasar oligopoli akan selalu memberikan reaksi apabila pesaingnya melalukan suatu keputusan/tindakan yang mempengaruhi pasar (Rizkyanti, 2010).

Menurut Lispey (1997), oligopoli adalah indsutri yang terdiri dari dua atau beberapa perusahaan, sedikitnya satu diantaranya menghasilkan sebagian besar dari keluaran total industri. Para oligopolies memperhitungkan keputusan – keputusan yang diambil oleh berbagai produsen dan mereka memperhitungkan juga dampak keputusan yang diambil oleh berbagai produsen dan mereka memperhitungkan juga dampak keputusan mereka terhadap pesaing – pesaingnya. Bila terdapat perubahan harga sekecil apapun, maka konsuen akan beralih ke produsen lainnya.

2.3.4 Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik berada diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Bahkan pasar ini sering disebutkan merupakan gabungan antara pasar persaingan sempurna dengan pasar monopoli.

Menurut Pappas dan Hirchey (1995), persaingan monopolistik adalah pasar yang terdiri dari banyak penjual yang menawarka produk – produk yang serupa tapi tidak identic atau terdiferensiasi. Namun barang – barang tersebut tidak bisa saling mensubtitusi. Sehingga konsumen melihat adanya perbedaan penting dintara

produk – produk yang ditawarkan oleh setiap individual. Untuk melihat ciri – ciri dari struktur – struktur pasar dapat dilihat di Tabel 5.

Tabel 5. Ciri – ciri dan Struktur Pasar

Ciri – ciri	Monopoli	Oligopoli	Persaingan Monopolistik	Persaingan Sempurna (Murni)
Kondisi Utama	Memiliki 100% pangsa pasar	Gabungan beberapa perusahaan terkemuka yang pangsa pasarnya 60 – 100%	Banyak pesaing yang efektif, tidak satupun memiliki lebih 10% pangsa pasar	Lebih dari 50 pesaing yang tidak satupun memiliki pangsa pasr yang berarti
Indeks HHI	HHI = 1	0,01 < HHI < 0,18	0,01 <hhi 0,1<="" <="" th=""><th>HHI<00,1</th></hhi>	HHI<00,1
Jumlah Produsen	Satu	Sedikit	Banyak	Sangat banyak
Tipe Produk	Heterogen	Homogen atau heterogen	Heterogen	Homogen
Kekuasaan Menentukan	Sangat Besar	Relatif	Sedikit	Tidak ada
Persaingan Selain Harga	Tidak ada	Besar	Sangat Besar	Tidak ada
Profit	Berlebih	Agak Berlebih	Normal	Normal
Efisiensi	Kurang Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	Baik

Sumber: Kuncoro, 2007

2.4 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah kegiatan memperdagangkan *output* barang atau jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain di dunia. Perdangan tersebut tidak hanya mencakup ekspor dan impor barang tetapi juga kegiatan ekspor dan impor jasa serta perdagangan modal. Perdagangan luar negeri memiliki dampak yang luas terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara terutama di negara berkembang termasuk Indonesia (Doni *et al.*, 2012).

Melakukan ekspor dan impor merupakan kegiatan yang cukup penting penting di setiap negara. Tiada satu negara pun di dunia yang tidak melakukan perdagangan luar negeri. Walau bagaimanapun kepentingan sektor luar negeri dalam suatu perekonomian berbeda dari suatu negara ke negara lainnya.

Perdagangan Internasional merupakan bagian dari ilmu ekonomi yang mempelajari serta menganalisis tentang permasalahan dan transaksi ekonomi (Hady, 2004). Perdagangan internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa – jasa. Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan (Sobri, 1999).

Perdagangan internasional dibagi menjadi dua katagori, yakni perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa. Perdagangan jasa antara lain, terdiri dari biaya transportasi, perjalanan (travel), asuransi, pembayaran bunga, dan *remittance* seperti gaji Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri, dan pemakaian jasa konsultan asing di Indonesia serta *fee* atau *royalti* teknologi (lisensi) (Tambunan, 2001).

Pengaruh perdagangan internasional terasa pada harga, pendapatan nasional, dan tingkat kesempatan kerja negara – negara yang terlibat dalam perdagangan internasional tersebut. Permintaan masyarakat akan mempengaruhi kesempatan kerja dan pendapatan nasional, dan diantara lain akan tergantung pada besarnya ekspor neto, yaitu selisih antara ekspor dan impor. Bila ekspor neto positif berarti ekspor lebih besar daripada impor, kesempatan kerja dan pendapatan nasional cenderung akan naik. Besarnya ekspor neto sangat ditentukan oleh nilai

kurs mata uang negara yang bersangkutan. Penurunan nilai kurs mata uang akan cendurung meningkatkan ekspor neto, demikian pula sebaliknya. Jadi, kegiatan serta kejadian internasional akan mempengarhui ekonomi dalam negeri, melalui pengaruh nilai kurs mata unag pada impor, ekspor, dan akhirnya permintaan masyarakat (Apridar, 2009).

Manfaat perdagangan internasional menurut Sadono Sukirno dalam Apridar (2009), manfaat perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

- Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri. Banyak faktor faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil produksi disetiap negara. Faktor faktor tersebut diantaranya : kondisi geografi, iklim, tingkat penguasaan iptek dan lain lain. Dengan adanya perdagangan internasional, setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak diproduksi sendiri.
- 2. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi. Sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan oleh spesialisasi. Walaupun suatu negara dapat memproduksi suuatu barang yang sama jenisnya dengan yang diproduksi oleh negara lain, tapi ada kalanya lebih baik apabila negara tersebut mengimpor barang tersebut dari luar negeri.
- 3. Memperluas pasar dan menambah keuntungan. Terkadang, para pengusaha tidak menjalankan mesin mesinnya (alat produksinya) dengan maksikmal karena mereka khawatir akan terjadi kelebihan produksi, yang mengakibatkan turunya harga produk mereka. Dengan adanya perdagangan internasional, pengusaha dapat menjalankan mesin mesinnya secara maksimal, dan menjual kelebihan produk terdesebut ke luar negeri.

 Transfer teknologi modern. Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik prouksi yang lebih efisien dan cara – cara manajemen yang lebih modern.

Menurut Apridar (2009), Terdapat hambatan – hambatan dalam perdagangan internasonal yaitu regulasi atau peraturan pemerintah yang membatasi perdagangan bebas. Bentuk – bentuk hambatan perdagangan antara lain:

- 1. tarif atau bea cukai. Tarif adalah pajak produk impor.
- 2. Kuota membatasi banyak unit yang dapat diimpor untuk membatasi jumlah barang tersebut dipasar dan menaikan harga.
- Subsidi adalah bantuan pemerintah untuk produsen lokal. Subsidi dihasilkan dari pajak. Bentuk – bentuk subsidi antara lain bantuan keuangan, pinjaman dengan bunga rendah dan lain – lain.
- 4. Muatan lokal.
- 5. Peraturan administrasi.

Hambatan perdagangan mengurangi efiseinsi ekonomi karena masyarakat tidak dapat mengambil keuntungan dari produktivitas lain, pihak yang diutungkan dari adanya hambatan perdagangan adalah produsen dan pemerintah. Produsen mendapatkan proteksi dari hambatan perdagangan, sementara pemerintah mendaptkan penghasilan dari bea – bea.

2.4.1 Teori Perdagangan Internasional

Teori pergangan internasional dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yakni teori klasik dan teori modern. Teori klasik yang umum dikenal adalah teori keunggulan absolut dari Adam Smith, Teori Keunggulan Relatif dari David Ricardo (Tambunan, 2001).

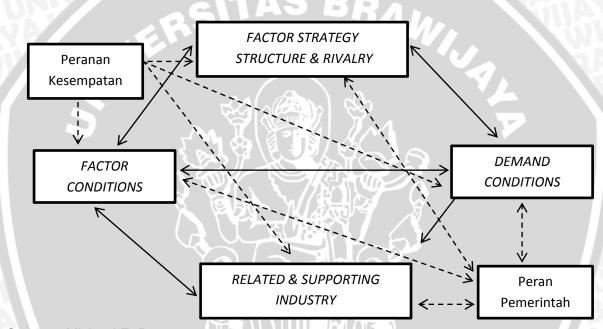
Keunggulan absolut dari Adam Smith sering disebut sebagai teori murni perdagangan internasional. Dasar teori ini adalah dimana suatu negara melakukan spesialisasi kepada jenis ekspornya dan melakukan impor jenis barang lain atau jenis barang yang tidak dapat diproduksi negaranya karena tidak mempunyai keunggulan absolut dibanding negara lain yang mempunyai spesialisasi pada jenis barang tersebut, atau menjadi tidak efisien jika memproduksi jenis barang tersebut. Jadi dapat disimpulkan jika perdagangan internasional antara dua negara dapat terjadi, jika kedua negara itu saling memperoleh manfaat, dan ini hanya dapat terjadi bila masing — masing negara memiliki keunggulan absolut yang berbeda. (Tambunan, 2001).

Teori keunggulan komparatif menurut hukum keunggulan kompartif, bahkan jika satu negara kurang efisien daripada memiliki kelemahan absolut terhadap negara lain dalam produksi kedua komoditas, masih ada landasan untuk perdagangan yang saling menguntungkan. Negara pertama harus mengkhususkan diri dalam produksi dan ekspor komoditas yang mempunyai kerugian absolut yang lebih kecil inilah yang akan menjadi komoditas yang merupakan keunggulan komparatif dan mengimpor komoditas yang mempunyai kerugian absolut yang lebih besar ini yang akan menjadi komoditas dengan kerugian komparatif. (Salvatore, 2014).

Selain teori keunggulan absolut dan komparatif terdapat juga teori Heckscher Ohlin yang mengatakan, suatu negara akan mengekspor komoditas yang produksinya memerlukan penggunaan intensif faktor produksi negara yang jumlahnya relatif berlimpah dan murah dan mengimpor komoditas yang produksinya memerlukan penggunaan intensif faktor produksi negara yang jumlahnya relatif langka dan harganya mahal. Singkatnya, negara yang relatif kaya akan faktor

tenaga kerja akan mengekspor komoditas yang relatif padat karya dan mengimpor komoditas yang relatif padat modal (Salvatore, 2014).

Terdapat pula keunggulan kompetitif Micaheal E. Porter. Dalam era persaingan global saat ini, suatu bangsa atau negara yang memiliki *competitive* advantage of nation dapat bersaing di pasar internasional bila memiliki empat faktor penentu (W. J. Keegan dan M.C Green, 1997 dalam Apridar, 2009).



Sumber: Michael E. Porter,1990

Gambar 1. The Complete System of National Competitive Advantage

Keterangan : Garis (-----), menunjukkan hubungan antara atribut utama

Garis (----), menunjukkan hubungan antara atribut utama dengan atribut tambahan.

Lukman (2016), memaparkan bahwa ada enam komponen dari Teori Berlian Porter dalam persaingan kompetitivnya yaitu:

1. Factor condition yaitu sumber daya yang dimiliki oleh suatu negara yang terdiri dari lima katagori berikut

- a) Sumber Daya Manusia atau SDM mencakup tenaga kerja yang tersedia, kemampuan manajerial dan keterampilan yang dimiliki, biaya tenaga kerja yang berlaku (tingkat upah) dan etika kerja (termasuk modal.
- b) Sumber Daya Alam atau SDA mencakup biaya, kualitas, aksesibilitas, ukuran lahan (lokasi), ketersediaan air, mineral dan energi serta sumberdaya pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan (termasuk sumberdaya perairan laut lainnya), dan sumberdaya peternakan, serta sumberdaya alam lainnya, baik yang dapat diperbarui maupun yang tidak dapat diperbarui. Begitu juga kondisi cuaca dan iklim, luas wilayah geografis, kondisi topografis dan lain lain.
- c) Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi mencakup ketersediaan pengetahuan pasar, pengetahuan ilmiah yang menunjang dan diperlukan dalam memproduksi barang dan jasa. Begitu juga ketersediaan sumber sumber pengetahuan dan teknologi, seperti perguruan tinggi, lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga statistik, literatur bisnis dan ilmiah, basis data, laporan penelitian, asosiasi pengusaha, asosiasi perdagangan dan sumber pengetahuan dan teknologi lainnya.
- d) Sumber Daya Modal mencakup jumlah modal dan biaya (suku bunga) yang tersedia, jenis pembiayaan (sumber modal), aksesibilitas terhadap pembiayaan, kondisi lembaga pembiayaan dan perbankan, tingkat tabungan masyarakat, peraturan keuangan, kondisi moneter dan fiskal, serta peraturan moneter dan fiskal.
- e) Sumber daya infrastruktur mencakup ketersediaan jenis, mutu dan biaya penggunaan infrasturktur yang mempengatuhi persaingan, termasuk sistem

transportasi, komunikasi, pos dan giro, pembayaran dan transfer dana, air bersih, energi listrik dan lalin – lain.

2. Deman Condition

Kondisi permintaan domestik merupakan faktor penentu daya saing industri, terutama mutu permintaan domestik. Mutu permintaan domestik merupaka sarana pembelajaran perusahaan – perusahaan domestik untuk bersaing di pasar global. Mutu permintaan (persaingan yang ketat) didalam negeri memberikan tantangan bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya sebagai tanggapan terhadap mutu persaingan di pasar domestik. Ada tiga faktor kondisi permintaan yang mempengaruhi daya saing industri nasional yaitu:

a) Komposisi permintaan domestik

Struktur segmen permintaan merupakan faktor penentu daya saing industri nasional. Pada sebagian besar industri, permintaan yang ada telah tersegmentasi atau dipersempit menjadi beberapa bagian yang telah spesifik. Pada umumnya perusahaan – perusahaan lebih mudah memperoleh daya saing pada stuktur permintaan yang lebih luas dibanding dengan struktur segmen yang sempit. Pengalaman dan selera pembeli yang tinggi akan meningkatkan tekanan kepada produsen untuk menghasilkan produk yang bermutu dan memenuhi standar yang tinggi, yang mencakup standar mutu produk, fitur – fitur pada produk dan pelayanan. Antisipasi kebutuhan pembeli yang baik dari perusahaan dalam negeri merupakan suatu poin dalam memperoleh keunggulan daya saing.

b) Jumlah permintaan dan pola pertumbuhan

Jumlah permintaan domestik mempengaruhi tingkat persaingan dalam negeri, terutama disebabkan oleh jumlah pembeli bebas, tingkat

pertumbuhan permintaan domestik, timbulnya permintaan baru, dan kejenuhan permintaan lebih awal sebagai akibat perusahaan domestik melakukan penetrasi pasar lebih awal. Pasar domestik yang luas dapat diarahkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam suatu industri. Hal ini dapat dilakukan jika industri dilakukan dalam skala ekonomis melalui adanya penanaman modal dengan membangun fasilitas skala besar, pengembangan teknologi dan peningkatan produktivitas.

c) Internasionalisasi permintaan domestik.

Pembeli lokal yang merupakan pembeli dari luar negeri akan mendorong daya saing industri nasional karena dapat membawa produk tersebut keluar negeri. Konsumen yang memiliki mobilitas internasional tinggi dan sering mengunjungi suatu negara juga dapat mendorong dan meningkatkan daya saing produk negeri yang dikunjungi tersebut.

3. Related and Supporting Industries

Industri terkait dan industri pendukung mencakup keberadaan industri pendukung dan industri terkait yang memiliki daya saing global mempengaruhi daya saing industri utamanya. Industri hulu yang memiliki daya saing global akan memasok input bagi industri utama dengan harga yang lebih murah, mutu yang lebih baik, pelayanan yang cepat, pengiriman tepat waktu dan jumlah sesuai dengan kebutuhan industri utama, sehingga industri tersebut juga akan memiliki daya saing global yang tinggi.

Industri hilir yang menggunakan produk industri utama sebagai bahan baku.

Apabila industri hilir memiliki daya saing global maka industri hilir tersebut dapat menarik industri hulunya untuk memperoleh daya saing global.

4. Stuktur, persaingan dan strategi perusahaan

Tingkat persaingan dalam industri merupakan salah satu faktor pendorong bagi perusahaan – perusahaan yang berkompetisi untuk terus melakukan inovasi. Keberadaan pesaing lokal yang handal dan kuat merupakan faktor penentu dan sebagai motor penggerak untuk memeberikan tekanan antar perusahaan untuk berkompetisi dan terus melakukan inovasi untuk meningkatkan daya saingnya. Perusahaan – perusahaan yang telah terbukti bersaing ketat dalam industri nasional akan lebih mudah memenangkan persaingan internasional dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan yang belum memiliki daya saing nasional atau berasa dalam industri yang tingkat persaingannya rendah.

Struktur industri dan struktur perusahaan menentukan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan – perusahaan yang mencakup dalam industri tersebut. Struktur yang monopolistik kurang memiliki daya dorong untuk melakukan perbaikan – perbaikan serta inovasi – inovasi baru dibandingkan dengan struktur – struktur yang bersaing. Struktur perusahaan sangat berpengaruh terhadap bagaimana perusahaan yang bersangkutan dikelola dan dikembangkan dalam suasana tekanan persaingan,baik domestik maupun internasional. Berpengaruh pada strategi perusahaan untuk memenangkan persaingan domestik dan internasional. Dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan daya saing global industri yang bersangkutan.

5. Peranan Pemerintah

Pemerintah dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh keempat variabel utama. Variabel kondisi faktor sumberdaya dipengaruhi melalui subsidi, kebijakan pasar modal, kebijakan pendidikan dan lainnya. Peranan pemerintah dalam

membentuk kondisi permintaan domestik seringkali sulit untuk dijelaskan. Pemerintah juga bertugas menetapkan standar produk lokal melalui departemen – departemen yang ada. Pemerintah juga seringkali menjadi pembeli utama, misalnya pembelian alat telekomunikasi atau penerbangan untuk keperluan negara. Pemerintah juga dapat menjadi penjual utama atau memegang kekuasaan atas produk – produk vital yang menyangkut kepentingan rakyat banyak.

Pada bagian industri pendukung dan terkait, pemerintah dapat membentuk polanya, seperti dengan mengkontrol media periklanan dan membuat regulasi dari pelayanan pendukung. Pemerintah juga dapat mempengaruhi persaingan, struktur dan strategi perusahaan melalui regulasi pasar modal, kebijakan oajak dan perundang – undangan.

6. Peranan Kesempatan

Kesempatan mempunyai dampak yang asimetris atau hanya berlaku satu arah terhadap keempat faktor utama dari Teori Berlian Porter. Faktor kesempatan seringkali merupakan suatu hal yang besar di luar kekuatan dari industri dan juga pemerintah dalam memberikan pengaruh. Contoh yang khususnya sangat penting dalam mempengaruhi keunggulan kompetitif, yaitu hak paten, perang, keputusan politik dari pemerintah luar negeri dan lainnya.

2.4.2 Teori Ekspor

Ekspor ialah kegiatan menjual sejumlah barang ataupun jasa keluar daerah pabean sesuai dengan undang – undang kepabean. Peran ekspor sangat penting bagi suatu negara karena merupakan motor penggerak perekonomian nasional. Namun, terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan lambatnya perkembangan ekspor Indonesia yaitu teknologi yang digunakan masih tradisional, sumber daya manusia yang kurang berkompeten, faktor lingkungan seperti

standarisasi internasional yang tinggi, serta kendala lain seperti birokrasi yang berbelit – belit sampai adanya proteksi dari negara tujuan ekspor (Tambunan, 2001 dalam Putri *et al.*, 2016).

Ekspor akan secara langsung mempengaruhi pendapatan nasional. Akan tetapi, hubungan yang sebaliknya tidak selalu berlaku, yaitu kenaikan pendapatan nasional belum tentu menaikkan ekspor oleh karena pendapatan nasional dapat mengalami kenaikan sebagai akibat dari kenaikan pengeluaran rumah tangga, pengeluaran pemerintah merupakan selisih antara ekspor total dengan impor total suatu negara (Sukirno, 2008).

Menurut Mankiw (2006), berbagai faktor yang dapat mempengaruhi ekspor, impor, dan ekspor neto suatu negara meliputi selera konsumen terhadap barang – barang produksi dalam negeri, harga barang – barang didalam dan di luar negeri dan kurs yang menentukan jumlah mata uang domestik yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing. Pendapatan konsumen didalam negeri dan luar negeri, ongkos angkutan barang antar negara, kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional.

Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuha ekonomi. Dengan tingkat output yang lebih tinggi kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan (Jhingan, 2000).

2.5 Teori Daya Saing

Daya saing adalah ukuran dari keuntungan suatu negara atau kerugian dalam menjual produknya di pasar internasional (*Organisation for Economic Cooperation and Development*, 2005). Secara keselurihan daya saing produk

merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan didalam pasar tersebut, dalam artian jika suatu produk mempunyai daya saing yang banyak diminati konsumen (Tambunan 2001 dalam Wahono. 2015).

Menurut Wolff (2007)dalam Rajagukguk (2009),daya saing (Competitiveness) dapat didefinisikan pada tiga tingkatan, yakni pada level perusahaan, industri, dan juga level nasional atau negara. Pada level perusahaan, daya saing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa lebih efisien dan efektif dibanding dengan perusahaan lain (pesaing) yang sejenis. Daya saing ini juga mencakup kepada keberhasilan perusahaan untuk sukses dan berhasil dipasar internasional dengan sedikit pengaruh (intervensi) pemerintah, ataupun subsidi. Pada prakteknya, daya saing pada tingkat perusahaan dapat dilihat dari sisi dalam perusahaan (internal), ataupun sisi luar perusahaan (eksternal). Daya saing perusahaan dari sisi internal dapat dilihat dari keadaan finansial perusahaan, modal sumberdaya manusia dan fisik, pengeluaran untuk R & D (Research and Development), atau rasio saham terhadap perputaran modal. Pada sisi eksternal, daya saing perusahaan dapat dilihat dari profitabilitas pekerja, pangsa pasar, kegiatan ekspor, pertumbuhan perusahaan, produktivitas produksi baik dibandingkan secara lokal ataupun dengan perusahaan lain dari luar negeri. Daya saing perusahaan juga dapat dilihat dari kepemilikan hak paten terhadap suatu produk.

Pada tingkat industri, daya saing merupakan kemampuan perusahaan – perusahaan nasional untuk berhasil atau sukses secara berkesinambungan dibanding dengan perusahaan – perusahaan dari luar negeri (pesaing), tanpa adanya proteksi dan subsidi dari pemerintah. Mengukur daya saing tingkat industri

mencakup profitabilitas dari keseluruhan perusahaan – perusahaan nasional yang ada dalam sektor industri yang bersangkutan, keseimbangan perdagangan industri, juga keseimbangan antara masuk dan keluar pada investasi asing langsung serta ukuran langsung dari biayta dan kualitas yang dihasilkan pada level industri.

Sedangkan untuk batasan negara, daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan warga negara untuk berhasil meraih keberhasilan yang lebih tinggi, dan juga mampu untuk meningkatkan taraf hidupnya. Pada beberapa negara, taraf hidup dapat diukur melalui produktivitas warganya per tenaga kerja, atau juga dan sebaran modal yang dimiliki. Suatu negara dengan produktivitas masyarkat yang tinggi juga dapat menjadikan negara tersebut semakin memiliki daya saing.

Dalam pemeringkatan *World Economic Forum* (WEF), daya saing Indonesia mengalami lompatan besar dari peringkatan 50 menjadi 38. Lompatan peringkatan ini merupakan prestasi besar bagi Indonesia, dan hanya dikalahkan oleh Equador dan Lesotho. Namun, lompatan peringkatan Indonesia tersebut baru mendekati peringkat negara – negara ASEAN lain, terutama negara Singapore, Malaysia, Thailand, dan Brunei Darussalam. (PKRB, 2014).

Michael E. Porter (1990) dalam PKRB (2014), mengajukan teori baru untuk daya saing dalam perdagangan internasional. Pada awalnya Porter hanya melihat bagaimana daya saing perusahaan dapat dibangun dalam menghadapi persaingan saat itu. Porter menyimpulkan bahwa terdapat singergi antara pemerintah dan dunia usaha dalam meningkatkan daya saing negara dalam perdagangan internasional.

Konsep keunggulan komparatif merupakan ukuran daya saing atau keunggulan potensial. Artinya daya saing akan dicapai bila perekonomian tidak mengalami distorsi. Dengan kata lain komoditas yang memiliki keunggulan

komparatif dikatakan juga memiliki efisien secara ekonomi (Simatupang, 1991 dalam Oktaviani, 2009).

Dalam persaingan internasional khususnya didalam daya saing produk ekspor, ada tiga aspek yang perlu diperhatikan (Amir, 2003 dalam Bustami dan Paidi, 2013), aspek tersebut adalah sebagai berikut:

- Harga, dalam menawarkan sesuatu produk harga haruslah sama atau lebih rendah dari harga yang ditawarkan pesaing, atau biata produksinya lebih rendah dari biaya produksi di negara tujuan. Dalam hal ini negara pengekspor memiliki keunggulan komparatif.
- 2. Mutu produk, mutu yang ditawarkan harus memenuhi atau sesuai dengan selera konsumen.
- 3. Waktu penyerahan, harus sesuai dengan situasi dan kondisi pasaran di negara tujuan. Keterlambatan pengapalan dan penyerahan barang dapat berakibat fatal karena memungkinkan produk tersebut tidak lagi dipasarkan yang akhirnya mengurangi selera dan permintaan akan produk tersebut.

2.6 Kerangka Berfikir

Wilayah lautan Indonesia yang cukup besar namun belum dapat dimanfaatkan dengan baik. komoditas kepiting dan rajungan yang juga sebagai produk unggulan ekspor Indonesia masih belum di kembangkan dengan baik. perkembangan komoditas kepiting sempat menurun karena adanya isu tentang hambatan non tarif serta hambatan tarif yang dilakukan beberapa negara yang membuat perkembangan ekspor kepiting dalam jangka panjang bergantung dengan kualitas dari kepiting dan kemampuan daya sain dalam mendapatkan pasar baru serta tetap bertahan ataupun naik diposisi daya saing tersebut.

Disaat kondisi perdagangan bebas, persaingan antara negara dalam meningkatkan daya siang komperatif dan kompetitifnya sangat tinggi. Sedangkan Indonesia masih dalam peringkat 9 dan masih kalah dengan negara China yang dapat dikatakan luas wilayah perairannya lebih sempit dari Indonesia.

Pada penelitian ini dilakukan dengan analisis terhadap daya saing dan mengetahui strategi untuk memperkuat daya saing ekspor komoditas kepiting di pasar internasional dengan metode RCA yang melihat perbandingan pangsa ekspor suatu komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komodtas tersebut dari seluruh dunia, metode ini akan digunkan untuk melihat daya saung komparatif ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional dan Teori Berlian Porter untuk menganalisis daya sainng kompetitif ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional.

Metode lain dalam penelitian ini adalah Herfindahl Index (HI) dan Concentration Ratio (CR). Metode ini digunakan untuk melihat struktur pasar komoditas kepiting Indonesia di pasar internasional dan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk mengetahui spesialisasi perdagangan kepiting di Indonesia cenderung lebih banyak mengimpor atau lebih banyak mengekspor.

Permasalahan diatas akan menjadi dasar dari penelitian daya saing ekspor kepiting ini, maka dari itu dapat dijadikan sebuah kerangka pemikiran yang akan mendukung penelitian ini. Diagram alur kerangka pikiran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang didapatkan dari pihak – pihak yang terkait dengan penelitian daya saing ekspor kepiting di pasar internasional. Dengan menggunakan data *time series* atau data waktu berkala dari tahun 2005 – 2014. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan November 2016.

3.2 Data dan Instrumental

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder, dimana data tersebut didapatkan dari sumber – sumber terpercaya seperti Biro Pusat Statistik (BPS), Kementrian Kelautan dan Perikanan (KKP), Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP), Kementrian Luar Negeri, Kementrian Perdagangan, *United Nation Commodity Trade Statistic Database* (UN COMTRADE), WWF – Indonesia, *Food Agriculture Organization* (FAO), Trademap.org, serta dari buku – buku literatur, media massa, media elektronik (internet), dan jurnal yang di publikasikan. Untuk melihat jenis data dan sumbernya dapat dilihat pada Tabel 6.

BRAWIJAY

Tabel 6. Data dan Sumber Data

NO	Data	Sumber Data
Wallay	Nilai Eskpor Migas dan Non Migas Indonesia	BPS, KKP
2	Volume Ekspor Kepiting	UN COMTRADE, trademap.org
3	Nilai Ekspor Kepiting	UN COMTRADE, trademap.org
4	Total Nilai Ekspor Kepiting	UN Comtrade, Trademap.org, BPS
5	Jenis – Jenis Kepiting Bakau yang Memiliki Nilai Ekonomis Penting	WWF – Indonesia, FAO
6	Volume Ekspor Hasil Perikanan Menurut Komoditas Utama	KKP, BPS
7	Ekspor kepiting menurut negara tujuan	BPS, Kemendag
8	1. Factor Condtion Sumber Daya Manusia Sumber Daya Alam Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Sumber Daya Modal Sumber Daya Infrasturktur 2. Demand Condition Komposisi Permintaan Domestik Jumlah Permintaan dan Pola Pertumbuhan Internasionalisasi Permintaan Domestik Related and Supporting Industries Sturktur, Persaingan dan Strategi Perusahaan 5. Peranan Pemerintah 6. Peranan Kesempatan	Jurnal, <i>Library</i> Research, KKP dan DKP

3.3 **Metode Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber - sumber terpercaya dari instansi yang terkait seperti BPS, KKP, DKP, Kemendag, Kemenlu yang terdapat di Jakarta, Indonesia dan penelusuran situs UN COMTRADE, Trademag.org, FAO untuk data ekspor di dunia. Data yang diperlukan pada penelitian ini mulai dari tahun 2005 sampai tahun 2014. Untuk pengumpulan BRAWIA data dimulai dari bulan November 2016.

3.4 **Metode Analisis Data**

Data yang sudah didapatkan akan dianalisis dengan menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Wirartha (2006) didalam bukunya dikatakan penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematik sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu memiliki dasar faktual yang jelas sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang di peroleh. Uraian kesimpulan didasari pada angka yang diolah secukupnya. Kebanyakan pengolahan data didasarkan pada analisis presentase dan analisis kecenderungan (trend).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif diguanakan untuk menganalisis struktur pasar komoditas kepiting di pasar internasional dengan metode Herfindahl Index (HI) dan Concentration Ratio (CR), untuk menganalisis persaingan komparatif komoditas kepiting Indonesia di pasar internasional dengan Metode Revealed Comparative Advantage (RCA), dan untuk mengetahui spesisalisasi kepiting dipasar internasional menggunkan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Sedangkan analisis

kualitatif digunakan untuk menganalisis persaingan kompetitif komoditas kepiting di pasar internasional dengan menggunakan Teori Berlian Porter. Untuk melalukan proses pengolahan data kuantiatif dan kualitatif dijelaskan sebagai berikut.

3.4.1 Struktur Pasar Kepiting Indonesia di Pasar Internasional

Struktur kepiting Indonesia di pasar internasional dapat dilihat dari perhitungan dengan menggunakan *Herfindahl Indeks* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR). Dengan menghitung HI dan CR maka dapat diketahui struktur pasar kepiting di pasar internasional.

Herfindahl Indeks (HI) dan Concentration Ratio (CR) adalah alat analisis untuk mengetahui struktur pasar suatu industri. HI merupakan aat yang mengukur besar kecilnya perusahaan – perusahaan dalam suatu industri dan sebagai indicator jumlah persaingan di antara mereka. HI dan CR sering digunakan untuk mengukur konsentrasi industri. Nilai HI mencerminkan nilai penguasaan pangsa pasar oleh suatu perusahaan dalam suatu industri (Ratnawati, 2011).

Herfindahl Indeks dan Concentration Ratio (CR) dapat menjelaskan bentuk pasar yang selama ini terjadi pada pasar kepiting internasional. Bentuk pasar yang yang terbentuk akan mempengaruhi tingkat persaingan yang dianalisis pada bagian selanjutnya. Perhitungan konsentrasi sangat mempengaruhi tingkatan pangsa pasar yang diperoleh tiap negara dalam komposisi ekspor komoditas kepiting Indonesia di pasar internasional.

Tahap pertama yang harus dilakukan untuk menganalisis pangsa pasar dengan menggunkaan *Herfindahl Index* adalah dengan cara menghitung pangsa pasar tiap negara produsen kepiting di pasar internasional. Perhitungan pangsa pasar dilaukan dengan menggunakan formula sebagai berikut (Meryana, 2007) .

$$Sij = \frac{Xij}{TXj}$$

Keterangan:

Sij : Pangsa pasar kepiting negara I di pasar internasional

Xij : Nilai ekspor kepiting negara I di pasar internasional

TXj : Total nilai ekspor kepiting di pasar internasional

Langkah selanjutnya adalah mengetahui struktur pasar yang dihadapi oleh suatu industri dengan cara menghitung nilai HI. Nilai HI mencerminkan penguasaan pangsa pasar oleh suatu negara dalam pasar internasional. Indeks tersebut merupakan hasil penjumlahan kuadrat pangsa pasar tiap – tiap negara dalam pasar internasional. Formulanya sebagai berikut (Cahya, 2010).

39

$$HI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + ... + S_n^2$$

Keterangan:

HI: : Herfindahl Indeks

internasional

Sij : Pangsa pasar negara 1 dalam perdagangan komoditas kepiting di pasar

Nilai HI berkisar antara 0 – 1 (atau 10.000 yang merupakan kuadrat dari 100). Rasio konsentrasi (CR) suatu industri diformulasikan sebagai berikut:

Keterangan:

CR8 : Nilai konsentrasi pasar 8 eksportir kepiting terbesar di pasar internasional

Sij : Pangsa pasar kepiting negara i di pasar internasional

Berdasarkan rasio konsentrasi pasar yang dirumuskan dengan analisis HI dan CR, maka struktur pasar perdagangan kepiting dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Konsentrasi pasar yang tinggi dicirikan dengan nilai CR yang berkisar antara 80 hingga 100 persen, sedangkan kisaran nilai HI yaitu antara 1800 hingga 10000. Bentuk pasar yang mungkin untuk tingkat konsentrasi tinggi adalah monopoli atau sedikit monopoli yang cenderung oligopoli.
- b. Konsentrasi pasar sedang dicirikan dengan nilai CR antara 50 hingga 80 persen dan nilai HI yang berkisar antara 1000 hingga 1800. Bentuk pasar untuk tingkat konsentrasi sedang adalah lebih banyak oligopoli.
- c. Konsentrasi pasar rendah dicirikan dengan nilai CR antara 0 hingga 50 persen dan HI antara 0 hingga 1000. Bentuk pasar yang sangat ekstrim adalah pasar persaingan sempurna, namun sekurang-kurangnya adalah persaingan monopolistik. Bahkan dapat dimungkinkan pasar dengan sedikit oligopoli.

Semakin besar nilai konsentrasi menujukan bahwa industri tersebut semakin terkonsentrasi dan semakin sedikit jumlah produsen yang berada di pasaran, sedangkan semakin rendah rasio konsentrasi menunjukkan konsentrasi pasar yang rendah dan persaingan yang lebih ketat, sebab tidak ada produsen yang secara signifikan menguasai pasar. Nilai HI dan CR yang didapatkan, secara tidak langsung dapat diketahui konsentrasi industri dan struktur persaingan komoditas kepiting dimana Indonesia termasuk negara yang ikut bersaing dalam industri tersebut dan dapat menyesuaikan strategi yang akan digunakan (Hidayati, 2013).

3.4.2 Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparati merupakan suatu konsep yang dikembangkan oleh David Ricardo untuk menjelaskan efisiensi alokasi sumber daya di sautu negara dalam sistem ekonomi yang terbuka (Warr, 1992 dalam Saptana *et al.*, 2006).

Menurut Sudaryono dan Simatupang (1993), konsep keunggulan komparatif merupakan ukuran daya saing (keunggulan) potensial dalam arti daya saing yang akan dicapai pada perekonomian tidak mengalami distorsi sama sekali.

Untuk melihat keunggulan komparatif komoditas suatu negara, dapat dilakukan perhitungan dengan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Dengan menghitung RCA maka suatu negara dapat mengetahui perbandingan negaranya dengan negara lain dengan melihat daya saing yang dimiliki oleh komoditas ekspor negaranya, apakah memiliki daya saing di pasar internasional atau tidak memiliki daya saing di pasar internasional. Untuk menentukan daya saing dapat dilihat dari hasil perhitungan rumus RCA yaitu jika hasil RCA > 1 maka komoditas tersebut mempunyai daya saing di pasar internasional, namun jika RCA < 1 maka komoditas tersebut tidak memilik daya saing di pasar internasional.

Variabel yang digunakan adalah kinerja ekspor komoditi total ekspor suatu wilayah (negara, provinsi atau lainnya) yang kemudian dibandingkan dengan komoditi lain di perdagangan internasional. Pada penelitian RCA ini digunakan untuk membandingkan daya saing komoditi perikanan yaitu kepiting Indonesia dengan negara pesaing utama di pasar internasional yaitu USA, UK, Russian Federation, dan Canada.

Menurut Li dan Bender (2002), keunggulan menggunakan indeks RCA adalah indeks ini mempertimbangkan keuntungan intristik komoditas ekspor tertentu dan konsisten dengan perubahan di dalam suatu ekonomi produktivitas dan faktor

anugerah realtif. Kelemahan metode RCA adalah indeks ini tidak dapat membedakan antara penigkatan didalam faktor sumber daya dan penerapan kebijakan perdagangan yang sesuai. Selain itu indeks RCA ini memilliki kelemahan dalam mengukur keunggulan komparatif dari kinerja impor dan mengesampingkan pentingnya permintaan domestik, ukuran pasar domestic dan perkembangannya (Khan Z dan Batra, 2005).

Tujuan penggunaan indeks RCA ini adalah untuk mengetahui posisi keunggulan komparatif komoditas kepiting Indonesia antara negara – negara pesaingnya atau negara – negara produsen kepitting lainnya di pasar internasional. Secara matematis, rumus RCA adalah sebagai berikut:

$$RCA = \frac{(\frac{Xij}{Xt})}{(\frac{Wij}{Wt})}$$

Keterangan:

RCA : Nilai daya saing ekspor kepiting Indonesia ke pasar internasional

Xij : Nilai ekspor kepiting Indonesia ke pasar internasional

Xt : Nilai total ekspor Indonesia ke pasar internasional

Wij : Nilai ekspor kepiting didunia

Wj : Nilai total ekspor dunia

Jika nilai indek RCA suatu negara untuk komoditas kepiting adalah lebih besar daripada satu (RCA > 1), maka negara bersangkutan memiliki keunggulan komparatif di atas rata – rata dunia untuk komoditas tersebut. Demikian sebaliknya, bila lebih kecil daripada satu (RCA < 1), maka keunggulan komparatif suatu negara untuk komoditas tersebut tergolong rendah. Semakin besar nilai indeks RCA suatu

komoditas, semakin tinggi pula tingkat keunggulan komparatifnya (Natalia dan Nurozy, 2012).

3.4.3 Keunggulan Kompetitif

Selain keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif juga sangat dibutuhkan untuk melihat daya saing dari suatu produk. Keunggulan kompetitif akan menjelaskan permasalahan dalam ekspor kepiting yang tidak dapat dijelaskan oleh keunggulan komparatif. Teori ini akan menjawab faktor eksternal maupun fakor internal dalam industri pengusahaan kepiting Indonesia.

Analisis daya saing kompetitif dalam Teori Berlian Porter. Komponen tersebut adalah faktor sumberdaya, faktor permintaan, faktor industri terkait dan industri pendukung, dan faktor strategi perusahaan, struktur dan persaingan. Selain keempat komponen yang saling berinteraksi diatas terdapat dua komponen yang mempengaruhi keempat komponen tersebut yaitu faktor pemerintah dan faktor kesempatan.

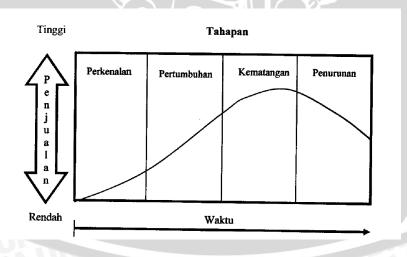
Untuk menganalisis Teori Berlian Porter harus dilihat dari berbagai faktor yaitu:

- 1. Factor Condition
- a. Sumber daya Alam atau SDA
- b. Sumber daya Manusia atau SDM
- c. Sumber daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
- d. Sumber daya Modal
- e. Sumber daya Infrastruktur
- 2. Demad Condition
- a. Komposisi permintaan domestik
- b. Jumlah permintaan dan pola pertumbuhan

- c. Internasionalisasi permintaan domestik
- 3. Related and Supporting Indutries
- 4. Struktur, persaingan dan strategi perusahaan
- 5. Peranan Pemerintah
- 6. Peranan Kesempatan

3.4.4 Spesialisasi Ekspor Kepiting Indonesia di Pasar Internasional

Spesialiasi ekspor kepiting Indonesia di pasar Internasional sangat penting untuk diketahui, karena Indonesia dapat mengetahui kemampuannya dalam mengekspor kepiting selanjutnya, apakah menjadi negara pengekspor kepiting atau menjadi negara pengimpor kepiting. Untuk mengetahui spesialisasi ekspor kepiting Indonesia di pasar internasional dapat dihitung dengan menggunakan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) setelah ISP dihitung dapat dilihat pada Siklus Hidup Produk tersebut berada di tahap perkenalan, tahap pertumbuhan, tahap kematangan, atau tahap kemunduran atau penurunan.



Kurva ISP sesuai Teori Siklus Produk

Sumber: Griffin, 2002

Gambar 3. Kurva ISP sesuai Teori Siklus Produk

Dalam keempat tahap dari analisa Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*) ini memeliki strategi (Kotler, 1997), yaitu:

- 1. Tahap Perkenalan (Introduction)
 - a. Strategi peluncuran cepat (rapid skimming strategy)
 Peluncuran produk baru pada harga tinggi dengan tingkat promosi yang tinggi.

Perusahaan berusaha menetapkan harga tinggi untuk memperoleh keuntungan yang mana akan digunakan untuk menutup biaya pengeluaran dari pemasaran.

b. Strategi peluncuran lambat (slow skimming strategy)

Merupakan peluncuran produk baru dengan harga tinggi dan sedikit promosi.

Harga tinggi untuk memperoleh keuntungan sedangkan sedikit promosi untuk menekan biaya pemasaran.

- c. Strategi penetrasi cepat (rapid penetration strategy)
 Merupakan peluncuran produk pada harga yang rendah dengan biaya promosi yang besar. Strategi ini menjanjikan penetrasi pasar yang paling cepat dan pangsa pasar yang paling besar.
- d. Strategi penetrasi lambat (slow penetration strategy)
 Merupakan peluncuran produk baru dengan tingkat promosi rendah dan harga rendah. Harga rendah ini dapat mendorong penerimaan produk yang cepat dan biaya promosi yang rendah.
- 2. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Selama tahap pertumbuhan perusahaan menggunakan beberapa strategi untuk mempertahankan pertumbuhan pasar yang pesat selama mungkin dengan cara:

 Meningkatkan kualitas produk serta menambahkan keistimewaan produk baru dan gaya yang lebih baik.

- b. Perusahaan menambahkan model model baru dan produk produk penyerta (yaitu, produk dengan berbagai ukuran, rasa, dan sebagainya yang melindungi produk utama)
- c. Perusahaan memasuki segmen pasar baru.
- d. Perusahaan meningkatkan cakupan distribusinya dan memasuki saluran distribusi yang baru.
- e. Perusahaan beralih dari iklan yang membuat orang menyadari produk (*product awareness advertising*) ke iklan yang membuat orang memilih produk (*product preference advertising*)
- f. Perusahaan menurunkan harga untuk menarik pembeli yang sensitif terhadap harga dilapisan berikutnya.
- 3. Tahap Kedewasaan/Kematangan (*Maturity*)
 - a. Perusahaan meninggalkan produk mereka yang kurang kuat dan lebih berkonsentrasi sumber daya pada produk yang lebih menguntungkan dan pada produk baru.
 - b. Memodifikasi pasar dimana perusahaan berusaha untuk memperluas pasar untuk merek yang mapan.
 - c. Perusahaan mencoba menarik konsumen yang merupakan pemakai produknya.
 - d. Menggunakan strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*) yaitu bertujuan menambah keistimewaan baru yang memperluas keanekagunaan, keamanan atau kenyaman produk.
 - e. Strategi defensif dimana perusahaan untuk mempertahankan pasar yang mana hasil dari strategi ini akan memodifikasi bauran pemasaran.
 - f. Strategi peningkatkan mutu yang bertujuan meningkatkan kemampuan produk, misalnya daya tahan, kecepetan, dan kinerja produk.

- g. Strategi perbaikan model yang bertujuan untuk menambah daya tarik estetika produk seperti model, warna, kemasan dan lain lain.
- h. Menggunakan *take-off strategy* yang mana marupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mencapai fase penerimaan konsumen baru, strategi ini dapat memperbaharui pertumbuhan pada saat produk masuk dalam kematangan.

4. Tahap Penurunan (Decline)

- a. Manambah investasi agar dapat mendominasi atau menempati posisi persaingan yang baik.
- b. Mengubah produk atau mencari penggunaan/manfaat baru pada produk
- c. Mencari pasar baru
- d. Tetap pada tingkat investasi perusahaan saat ini sampai ketidakpastian dalam industri dapat diatasi
- e. Mengurangi investasi perusahaan secara selesktif dengan cara meninggalkan konsumen yang kurang menguntungkan
- f. Harvesting strategy untuk mewujudkan pengembalian uang tunai secara cepat
- g. Meninggalkan bisnis tersebut dan menjual aset perusahaan.

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan suatu produk. Metode ini juga dapat menggambarkan apakah suatu jenis produk Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir (Kemendag, 2016). Metode ISP dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ISP = \frac{(Xia - Mia)}{(Xia + Mia)}$$

Keterangan:

ISP : Indeks Spesialisasi Perdagangan Negara

Xia : Nilai ekspor komoditi a dari negara i (US\$)

Mia : Nilai impor komoditi a dari negara i (US\$)

i : Negara eksportir (kepiting segar = Indonesia, China, Canada, USA, United Kingdom. Kepiting Beku = Indonesia, Canada, China, USA, Russia. Kepiting olahan= Indonesia, China, Philippines, Thailand, Rep. Of Korea)

a : Kepiting segar, kepiting beku, kepiting olahan

Indeks ISP tersebut juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu komoditi dalam perdagangan yang terbagi ke dalam 5 tahap sebagai berikut:

1. Tahap Pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) disuatu negara (sebut A) mengekspor produkproduk baru dan industri pendatang belakangan (*latercomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks ISP dari industri *latercomer* ini adalah -1,00 sampai -0,50.

2. Tahap Subtitusi Impor

Nilai indeks ISP naik antara - 0,51 sampai 0,00. Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing yang sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditi tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor daripada mengekspor.

3. Tahap Pertumbuhan

Nilai indeks ISP naik antara 0,01 sampai 0,80, dan industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditi tersebut lebih besar daripada permintaan.

4. Tahap Kematangan

Nilai indeks berada pada kisaran 0,81 sampai 1,00. Pada tahap ini produk yang bersangkutan sudah pada tahap standardisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*.

5. Tahap kembali mengimpor

Nilai indeks ISP kembali menurun antara 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A, dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri. Untuk melihat Kurva ISP dapat dilihat pada Gambar 3.



4. GAMBARAN UMUM INDUSTRI KEPITING

4.1 Perikanan Dunia

Sektor perikanan adalah salah satu sektor yang digunakan beberapa negara sebagai alat meningkatkan perekonomian negaranya. Dapat dilihat hasil volume perikanan dunia yang terus meningkat yang terdiri dari perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Tabel 7 memperlihatkan negara – negara produsen perikanan tangkap terbesar di dunia dan Tabel 8 memperlihatkan negara – negara produsen budidaya terbesar di dunia.

Tabel 7. Negara Produsen Perikanan Tangkap Terbesar di Dunia Tahun 2010-2014 (Dalam satuan Ton)

	(Dalam Satuan 1011)						
NO	Negara	Tahun					
INO		2010	2011	2012	2013	2014	
1	China	15661450	16042691	16425104	16557948	17352110	
2	Indonesia	5377655	5654613	5727774	6056193	6508387	
3	India	4689318	4311132	4872129	4645182	4718821	
4	USA	4396631	5123157	5100858	5153379	4984481	
5	Peru	4305975	8254958	4852796	5876436	3599198	
6	Japan	4165049	3864858	3749970	3740753	3753072	
7	Russian Federation	4075796	4261516	4338052	4353790	4232667	
8	Myanmar	3063210	3332979	3579250	3786840	4083270	
9	Chile	3048322	3466963	3008911	2288874	2592817	
10	Norway	2838434	2434684	2291295	2233488	2455839	
ME	Total 51621841.04 56747552 53946139 54692883 5428066					54280661	

Sumber: FAO Fishery and Aquaculture Statistic, 2016

Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa Indonesia berada di urutan ke 2 negara produsen perikanan tangkap terbesar di dunia. Produksi perikanan tangkap Indonesia dapat dilihat selalu mengalami kenaikan dan pada tahun 2014 volume produksi Indonesia mencapai 6.508.387 ton. Sedangkan di urutan pertama masih di

duduki oleh China pada tahun 2014 produksi perikanan tangkapnya mencapai 173.52.110 ton. Sedangkan pesaing Indonesia selain China yaitu India dan USA dengan volume produksi perikanan tangkap nya sebesar 4.718.821 ton dan 4.984.481 ton.

Tabel 8. Negara Produsen Perikanan Budidaya Terbesar di Dunia Tahun 2010-2014 (Dalam satuan Ton)

(Dalam Saldam 1011)						
No	Negara	Tahun				
NO		2010	2011	2012	2013	2014
1	China	47829610	50173140	53942924	57113175	58797258
2	Indonesia	6277924	7937072	9599765	13301408	14375282
3	India	3790021	3677584	4213980	4555209	4884021
4	Viet Nam	2688817	2859581	3103351	3220071	3411391
5	Philippines	2545967	2608120	2541965	2373386	2337605
6	Korea, Republic of	1377233	1499335	1509226	1533446	1567442
7	Bangladesh	1308515	1523759	1726066	1859808	1956925
8	Thailand	1286122	1201455	1272100	997515	934758
9	Japan	1151101	906517.6	1073821	1027185	1020420
10	Norway	1019802	1143893	1321119	1247865	1332497
	Total	78029002	82649339	90049124	97162045	1.01E+08

Sumber: FAO Fishery and Aquaculture Statistic, 2016

Dilihat dari data statistik perikanan FAO memperlihatkan bahwa sejak tahun 2010 sampai 2014 perikanan budidaya Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan yang membuat Indonesia berada di urutan kedua, sedangkan di urutan pertama di duduki oleh China yang memiliki volume produksi budidaya pada tahun 2014 sebesar 58.797.258 ton.

4.2 Perikanan Indonesia

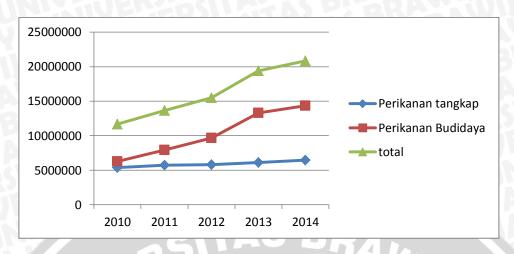
Dalam sektor perikanan Indonesia terbagi menjadi 2 subsektor yaitu subsektor perikanan tangkap dan subsektor perikanan budidaya. Untuk subsektor perikanan tangkap dan subsektor budidaya menduduki urutan ke 2 di perikanan

dunia. Indonesia masih bisa menduduki di posisi pertama melihat negara yang dikelilingi lautan dan hasil yang selalu melimpah hasil perikananya sudah sewajarnya Indonesia menjadi produsen perikanan tersebesar di dunia.

4.2.1 Volume Produksi Perikanan Indonesia

Produksi perikanan Indonesia tahun 2014 mencapai 20,8 juta ton dibandinkan tahun sebelumnya sebesar 19,4 juta ton meningkat sebesar 7,35 persen dibandingkan tahun 2013. Tren produksi perikanan Indonesia mengalami peningkatan sejak tahun 2010, kenaikan rata – rata tahun 2010 – 2014 sebesar 15,80 persen dengan rata – rata produksi sebesar 16,2 persen juta ton, standart deviasi 3,8 juta ton, dan 95% *confident interval* (CI) antara 11,4 juta – 21,0 juta ton, artinya produksi perikanan Indonesia mengalami kenaikan stabil (KKP, 2015).

Perikanan tangkap memberikan kontribusi pada produksi perikanan nasional tahun 2014 sebesar 31,11 persen dan perikanan budidaya memberikan kontribusi terhadap produksi perikanan nasional tahun 2014 sebesar 68,89 persen. Meningkatnya kontribusi perikanan budidaya dimulai sejak tahun 2010 dengan pertumbuhan kontribusi sebesar 6,42 persen dengan rata – rata kontribusi selama lima tahun sebesar 62,35 persen. Dapat dilihat dalam lima tahun kebelakang dan beberapa tahun kedepan perikanan budidaya sangat berpotensi besar pada produksi perikanan Indonesia.



Gambar 4. Volume Produksi Perikanan Tahun 2010 – 2014 Dalam Satuan Ton Sumber: Ditjen Perikanan Tangkap dan Ditjen Perikanan Budidaya

4.2.2 Produksi Kepiting Indonesia

Kepiting bakau atau *Scylla serrate* bisa mentolerir tingkat salinitas rendah dan bisa bernapas diluar air, sehingga membuat mereka bisa beradaptasi dengan lingkungan yang mengalami perubahan salinitas dan tingkat ketinggian air, seperti di habitat hutan bakau. Kepiting dapat ditemukan di semua wilayah hutan bakau di Indonesia, dari Sumatera Utara, Jawa Timur dan Kalimantan Timur sebagai area yang paling pentig dari sejarahnya (BOBP, 1991).

Dengan cukup banyaknya kepiting di perairan Indonesia, sangat berpotensi jika dikembangkan dalam pasar lokal maupun pasar internasional. Kepiting di jual ke pasar lokal sedangkan permintaan sangat tinggi ke luar negeri yaitu ke nagara – negara Asia terutama Tiongkok. Musim tangkap biasanya dari Januari sampai Juli, dengan permintaan pasar tertinggi dari Agustus hingga Desember. Untuk melihat volume produksi kepiting Indonesia tahun 2005 – 2014 dapat dilihat pada Tabel 9.

Perikanan kepiting bakau masuk dalam kategori skala kecil dan pesebaran kepiting yang tidak bermigrasi luas, sehingga sangat mungkin untuk

mengembangkan langkah – langkah pengelolaan spesifik lokasi untuk spesies ini (Ewel 2008 dalam Dumas Dkk, 2012).

Tabel 9. Volume Produksi Kepiting Indonesia Tahun 2005 - 2014

Tahun	Kepiting	Kenaikan (%)
2005	15272	0
2006	19490	21.6
2007	20889	6.70
2008	22462	7.0
2009	24356	7.78
2010	26324	7.5
2011	27690	4.93
2012	21280	-30.1
2013	20931	-1.67
2014	21742	3.7

Sumber: FAO, 2016

4.3 Ekspor Kepiting Indonesia

Kepiting adalah salah satu komoditi utama ekspor setelah udang, tuna, dan rumput laut. Ekspor kepiting dibagi menjadi tiga macam yaitu ekspor kepiting segar, beku dan olahan. Permintaan kepiting pada tahun 2013 terjadi penurunan permintaan di pasar Amerika terutama karena ditemukan zat – zat kima di bagian tubuh kepiting yang di ekspor. Penurunan ekspor kepiting Indonesia ke Amerika Serikat tidak hanya membawa efek terhadap penolakan yang semakin meningkat, nilai ekspor kepiting Indonesia mengalami penurunan dimulai pada tahun 2007.

Terdapat faktor – faktor yang membuat turunnya permintaan kepiting Indonesia ke pasar internasional yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu kurannya perhatian pemerintah terhadap ekosistem di laut, yang mana terjadi eksploitasi terhadap kepiting bertelur sehingga kepiting bertelu tidak bisa menghasilkan bibit baru. Rendahnya faktor produksi kepiting Indonesia mendapatkan kendala dalam usaha budidaya kepiting antara lain kurangnya minat

para investor menanamkan modal dikarenakan biaya operasional yang tinggi, resiko kerugian dianggap besar, dan tekonologi yang belum mendukung.

Faktor ekternal yang membuat turunya permintaan ekspor kepiting adalah terdapatnya persaingan pasar kepiting. Ketidakstabilan harga kepiitng sehingga terjadinya kemunduran dalam ekspor kepiting.

Kepiting diekspor dengan berbagai bentuk perdagangannya seperti kepiting beku, kepiting segar atau hidup dan kepiting olahan. Dan berikut perkembangan ekspor kepiting berbagai bentuk perdagangannya:

1. Ekspor Kepiting Segar

Kepiting dalam bentuk segar pada volume ekspor mengalami penurunan pada tahun 2005 sampai ke tahun 2009 dengan penurunan rata rata sebesar 10.51 persen. Sedangan terjadi peningkatan volume ekspor pada tahun 2010 hingga 2013 dengan rata – rata kenaikan sebesar 19.74 persen, dan di tahun 2014 terjadi penurunan kembali sebesar 50,37 persen, perkembangan ekspor kepitiing segar dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Perkembangan Ekspor Kepiting Segar Tahun 2005 – 2014

Tahun	Nilai Ekspor (US \$)	Tingkat Pertumbuhan (%)	Volume Ekspor (Kg)	Tingkat Pertumbuhan (%)
2005	84849089	0	12645717	0
2006	81737430	-3.81	11543145	-9.55
2007	72332860	-13.00	10539397	-9.52
2008	91139446	20.63	8676013	-21.48
2009	54281371	-67.90	7743459	-12.04
'2010	78048881	30.45	9346589	17.15
2011	95651646	18.40	11815324	20.89
2012	141283627	32.30	14878967	20.59
2013	134932651	-4.71	18675004	20.33
2014	108445373	-24.42	12419252	-50.37

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

2. Ekspor Kepiting Beku

Ekspor kepiting beku pada volume ekspor dapat dilihat pada tingkat pertumbuhan di Tabel 11, bahwa pada tahun 2005 ke 2006 dan tahun 2007 ke 2008 mengalami penurunan disetiap tahunnya sebesar 2.15 persen dan 10.56 persen. Dan mengalami kenaikan pada tahun 2009 dan 2010, lalu mengalami penurunan kembali pada tahun 2010 ke 2011 dan tahun 2012 ke 2013 yaitu sebesar 21.75 persen dan 6.52 persen, dan di tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 1.48 persen.

Tabel 11. Perkembangan Ekspor Kepiting Beku tahun 2005 – 2014

	Tahun	Nilai Ekspor (US\$)	Tingkat Pertumbuhan (%)	VolumeEkspor (kg)	Tingkat Pertumbuhan (%)
	2005	20824930	\$ 7 \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \	2813666	0
	2006	18750164	-11.07	2754416	-2.15
	2007	38778231	51.65	3870989	28.84
	2008	42094176	7.88	3501366	-10.56
	2009	34213193	-23.03	3865103	9.41
	2010	47559596	28.06	4471821	13.57
	2011	46074717	-3.22	3673093	-21.75
	2012	35728160	-28.96	4038393	9.05
	2013	36509834	2.14	3791330	-6.52
0	2014	45576915	19.89	3848254	1.48

Sumber: UN Comtrade, 2016 (diolah)

3. Ekspor Kepiting Olahan

Pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan volume ekspor kepiting olahan mengalami kenaikan pada tahun 2005 hingga tahun 2008 pada tahun 2008 ke 2009 serta tahun 2010 ke 2011 mengalami penurunan masing - masing sebesar 20.81 persen dan 1.55 persen. Pada tahun 2012 ke tahun 2013 dan ke tahun 2014 kembali mengalami peningkatan volume ekspor.

Tabel 12. Perkembangan Ekspor Kepiting Olahan Tahun 2005 - 2014

Year	Nilai Ekspor (US\$)	Tingkat pertumbuhan (%)	Volume Ekspor (Kg)	Tingkat pertumbuhan (%)
2005	25231306	0	3133927	0
2006	34337876	26.52	3607306	13.12
2007	68077677	49.56	7099666	49.19
2008	81085308	16.04	8535147	16.82
2009	68498215	-18.38	7064884	-20.81
2010	82815127	17.29	7718713	8.47
2011	1.21E+08	31.33	7600536	-1.55
2012	1.53E+08	21.03	9294311	18.22
2013	1.88E+08	18.71	11706431	20.61
2014	2.6E+08	27.84	11823607	0.99

Sumber: UN Comtrade, 2016 (diolah)

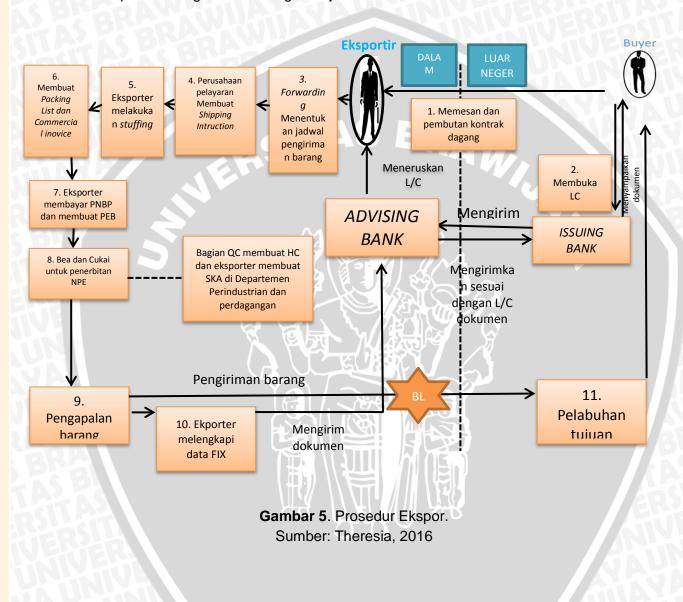
4.4 Prosedur Ekspor

Prosedur ekspor adalah langkah – langkah yang harus di lakukan oleh eksportir apabila ingin melakukan kegiatan ekspor. Prosedur ekspor yang dilakakukan oleh sebuah negara yaitu (Gambar 5):

- 1. Buyer (konsumen) memesan kepiting segar, beku maupun olahan.
- Eksportir (perusahaan) menghubungi forwarding untuk meminta schedule dan menentukan schedule. Schedule yang sudah di tentukan akan dikirimkan ke buyer, dan buyer akan menentukan kapan barang tersebut akan sampai ke negaranya (pembuatan kontrak dagang).
- 3. Jika pembayaran dengan Letter of Credit (L/C), Eksporter menunggu sampai mendapat L/C advice dari Bank Correspondensi (Bank penerus L/C dari Bank pembuka L/C atau disebut Opening Bank). L/C merupakan konfirmasi tentang kepastian pembayaran ekspor, sebagai lembaga penjamin system pembayaran tersebut.
- 4. Membuat shipping instruction untuk loading container.

- Berdasarkan SI tersebut, perusahaan pelayaran menerbitkan Delivery Order
 (DO). Di dalam DO tercantum nomer, ukuran dan jumlah container yang digunakan.
- 6. Eksportir menunjuk surveyor yang akan melakukan pemeriksaan mengenai jenis barang, jumlah barang, spesifikasi teknis, klasifikasi barang, jenis kemasan, merek kemasan, harga satuan dan harga total, dan pemenuhan ketentuan di bidang ekspor guna menerbitkan survey report atau clean report of finding. Hasil pemeriksaan (survey report) ini digunakan sebagai dasar pembuatan dokumen *Bill of Lading, commercial invoice*, dan *packing list* serta *measurement list* oleh eksportir.
- 7. Loading barang ke kontainer.
- 8. Eksportir membayar pajak ekspor, jika barang ekspor terkena pajak dan Pungutan Negara Bukan Pajak (PNBP) ke Bank. Setelah eksportir membayar, Bank akan menerbitkan Surat Setoran Pajak Cukai Pabean (SSPCP).
- 9. Eksportir membuat Invoice dan Packing list.
- 10. Jika sudah membayar pajak dan membuat *Invoice* dan *packing list* maka eksportir mengisi PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang) dan di kirim ke Kantor Bea Cukai.
- 11. Kantor Bea Cukai menerbitkan Nota Pelayan Ekspor (NPE).
- 12. Eksportir melengkapi semua dokumen fix (*invoice, Packing list*, PEB, NPE, B/L, COO).
- Bagian Quality Control mengurus Healt Certtificate (HC) di Balai Karantina Ikan,
 Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan (BKIPM).

- 14. Kirim data fix (*invoice, Packing list*, PEB, NPE, B/L, COO dan HC) ke bank agar dikirim ke *Buyer*.
- 15. Kapal diberangkatkan ke negara tujuan.



5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Struktur Pasar Kepiting Indonesia di Pasar Internasional

Struktur pasar kepiting di pasar internasional dan penguasaan pangsa pasar di setiap negara serta eksportir komoditas kepiting dapat diukur degan menggunakan formula HI dan CR. Nilai HI dan CR kepiting di bagi menjadi 3 yaitu kepiting segar, kepiting beku dan kepiting olahan tersebut ditampillkan pada Tabel 13.

Tabel 13. Nilai Herfindahl Index (HI) dan Concentration Ratio (CR) Negara Pengekspor Tahun Kepiting 2005 – 2014

	Segar (Fresh or Chilled) Beku (Frozen)					1.1	Olahan (Processor)			
	Segar (F	-resn or	Chillea)	Bel	ku (<i>Froze</i>	en)	Olahan (Preserved)			
Tahun	Jumlah Eksportir	Н	CR8 (%)	Jumlah Eksportir	HI	CR8 (%)	Jumlah Eksportir	HI	CR8 (%)	
2005	68	0.111	76.35%	78	0.240	81.61%	61	0.168	84.96%	
2006	70	0.112	76.20%	81	0.213	80.94%	66	0.185	84.53%	
2007	63	0.093	72.94%	81	0.253	81.48%	60	0.174	86.19%	
2008	67	0.106	75.16%	85	0.238	81.66%	62	0.217	87.19%	
2009	70	0.084	72.21%	87	0.191	83.26%	63	0.198	85.32%	
2010	66	0.098	75.45%	87	0.183	82.01%	63	0.217	86.26%	
2011	66	0.101	77.79%	87	0.210	84.49%	63	0.319	88.46%	
2012	71	0.114	81.75%	86	0.189	84.63%	62	0.357	88.81%	
2013	68	0.109	84.38%	85	0.192	84.65%	62	0.279	88.41%	
2014	66	0.104	83.15%	78	0.168	85.00%	67	0.269	88.40%	
Rata	– Rata	0.103	77.54%		0.208	82.97%		0.238	86.85%	

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Jumlah negara eksportir yang mengekspor kepiting segar pada 10 tahun terakhir atau dari tahun 2005 hingga tahun 2014 berubah - ubah setiap tahunnya sekitar antara 63 hingga 71 negara. Untuk kepiting segar herfindahl indeksnya tidak terlalu mengalami perubahan yang signifikan karena nilai HI berada pada kisaran

0.104 hingga 0.114, dengan nilai rata – rata HI sebesar 0.103 yang menunjukan tingkat konsentrasi rendah yang mengarah kepada struktur pasar monopolistik.

Nilai CR8 yang didapatkan dari peringkat 8 negara terbesar pengekspor kepiting di dunia, selama 10 tahun terakhir CR8 kepiting segar berada pada kisaran 72.21 persen hingga 84.38 persen dengan rata – rata 77.54 persen. Menurut Hasibuan (1994), tipe struktur pasar untuk CR8 dengan rasio 70 – 84 persen adalah tipe struktur pasar oligopoli konsentrasi sedang. Ini dapat mengartikan bahwa dari 8 negara pengekespor kepiting segar dengan rata – rata 77.54 persen memiliki kecenderungan menguasai pasar lebih dari 70 persen pasar selama 10 tahun dan hal ini memperlihatkan bahwa kepiting segar berada dalam konsetrasi pasar sedang. Karena nilai CR8 kepiting segar cenderung pasar sedang selama 10 terakhir maka pada konsentrasi rasio pada kepiting segar yang tepat menuju ke struktur pasar oligopoli.

Berdasarkan hasil perhitungan HI dan CR8 diperoleh nilai HI untuk komoditas kepiting segar dunia pada tahun 2005 sampai 2014 memiliki tingkat konsetrasi rendah (HI berkisar antar 0-1000) dan nilai CR8 berada di konsentrasi sedang cenderung sedang (CR8 berkisar antara 50-80 dan 80-100). Konsentrasi HI yang rendah mengarah kepada bentuk pasar monopolistik, sedangkan konsentrasi CR8 yang cenderung pasar sedangdan mengarah ke struktur pasar oligopoli. Sehingga bentuk pasar yang sangat tepat adalah monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli sedang, penelitian dengan hasil monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli sama dengan penelitian Cahya pada tahun 2010 yang meneliti tentang daya saing tuna di pasar internasional, dimana hasil dari perhitungan HI yang rendah berkisar 576 sampai 1193 dengan CR4 melebihi dari 50

persen, jadi hasil penelitian Cahya (2010) pada tuna segar mempunyai struktur pasar monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli.

Pasar komoditi kepiting beku menunjukan struktur pasar monopolistik cenderung monopoli. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Herfindahl Indeks* (HI) yang relatif rendah yaitu berkisaran 0.168 hingga 0.253 dengan rata – rata 0.208 dan negara yang terlibat sangat banyak. Jumlah negara pengekspor kepiting beku pada tahun 2005 sampai 2014 berkisar antara 78 hingga 87 negara.

Tingkat rasio konsentrasi yang ditunjukan dengan nilai CR8 memperlihatkan selama 10 tahun dalam kisaran 80.94 persen hinga 85.00 persen dengan rata – rata 82.97 persen hal ini memperlihatkan bahwa komoditi kepiting beku ini berada dalam struktur pasar persaingan oligopoli, namun menurut Shepherd (1992), jika delapan perusahaan terbesar menguasain 80% maka dapat dikatakan termasuk pasar kuat.

Jadi berdasarkan hasil perhitungan *Herfindahl Index* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR) struktur pasar kepiting beku di pasar internasional memiliki tingkat yang rendah yaitu pasar dengan struktur monopolistik namun konsentrasi rasio yang tinggi membuat struktur cenderung ke oligopli kuat. Dapat disimpulkan bentuk pasar kepiting beku di pasar internasional ini adalah struktur pasar monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli kuat.

Pasar komoditi kepiting olahan dapat dilihat bahwa nilai *Herfindahl Indeks* (HI) berkisar antara 0.168 hingga 0.357 dengan rata – rata 0.238 dengan jumlah negara yang selama 10 tahun cenderung sedikit berubah ubah yaitu sekitar 60 hingga 63 negara. Dengan hasil yang seperti dapat dikatakan konsentrasi cenderung rendah.

Nilai CR8 pada kepiting olahan berkisar antara 84.96 persen hingga 88.81% dengan rata – rata 86.85 persen dan selama 10 tahun cenderung mengalami

kenaikan setiap tahunnya. Dapat disimpulkan komoditi kepiting olahan memiliki nilai HI yang rendah sedangkan nilai CR8 yang tinggi, jadi dapat disimpulkan struktur pasar komoditi kepiting olahan adalah monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli kuat. (Contoh perhitungan HI dan CR8 dapat dilihat pada Lampiran 1).

5.2 Analisis Keunggulan Komparatif Kepiting Indonesia di Pasar Internasional

Kunggulan komparatif kepiting Indonesia dapat dihitung dengan alat analisis Revealed Comparative Advantage (RCA). Alat analisis ini digunakan untuk melihat daya saing atau membandingkan komoditi suatu negara dengan negara lainnya. Semakin tinggi nilai indek RCA (lebih dari satu) menunjukan bahwa negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam produknya dan memiliki daya saing yang kuat maupun sebaliknya. Jika RCA sama dengan satu mengartikan daya saing komoditas tersebut sama dengan negara lain yang mengikuti kegiatan ekspor komoditas tersebut.

Perhitungan RCA dilakukan pada negara – negara yang mengekspor kepiting segar, beku maupun olahan dalam angka ekspor yang tinggi. Negara dengan komoditi kepiting segar adalah Indonesia, China, Irland, France, United Kingdom, Thailand, USA, Canada, India. Untuk negara pengekspor kepiting beku yaitu Canada, China, Russian Fed., USA, Indonesia, Chile, Hong Kong, Vietnam dan United Kingdom. Untuk negara pengekspor kepiting olahan adalah China, Indonesia, Vietnam, Rep. Of Korea, Philppines, Thailand, USA, Canada, Belgium.

Tabel 14. Indeks RCA untuk Komoditas Kepiting Segar Tahun 2005-2014

Tahun	Negara							BK	
Tanun	Indonesia	China	Ireland	France	UK	Thailand	USA	Canada	India
2005	28.93	1.45	3.22	0.94	3.44	2.69	0.56	2.24	3.23
2006	28.27	0.96	5.37	1.07	4.08	2.95	0.70	2.80	3.93
2007	23.06	0.59	5.34	0.99	4.22	1.29	0.80	3.90	5.19
2008	26.47	0.46	6.00	1.01	4.26	1.63	0.76	4.44	5.80
2009	15.89	0.54	4.19	0.95	4.26	0.71	0.84	5.42	6.10
2010	17.62	0.52	4.76	0.82	4.16	0.57	1.14	6.26	3.37
2011	16.96	0.66	5.09	0.76	3.68	0.81	1.47	5.86	2.85
2012	22.06	0.88	3.90	0.53	2.71	0.98	1.33	5.50	2.99
2013	20.96	0.93	3.41	0.55	2.40	0.79	1.36	5.96	3.18
2014	14.07	1.48	2.43	0.58	2.43	0.55	1.07	5.09	2.52
Rata – rata	21.43	0.85	4.37	0.82	3.56	1.30	1.00	4.75	3.92

Sumber: UN Comtrad (diolah), 2016

Pada tabel 14 dapat dilihat indeks RCA negara Indonesia untuk komoditas kepiting segar memiliki hasil yang sangat tinggi yaitu dengan rata – rata 21.43. ini menandakan bahwa komoditi kepiting segar Indonesia memiliki keungulan komparatif dan memiliki daya saing yang sangat kuat. Indonesia menempati urutan pertama dari Sembilan negara.

Dengan RCA yang cukup tinggi menandakan kepiting segar Indonesia memiliki daya saing yang sangat kuat di pasar internasional, dan dapat dikatakan sebagai pengekspor terbesar kepiting segar didunia. Pesaing terkuat kepiting segar Indonesia adalah negara Ireland dengan rata – rata RCA sebear 4.37 lalu negara India dengan rata – rata RCA sebesar 3.92. Kepiting segar Indonesia harus mempertahankan posisi dalam daya saing ekspor kepiting segar, dengan cara memenuhi permintaan dengan kualitas yang terbaik.

Tabel 15. Indeks RCA untuk Komoditas Kepiting Beku Tahun 2005 – 2014.

Tahun			VIII	4	Negara		21-6		
MI.	Canada	China	Russian Fed	USA	Indonesia	Chile	Hong Kong	Viet Nam	UK
2005	13.00	1.16	1.09	1.09	2.38	4.68	0.01	8.34	0.23
2006	12.70	1.62	0.44	1.50	2.25	3.69	0.03	10.26	0.30
2007	15.36	1.30	0.48	1.03	4.09	2.98	0.04	7.45	0.48
2008	15.63	0.99	0.35	1.55	4.13	4.24	0.04	3.06	0.33
2009	14.77	1.35	4.31	1.30	2.94	2.84	0.07	4.11	0.28
2010	14.44	1.04	12.04	4.29	0.43	4.12	0.06	3.69	0.38
2011	16.25	1.07	4.17	1.39	2.46	4.90	0.13	2.88	0.30
2012	14.63	1.18	4.17	1.41	1.89	4.98	1.36	2.47	0.37
2013	14.80	1.48	4.53	1.09	1.97	5.43	0.98	1.79	0.39
2014	12.26	1.25	6.51	1.03	2.19	6.68	1.72	1.60	0.46
Rata- rata	14.38	1.25	3.81	1.57	2.47	4.46	0.44	4.56	0.35

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Perhitungan RCA pada Tabel 15 menunjukkan bahwa indeks RCA Indonesia untuk komoditas kepiting beku tahun 2005 hingga 2009 dan 2011 hingga 2014 diatas satu hal itu menandakan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dan daya saing yang kuat, namun pada tahun 2010 nilai RCA kepiting beku turun menjadi 0.43 yang menandakan bahwa kepiting beku Indonesia pada tahun 2010 tidak memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang kuat. Namun, jika dilihat dari rata – rata dari 2005 hingga 2014 yaitu sebesar 2.47 menandakan bahwa kepiting beku Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional.

Negara yang menjadi pesaing kuat Indonesia adalah Canada dapat dilihat dari indeks RCA nya Canada selalu tinggi berkisaran 12.26 hingga 16.25 dengan rata – rata 14.38, lalu Vietnam dengan rata – rata 4,56, Chile dengan rata – rata 4,46 dan Russia Fed dengan rata – rata 3.81 yang memiliki indeks RCA yang lebih tinggi dari pada Indonesia. Kepiting beku harus meningkatkan daya saing di pasar

internasional dengan memperbaiki kualitas dan memperbanyak kuantitas agar daya saing di pasar internasional dapat meningkat.

Tabel 16. Indeks RCA untuk Komoditas Kepiting Olahan Tahun 2005 – 2014

	DR A	MATT			Negara	N. A.			SILA
Tahun	China	Indonesia	Viet Nam	Rep. Of korea	Philippines	Thailand	USA	Canada	Belgium
2005	4.53	4.87	28.07	2.38	12.01	15.52	0.33	1.51	1.23
2006	4.61	6.61	25.92	2.15	9.80	13.17	0.30	1.48	1.10
2007	3.89	12.19	18.27	1.76	12.86	14.36	0.24	1.39	1.35
2008	4.66	11.00	24.00	1.90	9.39	8.42	0.27	1.35	1.27
2009	4.08	11.76	4.36	2.32	10.72	8.03	0.58	1.67	1.43
2010	4.07	9.48	1.67	18.05	13.18	6.88	0.35	1.23	0.99
2011	5.15	8.85	1.47	10.81	9.55	4.42	0.38	0.60	0.68
2012	5.07	10.69	1.43	7.02	8.02	3.30	0.23	0.74	0.55
2013	4.17	13.94	1.45	6.00	8.86	2.72	0.22	1.01	0.63
2014	3.76	18.46	1.23	6.37	13.86	2.99	0.19	0.75	0.56
Rata – rata	4.40	10.78	10.79	5.87	10.82	7.98	0.31	1.17	0.98

Sumber; UN Comtrade (diolah), 2016

Berdasarkan indeks RCA pada tabel 16 dapat dilihat bahwa negara Indonesia dengan komoditi kepiting olahan memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang cukup tinggi. Dilihat indeks RCA komoditi kepiting olahan berkisar antara 4.87 hingga 18.46 dan dengan rata – rata 10.78. kepiting olahan berada di peringkat 3 setalah Vietnam dengan rata – rata 10.79 perbedaan yang cukup sedikit dengan Indonesia dan diperingkat pertama ada Philippines dengan rata – rata 10.82.

Kuatnya daya saing dan cukup tingginya pangsa pasar komoditi kepiting olahan di pasar internasional menunjukkan semakin ketatnya persaingan komoditi kepiting olahann di dunia. Terutama Indonesia yang memiliki nilai RCA dan pangsa pasarnya menunjukkan perkembangan peningkatan yang baik. Hal tersebut harus dikembangkan agar dapat memperoleh dampak yang positif terhadap keunggulan komparatif di pasar internasional.

Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditas kepiting segar, beku dan olahan, tetapi pada kepiting beku dan kepiting olahan masih lebih rendah jika dibandingkan dengan kepiting segar yang memiliki indeks RCA sangat tinggi. Oleh karena itu, alangkah lebih baik jika nelayan penangkap kepiting tidak langsung menjual kepiting dalam bentuk segar kepada eksportir melainkan dijual kepada industri pengolahan kepiting agar kepiting dapat dibekukan atau diolah, dengan begitu maka kepiting Indonesia akan memiliki daya jual yang sangat tinggi dibandingkan jika hanya diekspor dalam bentuk segar. Dengan demikian, dibutuhkan upaya – upaya untuk mengatur ekspor kepiting dan meningkatkan pangsa pasar terutama untuk komoditas kepiting beku dan olahan serta meningkatkan daya saing komodiitas kepiting segar, beku maupun olahan.

Kepiting Indonesia dalam bentuk segar, beku, dan olahan sudah memiliki daya saing komperatif yang baik karena semua bentuk kepiting ekspor Indonesia memiliki indeks RCA >1 yang mengindikasikan bahwa kepiting Indonesia memiliki keunggulan komperatif yang baik. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepiting Indonesia memiliki keunggulan yang baik sama dengan hasil penelitian Turnip, Suharyono, Mawardi (2016) . Penelitian Turnip, Suharyono, Mawardi adalah menangalisi daya saing *crude palm oil* yang memiliki indeks RCA sebesar 66,12 yang membuktikan bahwa CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat baik (Contoh perhitungan RCA dapat dilihat pada Lampiran 2).

5.3 Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Kepiting di Pasar Internasional

Tingkat daya saing suatu negara tidak hanya dapat dilihat dari keunggulan kompartif tapi dilihat juga dari keunggulan kompetitif. Untuk melihat daya saing keunggulan kompetitif kepiting Indonesia dapat digunakan Teori Berlian Porter.

Daya saing pada komoditas kepiting Indonesia dapat dilihat dengan Teori Berlian Porter. Pada Teori Berlian Porter menjelaskan beberapa faktor yang memiliki hubungan dengan daya saing internasional. Terdapat enam faktor pada Teori Berlian Porter dimana dibagi menjadi 2 bagian yaitu faktor internal yang didalamnya terdapat kondisi faktor sumberdaya alam, kondisi permintaan, eksistensi industri pendukung dan terkait, dan strategi persaingan. Sedangkan faktor Eksternalnya adalah peranan pemerintah dan peranan kesempatan, kedua faktor ini berperan mempengaruhi daya saing kepiting Indoneisa.

Berdasarkan faktor – faktor diatas dapat dibuat beberapa poin – poin yang memudahkan untuk melihat keunggulan kompetitif yang di miliki oleh kepiting Indonesia. Keunggulan kompetitif daya saing ekspor kepiting di pasar internasional dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Keunggulan Kompetitif Daya Saing Ekspor Kepiting di Pasar Internasional

))	Faktor – faktor		Keterangan		Skor 1 2 3		4	Skor Rata -	Keterangan
		Щ	0 0					rata	
ď	1. Faktor kondisi								
	a	Sumberdaya Alam dan Buatan	a. Kepiting mudah ditemui di seluruh perairan laut maupun pesisir di Indonesia. b. kelestarian kepiting harus tetap dijaga, oleh karena itu, kepiting juga dapat dibudidaya, dengan beberapa macam model kolam walaupun teknologi	324	2	527	4	3	Tinggi

		THE PROPERTY OF THE PARTY OF TH			4 1	24.		
	AVAU	budidaya yang digunakan masih tradisonal.		3	3		BRA	RANA
b	Sumberdaya Manusia	 a. Kuantitas sumberdaya manusia di Indonesia sangat baik b. Kualitas sumberdaya manusianya masih buruk 	1			4	2,5	Rendah
С	Sumberdaya IPTEK	a.Teknologi penangkapan tergolong tradisional b. Peningkatan mutu yang masih lemah c.kesadaran akan kualitas ekspor masih kurang seperti tidak boleh menangkap kepiting yang sedang bertelur dan menangkap kepiting yang memeliki karapas kurang dari 15 cm	3	2	3	1	2,6	Rendah
d	Sumberdaya Modal	a. Pemerintah telah merumuskan kebijakan pembiayaan perikanan yang berkelanjutan b. Terdapat instruksi presiden nomor 7 tahun 2016 c. Peluncuran kartu Jaring d. Kredit Usaha Rakyat.				4	3,75	Tinggi
е	Sumberdaya Infrastruktur	a. Infrastruktur di wilayah pesisir masih cukup buruk seperti kurangnya air bersih, buruknya instalasi listrik, jalan transportasi yang masih buruk. b. Pelabuhan perikanan di Indonesia sudah cukup banyak dan dibagi beberapa bagian.		2	3		2,5	Rendah
2.	Kondisi Permint							
а	kondisi permintaan domestik	a. Permintaan domsetik yang cukup baik b. struktur segmen permintaan kepiting di jual di pasar swalayan dan pasar tradisional. c. Selera pembeli kepada	KKA		547	4 4	4	Sangat Tinggi

		IELEOSII THA		19	4 1	- 1		
		kepiting cukup tinggi karena rasanya yang lezat dan tinggi akan gizi - gizi yang baik. d. Antisipasi kebutuhan pembeli sudah baik, industri kepiting dapat memenuhi permintaan konsumen kepiting domestik			AERZE/	4		RAWA S BRA ITAS B ERSITA ERSITA JUERS JUERS
b	Jumlah permintaan dan pola pertumbuhan	a. Permintaan dalam negeri cukup besar jumlahnya, walaupun permintaan di pasar lokal masih fluktuatif dari 5 tahun terakhir b. Sedangkan dipasar ekpor, total permintaan terus meningkat setiap tahunnya		8	3	4	3,5	Tinggi
С	Internasionali sasi permintaan domestik	a. Kegiatan promosi dari situs jual beli online di internet b. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh orang asing yang puas dengan produk kepiting Indonesia	人のとない		3	4	3,5	Tinggi
1 6	Industri terkait Indukung	a. Industri hulu dan industri hilir tidak berjalan berdampingan ini membuat kepiting segar dan kepiting olahan serta kepiting beku memiliki permintaan yang cukup berat sebelah. Kepiting segar memiliki nilai penjualan yang cukup tinggi sedangan kepiting beku dan olahan memiliki nilai penjualan yang relatif rendah. Ini dikarenakan nelayan atau eksportir lebih senang langsung menjual kepiting dalam bentuk segar dibandingkan kepiting beku dan olahan. b. Dalam industri jasa					2,5	Rendah

AYAUNU AYAU AWAY BAWAWI BRAWI BRAW	pendidikan, penelitian dan pengembangan sudah cukup baik di Indonesia dapat dilihat di Indonesia sudah banyak Universitas negeri yang memiliki Fakultas Perikanan dan Ilmu kelautan.		ASSEZZ	BERY!		BRA	RAWI S BRA S BAS B TAS B ERSITA ERSITA
4. Struktur, persaingan dan Strategi Industri Kepiting	a. Struktur persaingan, Perusahaan dan strategi persaingan untuk komoditas kepiting sangat ketat b. Munculnya pesaing baru sangat besar dengan teknologi penangkapan dan budidaya yang sudah canggih. c. Ancaman produk subtitusi cenderung lemah dan tingkat kekuatan pemasok cukup berpotensi untuk meningkat		2	33 ~ (26)		2,3	Rendah
5. Peranan Pemerintah	a. Peran pemerintah saat ini sudah cukup baik, seperti ada beberapa program yang diberikan kepada nelayan seperti penyuluhan dan bantuan modal. b. Peraturan pemerintah yang mulai menjamur, membuat daerah pesesir menjadi aman. Walaupun pengawasannya masih lemah.				4	3,5	Tinggi
6. Peranan Kesempatan	a. Kepiting Indonesia dalam bentuk segar, beku maupun olahan masih punya peluang besar untuk berkembang dan bersaing di pasar internasional. b. Dapat juga mencari pasar - pasar baru di negara - negara lain untuk mengekspor kepiting.	KKA		ま世界	4	4	Sangat Tinggi

Tabel 18. Kriteria Skor Teori Berlian Porter

Skor	Keterangan						
1	Sangat Rendah						
2	Rendah						
3	Tinggi						
4	Sangat Tinggi						

Dari Tabel 17 dapat dilihat keunggulan kompetitif kepiting Indonesia di pasar internasional sudah memiliki keunggulan kompetitif yang baik jika dilihat pada Tabel 17 sudah memiliki 58% dari teori – teori yang digunakan pada terori berlian porter sudah memiliki daya saing yang baik seperti sumberdaya alam, sumberdaya modal, kondisi permintaan domestik, jumlah permintaan dan pola pertumbuhan, internasionalisasi permintaan domestik, peranan pemerinta dan peranan kesempatan yang sudah memiliki keunggulan kompetitif yang baik dan yang dapat meningkatkan daya saing kepiting Indonesia di pasar internasional. Sedangkan yang masih rendah pada Teori Berlian Porter ini adalah pada keunggulan kompetitif yaitu sumberdaya manusia, sumberdaya IPTEK, sumberdaya infrasturktur, Industri terkait pendukung, dan struktur, persaingan dan strategi industri kepiting.

Walaupun sudah dikatakan kepiting Indonesia memiliki daya saing yang baik menurut keunggulan kompetitif, harus dilihat dari keunggulan kompetitif yang masih rendah agar ditingkatkan seperti meningkatkan sumberdaya infrastruktur dan industri terkait pendukung yang sangat krusial untuk ditingkatkan karena dengan memiliki infrastruktur yang baik maka kepiting Indonesia juga akan lebih baik dalam pengolahan atau pengiriman dan perbaikan terhadap industri terkait pendukung yang dapat memperbaiki sistem penjualan kepiting dari hulu hingga ke hilir. Serta

struktur persaingan dan strategi industri kepiting di Indonesia yang harus ditingkatkan agar memiliki strategi dalam memperdagangkan kepiting dalam bentuk pasar ekspor maupun pasar lokal.

5.3.1 Kondisi Faktor Sumberdaya

Sumberdaya yang dimiliki Indonesia adalah faktor produksi yang sangat besar potensinya untuk bersaing. Kondisi faktor sumberdaya yang berpengaruh dalam daya saing komoditi kepiting Indonesia adalah sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya ilmu pengetahuan dan teknologi, sumberdaya modal, dan sumberdaya infrastruktur. Faktor – faktor sumberdaya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumberdaya Alam dan Buatan

Sumberdaya fisik atau alam ini digunakan untuk melihat ketersediaan kepiting di negara Indonesia. Sumberdaya perikanan yang mempengaruhi daya saing kepiting di pasar internasional mencakup ketersedian daerah penangkapan atau *fishing ground*, ketersediaan alat penangkapan kepiting serta kapal penangkapan. Kepiting hidup pada perairan yang mempunyai kondisi lingkungan tropis meliputi wilayah Indo-Pasifik.

Kepiting dapat ditemukan hampir disetiap perairan pantai atau dikawasan mangrove atau di perairan dekat hutan mangrove, daerah estuari, pantai yang berlumpur, daerah pesisir, rawa – rawa bakau. Kepiting tinggal di lubang yang dibuat di dasar lumpur. Penyebaran kepiting sangat luas dan didapatkan hampir diseluruh perairan di Indonesia.

Kepiting juga dapat ditemukan pada perairan budidaya karena kepiting adalah salah satu komoditi andalan maka dari itu penangkapan di alam tidak cukup

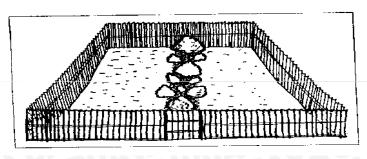
untuk memenuhi permintaan, karena penangkapan di alam yang berlebihan akan membuat kelestarian kepiting terkikis ataupun habis jika penangkapan tidak diberikan batas. Maka dari itu kegiatan budidaya atau membuat sumberdaya alam buatan seperti waduk, tambak atau tempat berbudidaya lainnya adalah salah satu jawaban dari masalah penangkapan yang berlebihan. Terdapat beberapa teknologi yang mendukung kegiatan budidaya yaitu pembenihan, pembesaran, penggemukkan, produksi kepiting yang bertelur, dan prokduksi kepiting.

Menurut Ahmad (1995) dalam Rukmini (2009) alternatif bentuk tambak yang bisa digunakan untuk besaran kepiting adalah sebagai berikut:

a. Tambak tradisional ala Thailand

Di Thailand, tambak pembesaran sekaligus berfungsi sebagal tempat pembesaran dan pemeliharaan larva. Dengan bangunan tambak seperti mi, penebaran benih hanya dilakukan sekali saja yaitu pada awal pemeliharaan.

Luas tambak sistem ini bisa mencapai 1 ha. Sekeliling tambak dipagar dengan batang buloh (kalau di Indonesia bisa digunakan kayu bakau atau bambu) setinggi 2—2,5 meter dan pematang. Pematangnya dibuat sangat lebar untuk menghindari kepiting ini dengan cara melubangi pematang. Batang buloh ditata rapat sehingga kepiting tidak mungkin lolos keluar. Pagar ini sekaligus berfungsi sebagai pagar pengaman dan gangguan luar seperti pencurian. (Gambar 6).



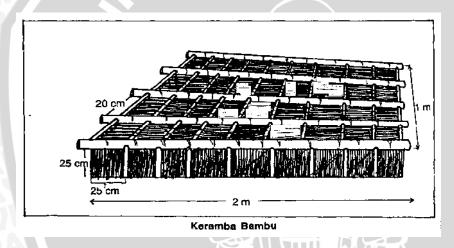
Tambak kepiting ala Thalland

Gambar 6. Tambak kepiting ala Thailand.

b. Keramba bambu

Keramba bambu digunakan oleh petani untuk menggemukkan kepiting atau menghasilkan kepiting bertelur penuh. Keramba bambu dibuat dari bilah bambu yang disusun seperti kere dan dibuat kotak berukuran 25 cm x 20 cm x 25 cm.

Pada sisi panjang yang bersebelahan dirangkai dengan bambu utuh. Satu unit keramba bambu bisa berukuran 2 mx 1 m atau 3 m x 2 m. Pemasangan keramba untuk seperti memasang keramba ikan di sungai yang dangkal (Gambar 7).

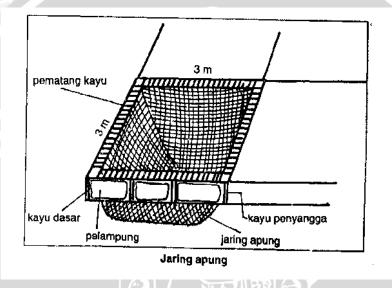


Gambar 7. Karamba bamboo

c. Jaring apung

Pembesaran kepiting juga dapat dilakukan dalam jaring apung. Selain untuk pembesaran, jaring apung juga cocok untuk membuat kepiting betina bertelur penuh. Model jaring apung ini termasuk model budidaya komersial dengan padat modal. Bangunannya dilengkapi dengan perumahan pegawai dan kantor. Di setiap sudut

dipasang penerangan instalasi listrik untuk mempermudah pengawasan. Bahan – bahan yang diperlukan dalam pembuatan jaring apung antara lain: kayu untuk kerangka jaring, blug untuk pelampung dan tali plastik untuk jaring apung. Ukurannya sekitar 3x3 m. Disekitarnya dilengkapi pamatang kayu untuk memudahkan memberi pakan. Bagian bawah pelampung diberi alas dari kayu, sehingga pelampung terangkai dalam kerangka yang kuat (Gambar 8).



Gambar 8. Jaring Apun

Sumber: WWF Indonesia, 2015

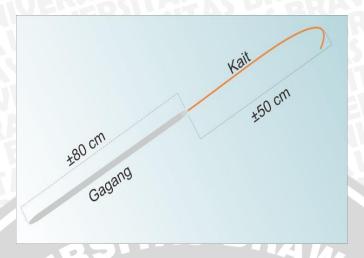
Ketersediaan alat tangkap juga harus diperhatikan karena juga mempenagruhi daya saing kepiting Indonesia. Alat tangkap yang digunakan untuk menangkap spesies kepiting yang disebutkan dalam Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No.6 tahun 2010 Tentang Alat Tangkap Penangkapan Ikan di Indonesia. Untuk penangkapan kepiting digunakan alat tangkap yang ramah lingkungan dan menjaga kelestarian sumberdaya kepiting, jenis alat tangkap yang dapat digunakan adalah bubu lipat, kait, jaring dan caduk.

Alat tangkap bubu mempunyai prinsi dengan cara memancing kepiting masuk kedalam bubu yang sudah diberi umpan dan kepiting akan terjebak didalamnya. Bentuk bubu lipat yang bisa digunakan berbentuk persegi panjang atau oval. (WWF Indonesia, 2015). Gambar Untuk melihat contoh Bubu Lipat (Gambar 9).



Gambar 9 . Contoh alat tangkap Bubu Lipat Sumber: WWF Indonesia, 2015

Alat tangkap kait yang dapat juga mengangkap kepiting ini mempunyai prinsip mengambil kepiting dengan cara mengulik tanah atau substrat dibawah, lalu kepiting yang sudah tertangkap dimasukkan kedalam kantong. Penangkapan dengan menggunakan alat kait ini dilakukan pada saat air laut surut dan di sekitar daerah mangrove (Gambar 10).

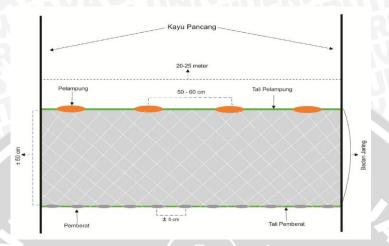


Gambar 10. Contoh alat tangkap kait Sumber: WWF Indonesia, 2015

Menurut WWF Indonesia (2015), jaring kepiting mempunyai prinsip alat tangkap degan cara menjerat atau membelit tubuh kepiting bakau. Panjang satu set jaringan mencapai 400 meter, dengan tinggi 50 cm. Jaring kepiting memulai setting pada sore hari hingga waktu subuh. pada jarring terdapat beberapa bagian – bagian yaitu;

- 1. badan jaring yang terbuat dari tali senar yang sudah berbentuk jaring dengan ukuran mata jaring (*mesh size*) 3 inch.
- 2. Tali selambar atas yang terbuat dari bahan *polyethylene* (PE), berfungsi sebagai tempat pemasangan tali pelampung dan badan jaring.
- 3. Tali selambar bawah yang tersbuat dari bahan *polyethylene* (PE) dan berfungsi sebagai tempat pemasangan pemberat dan badan jaring bagian bawah.
- 4. Pelampung terbuat dari bahan yang mudah mengapung, jarak antara pelampung.
- 5. Pemberat terbuat dari timah yang berbentuk oval dengan jarak pemasangan 20 cm

6. Pemancang terbuat dari potongan kayu yang berfungsi sebagai tempat mengikat kedua bagian ujung jaring kepiting.



Gambar 11. Konstruksi jaring kepiting Sumber: WWF Indonesia, 2015

Caduk juga dapat digunakan sebagai alat tangkap kepiting, caduk adalah seser dengan rangka besi bulat diameter 40 cm mempunyai tangkai sekitar 1,5 cm merupakan alat bantu yang terdiri dari 2 bagian utama yaitu tangkai/gagang (terbuat dari kayu) dan kantong atau keranjang terbuat dari jarring yang berbentuk lingkaran. (WWF Indonesia, 2015) (Gambar 12).



Gambar 12. Contoh alat tangkap caduk Sumber: WWF Indonesia, 2015

Salah satu hal lagi yang mendukung kepiting mempunyai daya saing yang baik adalah kapal. Dimana kapal dibutuhkan untuk membantu nelayan ke *fishing ground* atau daerah penangkapan kepiting dan untuk menghanyutkan alat tangkap bubu yang sudah disiapkan.

Walaupun tidak semua alat tangkap membutuhkan kapal, tetapi pada alat tangkap bubu kapal sangat dibutuhkan, karena sesuai dengan prinsip alat tangkap bubu yang harus di hanyutkan ke dasar perairan. Jadi nelayan sangat membutuhkan kapal.

Pengoperasian dengan perahu bermacam macam ada nelayan yang menggunakan kapal yang masih menggunakan sampan ada pula nelayan yang sudah memakai perahu motor tempel. Bagi nelayan penangkap kepiting bakau wajib mendaftarkan perahu dan alat tangkapnya kepada dinas kelauatan dan perikanan atau instansi setempat yang membidangi hal ini.

2. Sumberdaya Manusia

Salah satu faktor yang sangat penting dalam pembangunan suatu bangsa adalah sumberdaya manusianya. Sumberdaya manusia tak kalah penting untuk meningkatkan daya saing, karena sumberdaya manusia yang mengkelola tenaga kerja yang tersedia, melihat kemampuan dan keterampilan yang diiliki oleh tenaga kerja.

Indonesia adalah salah satu negara berpopulasi tinggi di dunia dengan jumlah penduduk usia produktif yang sangat besar. Walaupun data menunjukan 70% dari total jumlah penduduk Indonesia adalah usia angkatan kerja atau (15-64) tahun, namun untuk kualitasnya masih sangat rendah. Untuk meningkatkan daya saing sumberdaya manusia adalah faktor yang sangat penting.

Menurut Bappenas (2005), beberapa hal yang mencerminkan kualitas SDM dilihat dari hal – hal sebagai berikut: (a) Mentalitas yang hidup dan berkembang di masyarakat, (b) Daya asimilasi dan absorbs terhadap teknologi, (c) Kemampuan teknis, wirausaha dan manajemen, dan (d) Kemampuan lobi atau negosiasi.

Diwilayah pesisir nelayan adalah sumberdaya manusia yang paling dominan untuk mengembangkan ekspor perikanan Indonesia. Saat ini jumlah nelayan di Indonesia terbagi 3 jenis yaitu nelayan penuh, nelayan sambilan utama, dan nelayan sambilan tambahan. Pada Tabel 19 dapat dilihat presentase nelayan diseluruh Indonesia dengan berbagai hasil tangkapan dan hasilnya adalah nelayan penuh dari tahun 2005 hingga 2014 sebesar 0.78 persen, untuk nelayan sambilan utama mempunyai presentase dari tahun 2005 hingga 2014 sebesar -2.52 persen, dan untuk nelayan sambilan tambahan memiliki presentase tahun 2005 hingga 2014 sebesar 1.30 persen.

Nelayan sambilan utama mengalami minus atau penurunan diantara nelayan penuh dan nelayan sambilan tambahan. Ada banyak penyebab yang menyebabkan nelayan sambilan utama mengalami penurunan yaitu nelayan sambilan utama beralih menjadi nelayan penuh atau beralih ke nelayan sambilan tambahan, beralih ke pekerjaan lain, dan penyebab yang terakhir adalah nelayan sambilan utama tidak melaut karena tidak mempunyai modal.

Tabel 19. Jumlah Nelayan menurut Kategori Nelayan Tahun 2005 – 2014

Tahun	Nelayan Penuh	Nelayan Sambilan Utama	Nelayan Sambilan Tambahan	
2005	1145653	648591	263742	
2006	1293530	626065	283817	
2007	1095399	805011	331557	
2008	1111069	800096	328902	
2009	1096289	762997	309993	

2010	1084304	772595	305543
2011	1024738	879993	360482
2012	1321903	638240	318245
2013	1180389	682824	301756
2014	1323101	579007	308087
Rata - rata kenaikan (%)	0.78	-2.52	1.30

Sumber: Ledhyane Ika Harlyan, 2016

Kemampuan nelayan Indonesia masih dikatagorikan tradisional, dibandingkan negara lain yang sudah lebih modern seperti dikapal sudah dilengkapi alat pendeteksi ikan. Alat ini untuk mengetahui dimana keberadaan kepiting.

Kepiting Indonesia banyak terkena isu keamanan pangan yang menandakan rendahnya pengawasan mutu, setelah penangkapan maupun saat pengolahan. Sumberdaya manusia untuk komoditas kepiting Indonesia memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas kepiting Indonesia.

3. Sumberdaya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK)

Ketersediaan sumberdaya ilmu pengetahuan dan teknologi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing komoditi kepiting di Indonesia. Seperti ketersediaan pengetahuan pada teknis ekspor, ketersediaan pengetahuan untuk penangkapan dan budidaya, ketersediaan pengetahuan tentang alat tangkap serta teknologi yang mendukung dan pengetahuan tentang penyimpanan kepiting setelah penangkapan.

Teknologi alat tangkap yang digunakan untuk menangkap kepiting disesuaikan dengan sifat kepiting dan tingkah lakunya agar tepat sasaran. Kepiting adalah jenis hewan yang berada didasar perairan dan bersembunyi di dekat terumbu karang atau di pinggir pantai. Oleh karena itu alat penangkapan kepiting yang digunakan haruslah yang sesuai dengan perilaku kepiting dan ramah dengan

lingkungan sekitarnya. Ada 4 macam alat penangkapan untuk menangkap keptiting adalah bubu lipat, kait, jaring dan caduk.

Kepiting yang sudah ditangkap harus dilakukan pengukuran apakah sudah layak untuk ditangkap atau tidak dengan ciri – ciri sudah matang gonad atau sudah dewasa (15 cm) kalau belum matang gonad harus dikembalikan ke perairan karna belum siap diuntuk di produksi maupun di ekspor. Hal ini juga terdapat pada peraturan menteri nomor 1 tahun 2015 pasal 2 dan pasal 3 yang masing masing mengatakan, setiap orang dilarang menangkap lobster, kepiting dan rajungan yang sedang bertelur dan penangkapan lobster harus dengan lebar karapas sebesar 8 cm, kepiting dengan karapas15 cm dan untuk rajungan lebar karapas sebesar 10 cm. Lalu diikat atau dikemas tubuh kepiting bakau, prinsip penanganan dan pengemasan adalah agar kepiting bakau tidak mengalami kerusakan fisik atau stress yang tinggi pada akhirnya mempengaruhi bobot tubuh, atau bahkan sampai mengalami kematian. Pengemasan yang baik akan menjaga mutu dan harga jual kepiting. Kepiting yang sudah diikat atau dikemas dimasukkan ke dalam wadah atau keranjang dan tidak terpapar sinar matahari secara langsung dan tidak terkontaminasi bahan lain seperti BBM, oli mesin dan bahan kimia lainnya. Dan wadah atau keranjang kepiting harus dibeikan kain basah atau dedaunan untuk menjaga kelembapan. (WWF-Indonesia, 2015).

Namun, kondisi di lapang masih banyak nelayan yang melanggar peraturan yang sudah di tetapkan seperti menangkap kepiting dan rajungan yang sedang bertelur atau menangkap kepiting dan rajungan tidak dengan ukuran yang dianjurkan pemerintah. Ini yang membuat kualitas ekspor Indonesia masih lemah.

Pemerintah dan lembaga penelitian dalam hal ini berperan sangat penting karena dalam hal mutu dan kualitas pada kepiting sangat penting untuk diteliti

seperti di Badan Standarisasi Nasioal (BSN) agar kepiting sesuai dengan ketentuan negara tujuan ekspor.

4. Sumberdaya Modal

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing kepitiing Indonesia. Kredit Usaha Rakyat (KUR) sektor kelautan dan perikanan hingga akhir Desember 2013 telah mencapai Rp. 809,7 miliar dengan jumlah debitur sebanyak 10.130 debitur dengan rata – rata peminjaman per debitur Rp. 79.940.000 (Kadin Jawa Tengah, 2017).

Pada saat ini pemerintah mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 2016 untuk mempercepat pembangunan perikanan nasional, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik nelayan, pembudidaya pengolah maupun pemasar hasil perikanan, dan penyerapan tenaga kerja sera meningkatkan devisa negara. Kementerian Kelautan dan Perikanan mengajak seluruh pemangku kepentingan untuk meningatkan akses pembiayaan di sektor perikanan dengan tetap memperhatikan keberlanjutan sumberdaya perikanan untuk menjamin kepastian usaha di sektor perikanan. Namun, intruksi Presiden Nomor 7 tahun 2016 tentang percepatan pembangunan industri perikanan nasional masih belum terlihat, sedangkan para pelaku usaha butuh kepastian regulasi yang tidak menghambat iklim usaha.

Transformasi Roundtable Series (TRS) dan Direktorat Jendral Penguatan Daya saing Produk Keluatan dan Perikanan Kementerian Kelautan dan Perikanan bekerjasama merumuskan kebijakan pembiayaan perikanan yang berkelanjutan. Dengan melibatkan KKP, Otoritas Jasa Keungan (OJK), perbankan, lembaga penjaminan, perusahaan pengolahan produk perikanan, asosiasi – asosiasi di sektor

perikanan, pelaku usaha perikanan, akademisi bidang perikanan, dan sejumlah swadaya masyarakat.

Pada usaha perikanan terdapat tingkatan risiko yang ditandai dengan 4 kelas yaitu biru, hijau, kuning, dan merah. Pada kelas biru yang berarti risiko usaha sangat rendah dengan bobot 0%-24,9%, kelas hijau mempunyai risioko usaha rendah dengan bobot 25%-49,9%, kelas kuning memiliki risiko usaha sedang dengan bobot 50%-74,9%, dan kelas merah memiliki risiko usaha tinggi dengan bobot 75%-100%. Guna diadakan tingkatan risiko pada usaha perikanan ini untuk memudahkan bank atau lembaga pembiayaan non-perbankan dalam penyaluran kredit atau bantuan pembiayaan yang aman, dengan tetap memperhatikan aspek berkelanjutan usaha dan kelestarian sumberdaya.

Tema pembiayaan industri perikanan berkelanjutan dipilih karena memanfaatkan sumberdaya perikanan secara berkelanjutan membutuhkan skema pembiayaan yang tidak kecil. Melibatkan sektor swasta, perbankan dan lembaga penjamin dalam pembiayaan akan memberikan daya ungkit besar bagi konstribusi sektor ini pada perekonomian nasional, dan mendorong kesejahteraan nelayan. Dengan demikian, dana pemerintah dapat dikonsentrrasikan untuk pembangunan infrastruktur perikanan, perirlindungan dan pemulihan kesehatan laut (Noegroho, 2016).

KKP bersama OJK, delapan bank dan dua lembaga keuanga non-bank, meluncurkan program "Jangkau, Sinergi, dan *Guideline* (jaring)" untuk meningkatkan peminjaman kepada sektor kelautan dan perikanan sebesar lebih dari 50 persen. Otoritas Jasa Keuangan menargetkan penyaluran kredit 16 bank mitra ke subsektor kelautan dan perikanan dalam program Jangkau, Sinergi dan *Guideline* (Jaring) menembus Rp. 9,2 Triliun.

Realisasi penyaluran kredit program Jaring hingga 30 September 2015 telah mencapai Rp. 4,41 triliun. Ini merupakan 82 persen dari total target agregat delapan bank partner untuk program Jaring, yakni sebesar Rp. 5,37 triliun. Beberapa bank yang telah mencapai dan melebihi target penyaluran kredit gross adalah BRI, BTPN, dan BPD Sulselbar.

Berdasarkan data OJK, hingga 30 September 2015, total kredit kelautan dan perikanan mencapai Rp. 20,19 triliun atau tumbuh 12,40 persen disbanding 30 September 2014. Pertumbuhan tersebut lebih tinggi dari pembiayaan disektor maritime yang tumbuh 9.48 persen pada 2015. Pertumbuhan kredit kelautan dan perikanan telah melebihi laju kredit seluruh industri yang tumbuh 11.09 persen hingga 30 September 2015.

Kartu Jaring merupakan produk yang khusus diperuntukkan bagi masyarakat sektor kelautan dan perikanan. kartu Jaring diharapkan dapat menduking tumbuh kembangnya budaya menabung dan mencatat transaksi pelaku usaha sektor keluatan dan perikanan. Peluncuran kartu Jaring oleh BRI, BNI, Bank Mandiri, Bank Sinarmas, dan Bank Jatim merupakan bukti nyata komitmen dan kesungguhan bank partner dalam mengembangkan dan menyediakan produk – produk inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat kelautan dan perikanan dalam melakukan kegiatan ekonomi (Igbal, 2017).

Sumberdaya modal pada sektor perikanan sudah dikatakan baik dan memilki keunggulan kompetitif yang tinggi, karena sudah bisa menyelesaikan masalah beberapa masyarakat kelautan perikanan dalam memenuhi modal usaha atau membangkitkan usahanya. Namun, masih terdapat kemungkinan banyaknya masyarakat kelautan perikanan dan kelautan yang belum bisa menikmati kredit

usaha rakyat ataupun belum memiliki kartu Jaring dikarenakan kurang dan belum berkembangnya informasi tersebut.

5. Sumberdaya Infrastruktur

Tersedianya infrastruktur dan fasilitas yang strategis dan memadai merupakan salah satu pendukung peningkatan daya saing komoditi kepiting Indonesia. Sarana dan fasilitas penunjang merupakan suatu syarat dalam perdagangan dalam jumlah yang cukup memadai maupun syarat - syarat dalam penyerahan barang. Sarana dan fasilitas tidak hanya sebagai sarana untuk memperlancar kegiatan perdagangan namun termasuk juga fasilitas telekommunikasi, transportasi, sistem pembayaran, air, dan energi listrik. Air yang bersih dan listrik yang mencukupi sangat sulit untuk didapatkan di daerah sekitar pantai. Keadaan ini yang mendukung rendahnya tingkat sanitasi dan kebersihan pada tempat pendaratan ikan dan pengolahan ikan.

Perkembangan wilayah pesisir semakin menguat seiring dengan rutinnya aktifitas perdagangan dari berbagai negara. Interaksi perdagangan tersebut turut menciptakan struktur penduduk baru pada wilayah pesisir. Aktifitas perdagangan yang berjalan secara terus menerus mempengaruhi laju perkembangan kota pada wilayah pesisir. Perkembangan wilayah dan struktur penduduk menuntut dibangunnya fasilitas-fasilitas yang menjadi kebutuhan utama untuk mendukung aktifitas masyarakat. Beberapa elemen penting seperti pelabuhan, infrastruktur jalan, bagunan peribadatan, dan pasar sebagai sarana vital bagi perekonomian masyarakat kemudian dibangun, meskipun pada masa itu belum dilakukan dengan perencanaan yang matang. Saat ini telah banyak berkembang kota – kota pesisir lain, dan faktanya kota pesisir adalah yang paling cepat mengalami perkembangan dan menjadi daerah – daerah paling cepat berkembang di Indonesia. Sampai saat

ini, setidaknya telah terdapat sekitar 150 kota di Indonesia yang merupakan kota pesisir, dengan kategori dari kota kecil, kota sedang, kota besar sampai kota metropolitan (Iswandi, 2015).

Terdapat permasalahan yang penting pada pembangunan kota pesisir khususnya di Indonesia yakni minimnya infrastruktur dan rendahnya kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam mendukung pembangunan dikawasan pesisir. Infrastruktur menjadi tonggak utama dalam menopang berbagai sektor dikawasan pesisir sehingga rendahnya infrastrutur akan diikuti oleh lambannya kemanjuan kota pesisir (Iswandi, 2015).

Kondisi jalan yang dilewati dalam pendistribusian kepiting dari nelayan ke pengepul atau eksportir masih cukup buruk. Kondisi jalan yang buruk akan menghambat pendistribusian kepiting dan membutuhkan banyak waktu yang mengakibatkan kesegaran dan mutu kepiting menurun. Transportasi udara yang sedang dikembangkan seperti membangun atau memperbaiki bandar udara yang ada di masing – masing kota, daerah atau pulau, hal ini di kembangkan untuk mempermudah proses ekspor dengan menggunakan pesawat. Untuk transportasi laut terdapat pelabuhan perikanan dimana berfungsi sebagai tempat berlabuhnya kapal perikanan, tempat pendaratan ikan, tempat pemasaran, tempat pelaksanaan pembinaan mutu hasil perikanan, tempat pengumpulan data tangkapan, tempat untuk pelaksanaan penyuluhan serta pengembangan masyarakat nelayan dan tempat untuk memperlancar operasional kapal perikanan (Direktorat Jendral Perikanan Tangkap, 2005).

Pelabuhan perikanan di Indonesia di bagi menjadi empat golongan yaitu golongan pertama terdapat Pelabuhan Perikanan Samudra (PPS), golongan kedua terdapat Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN), golongan ketiga untuk Pelabuhan

Perikanan Pantai (PPP) dan golangan ke empat adalah Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI). Golongan – golongan tersebut di dasarkan pada fasilitas dan kualitas yang terdapa di pelabuhan tersebut. Hampir disetiap daerah dan pulau sudah mempunyai pelabuha perikanan.

Sumberdaya infrastruktur untuk komoditas kepiting sudah dikategorikan cukup walaupun masih terdapat kekurangan. Sumberdaya infrastruktur yang ada harus diperbaiki lagi kondisinya, sehingga mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas kepiting Indonesia.

5.3.2 Kondisi Permintaan

Kondisi permintaan yang mempengaruhi daya saing komoditas kepiting Indonesia adalah komposisi permintaan domestik, jumlah permintaan dan pola pertumbuhan, dan internasionalisasi permintaan domestik.

1. Komposisi Permintaan Domestik

Komposisi permintaan domestik merupakan faktor penentu daya saing industri nasional, terutama dengan mutu permintaan domestik. Mutu permintaan domestik akan menjadi pembelajaran para perusahaan domestik untuk bersang di pasar internasional. Mutu permintaan yang tinggi akan membuat perusahaan meningkatkan daya saingnya sebagai tanggapan mutu persaingan di pasar domestik.

Menurut Cahya (2010), Permintaan domestik dapat membantu para perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Karakteristik permintaan domestik meliputi:

a. Stuktur Segmen Permintaan

Struktur segmentasi konsumen kepiting dibedakan menjadi 2 yaitu konsumen menengah keatas dan menengah kebawah. Konsumen menengah keatas pada umumnya membeli kepiting di *supermarket* atau swalayan dalam kemasan kaleng atau sudah di olah, sedangkan konsumen menengah kebawah pada umunya membeli kepiting dipasar tradisional dengan membeli kepiting secara utuh.

b. Pengalaman dan Selera Pembeli yang Tinggi

Selera masyarakat terhadap produk kepiting umumnya lebih senang dalam keadaan segar dan olahan atau kalaengan. Kepiting termasuk dalam makanan yang sering dikonsumsi di seluruh dunia, karena rasanya yang lezat dan banyak mengandung nutrisi yang baik untuk tubuh. Namun, kepiting tidak dapat dikonsumsi secara banyak atau terus menerus karena kadar kolesterol pada kepiting sangat tinggi.

c. Antisipasi Kebutuhan Pembeli

Antisipasi perusahaan dalam negeri sudah cukup baik untuk memenuhi permintaan konsumen. Pengusaha kepiting Indonesia dimulai dari penangkapan dan budidaya kepiting sudah mampu memenuhi permintaan kepiting walaupun belum begitu maksimal. Namun, pengusaha atau perusahaan yang dapat memenuhi standar dan selera permintaan konsumen luar negeri masih terbatas jumlahnya.

2. Jumlah Permintaan dan Pola Pertumbuhan

Permintaan kepiting untuk dalam negeri cukup besar jumlahnya, hal ini dapat dilihat dari tinggi nya konsumsi pasar domestik terhadap kepiting. Namun kepiting lebih berkembang di pasar internasional, dapat dilihat pada Tabel 20 pasar ekspor lebih tinggi permintaanya dari pada pasar lokal.

Tabel 20. Kepiting di Pasar Lokal dan di Pasar Ekspor Tahun 2009 - 2014

Tahun	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Lokal	1.013.026	1.656.958	5.131.239	977.920	626.720	723.939
Segar	443091	771732	450923	171240	256050	162809
Beku	355061	340019	3333135	466645	46158	247597
Olahan	214874	545207	1347181	340035	324512	313533
Ekspor	4.14e+08	3.59e+08	3.3e+08	2.62e+08	2.08e+08	1.57e+08
Segar	45576915	36509834	35728160	95651646	78048881	54281371
Beku	1.08e+08	1.35e+08	1.41e+08	46074717	47559596	34213193
Olahan	2.6e+08	1.88e+08	1.53e+08	1.21e+08	82815127	68498215

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Kepiting di pasar lokal mengalami fluktuatif pertahunnya, sedangkan kepiting pada pasar ekspor mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dengan mengalami kenaikan dipasar ekspor maka kegiatan budidaya harus ditingkatkan untuk memenuhi permintaan yang akan datang, dan tidak menyebabkan masalah penurunan populasi kepiting di perairan atau dilaut.

3. Internasionalisasi Permintaan Domestik

Permintaan dari pembeli lokal di luar negeri merupakan salah satu pendukung peningkatan daya saing kepiting Indonesia. Internasionalisasi permintaan domestik terjadi juga karena adanya promosi dari media atau internet seperti situs jual online untuk makan atau produk – produk makanan yang sudah tersebar di seluruh dunia, seperti indonetwork. Serta kegiatan promosi yang diadakan oleh turis asing yang puas dengan produk kepiting Indonesia tidak menutup kemungkinan akan menambah permintaan kepiting di pasar internasional akibat kegiatan tersebut.

5.3.3 Industri Terkait dan Pendukung

Daya saing kepiting Indoesia juga ditentukan dengan keberadaan industri yang terkait dan mendukung di dalam negara tersebut yang secara internasional bersifat kompetitif. Industri terkait dan industri pendukung adalah dimana

perusahaan dalam melakukan koordinasi atau berbagai aktivitas dalam rantai nilai dan industri yang melibatkan produk yang melengkapi perusahaan dari suatu negara tertentu (Febriyanthi, 2008).

Industri terkait dengan daya saing kepiting Indonesia terdiri dari industri hulu yaitu yang mengubah barang mentah melalui penangkapan dan budidaya lalu di olah menjadi barang setengah jadi, sedangkan industri hilir adalah industri pasca panen atau mengubah barang setengah jadi menjadi barang jadi, sehingga langsung dapat di nikmati.

Industri hulu pada kepiting adalah penangkapan dan budidaya, penangkapan kepitng menggunakan beberapa alat yaitu bubu lipat, kait, jaring dan caduk. Sedangkan untuk budidaya menggunakan tambak tradisionala ala Thailand, jaring apung dan karamba bambu, budidaya kepiting saat ini masih dengan teknologi tradisional. Industri hulu masih bermasalah dengan kurangnya modal dan penerapan teknologi sehingga penangkapan dan budidaya masih tidak cukup baik.

Industri hilir sudah cukup mampu mendukung daya saing kepiting di pasar internasional ditandai dengan tinggi nilai ekspor Indonesia di kepiting olahan. Industri hulu dan industri hilir harus menjadi satu kesatuan dan jangan saling bertentangan, agar tercipatanya penjualan yang maksimal. Namun, pada kenyataannya industri hulu dan hilir saling bertentangan, karena indsutri hulu lebih memilih langsung menjual ikan segar pasca panen ke negara tujuan ekspor daripada menjual ke industri hilir atau pengolahan, ditandai dengan besarnya nilai penjualan eskpor kepiting ikan segar daripada nilai ekspor kepiting olahan dan kepiting beku. Pada saat seperti pemerintah sebegai pembuat kebijakan harus mencari solusi yang tepat bagi keberlangsungan kedua industri ini agar dapat berjalan baik dan harmonis.

Industri pendukung dalam daya saing kepiting Indonesia yaitu industri pemasaran dan jasa pendidikan, penelitian, dan pengembangan perikanan nasional. Industri jasa pemasaran adalah pelaku yang berperan sebagai perantara pemasaran komoditas kepiting Indonesia dari nelayan hingga ketangan konsumen. Pelaku – pelaku tersebut adalah pedagang pengepul yang berada di tempat pelelangan ikan atau yang langsung membeli kepiting di kapal serta jasa pengiriman keluar negeri atau untuk konsumsi dalam negeri.

Industri jasa pendidikan sangat mempengaruhi daya saing kepiting Indonesia, karea jasa pendidikan, penelitian, dan pengembangan sangat dibutuhkan dalam mendukung peningkatan daya saing kepiting Indonesia di pasar internasional. Pada jasa pendidikan, penelitian dan pengembangan sudah sangat baik di Indonesia terbuktinya sudah ada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan di Universitas – Universitas ternama di beberapa provinsi seperti Universitas Brawijaya (Jawa Timur), Universitas Diponogoro dan Univeritas Soedirman (Jawa Tengah), Institus Pertanian Bogor dan Universitas Padjajaran (Jawa Barat), Universitas Hasanudin (Sulawesi Selatan) maupun sekolah tinggi perikanan di berbagai daerah. Lembaga – lebaga ini sangat membantu meningkatkan kualitas sumberdaya manusia terutama terkait dengan hal manjerial dan penerapan teknologi.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) atau bagian lembaga Penelitian Bidang Ilmu Kelautan (Puslit Oseanografi) yang mempunyai tuga meneliti dan mengembangkan keluatan Indonesia. Keberadaan jasa pendidikan, penelitian dan pengembangan perikanan di Indonesia sudah baik, sehingga sudah cukup mampu mendukung peningkatan daya saing kepiting Indonesia di pasar lokal maupun di pasar internasional.

5.3.4 Struktur, Persaingan, dan Strategi Industri Kepiting

Keunggulan komparatif suatu negara pada dasarnya lebih ditekankan pada kemampuan suatu perusahaan/industri/negara untuk menentukan posisinya secara tepat diantara pesainnya. Dalam kaitannya dengan keunggulan kompetitif ini posisi suatu perusahaan/industri/negara ditentukan oleh lima faktor persaingan yaitu masuknya pendatang baru, ancaman produk subtitusi, daya tawar menawar pembeli, daya tawar menawar pemasok dan persainga di antara peserta persainga yang ada (Porter, 1990). Berikut ini uraian mengenai kelima faktor persaingan tersebut yaitu:

a. Ancaman Pendatang baru

Persaingan kepiting di pasar internasional sangat ketat terutama dari negara

– negara produsen kepiting segar Indonesia yaitu Canada, Ireland, dan India,
sedangkan dari kepiting beku mempunyai pesaing yaitu Vietnam, Chile dan Russian
Fed, dan kepiting olahan mempunyai pesaing Philippines, Vietnam, dan Thailand.

Ancaman pendatang baru dapat mensisihkan kepiting Indonesia, pendatang baru berasal dari negara yang sudah menerapkan teknologi budidaya kepiting yang sudah modern, seperti negara Jepang, Australia, Sri Langka, dan Malaysia sudah mulai aktif mengembangkan budidaya kepiting. Negara – negara pendatang baru ini berpeluang menggeser kedudukan Indonesia di pasar internasional, karena jika mereka berhasil melakukan budidaya kepiting akan mempengaruhi jumlah ekspor kepiting Indonesia.

b. Ancaman Produk Subtitusi

Ancaman akan produk subtitusi kepiting dapat berasal dari komoditas perikanan lainnya yang memiliki kandungan gizi yang hampir sama atau memiliki tingkat permintaan yang tinggi. Kepiting kaya akan sumber mineral dan kalsium

serta terdapat omega-3 pada kepiting. Untuk sumber mineral terdapat kesamaan pada ikan grouper, haddock dan kerang. Sedangkan kalsium selain di kepiting terdapat pada tulang ikan tuna. Ikan tuna dan kerang memiliki peluang sebagai ancaman untuk kepiting. Ikan tuna juga mempunyai permintaan yang meningkat sebab memiliki kandungan yang baik. Untuk melihat kandungan gizi kepiting dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Kandungan Gizi pada Kepiting

Komposisi Kepiting	Keterangan
Energi (kcal)	87
Air (g)	79.02
Protein (g)	19.06
Lemak (g)	1.08
Kolesterol (mg)	78
Kalsium (mg)	89
Besi (mg)	0.74

Sumber: U.S Departemen of Agriculture, Composition of foods, 2016

3. Posisi Tawar Pembeli

Peningkatan posisi tawar menawar pembeli kepiting Indonesia, dapat terjadi jika pembeli dari negara yang mempunyai kekuatan lebih besar untuk menentukan perdagangan. Seperti Amerika sebagai pembeli yang mempunyai kekuatan untuk mengatur perdagangan komoditas kepiting. Negara tersebut melalui departemen menetapkan standar tertentu untuk komoditas yang di impor ke negaranya. Ketatnya peraturan menuntut Indonesia harus mengikuti semua peraturan ekspor yang sudah diberikan.

Keaktifan dalam organisasi manajemen perikanan juga menjadi kekuatan ngeara tujuan ekspor, jika Indonesia tidak termasuk dalam daftar anggota, negara tersebut cenderung akan melakukan penolakan terhadap kepiting Indonesia (Cahya, 2010).

4. Posisi Tawar Pemasok

Kekuatan pemasok merupakan faktor penentu selanjutnya. Pada kegiatan ekspor kepiting yang bertindak sebagai pemasok kepiting adalah nelayan. Pemasok yang ada yaitu nelayan yang belum mampu untuk memenuhi permintaan ekspor. Dari segi kuantitas memungkinkan para nelayan penangkap kepiting memenuhi kebutuhan ekspor tetapi dalam bentuk kuantitas yang memenuhi standar dari pemerintah sangat sulit untuk mencukupi permintaan ekspor. Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan ekspor kepiting dibutuhkan pembudidaya kepiting.

Posisi tawar pemasok untuk komoditas kepiting segar, beku dan olahan meningkat ketika nelayan dan penambak memiliki kekuatan untuk memilih menjual hasil tangkapannya, namun di tempat pelelangan ikan posisi tawar menawar nelayan menjadi rendah. Akhirnya nelayan terpaksa harus menjual dengan harga rendah karena menhindari busuknya kepiting dan tidak laku dijual.

Pemasok kepiting lebih memilih langsung menjual kepiting ke pengusaha ekspor kepiting segar dari pada dijual dipasar lokal, karena pengeskpor kepiting segar selalu membutuhkan stok yang cukup untuk memenuhi permintaan kepiting segar. Karena lebih besarnya permintaan kepiting segar daripada kepiting beku maupun olahan. Kepiting beku Indonesia masih belum memiliki posisis tawar yang cukup baik, sehingga sering mengalami kekurangan bahan baku untuk diekspor.

5. Persaingan Negara Lain

Negara yang menjadi pesaing kuat Indonesia adalah Canada. Canada adalah negara pesaing terberat Indonesia di kepiting beku dan kepiting segar. Waluapun di ekspor kepiting segar Indonesia masih menjadi peringkat pertama dan top 9 negara pengekspor kepiting. Untuk di kepiting olahan yang menjadi pesaing

terbesar Indonesia adalah Philippines dan Thailand, sedangkan Indonesia ada di peringkat 3.

Posisi Indonesia di pasar internasional dapat bergeser dengan adanya pengeluaran teknologi baru seperti budidaya dengan teknologi yang mulai modern. Dengan adanya teknik budidaya kepiting yang sudah modern dan sudah mulai banyak negara yang mencoba budidaya tersebut seperti negara Jepang, Australia, Sri Langka, dan Malaysia. Sedangkan Indonesia masih menggunkan budidaya yang tradisional. Kemampuan sumberdaya manusia juga sangat mendukung untuk meningkat peningkatan persaingan antara negara. Sumberdaya manusia Indonesia pada budidaya kepiting dan penangkapan kepiting belum sebaik negara pesaing.

Stuktur persaingan, perusahaan dan strategi persaingan untuk komoditas kepiting sangat ketat. Kemungkinan munculnya pesaing baru sangat besar dengan penerapan penangakapan dan budidaya dengan teknologi baru, sedangkan Indonesia belum mampu untuk menerapkan hal tersebut. Ancaman untuk produk subtitusi cenderung lemah dan tingkat kekuatan pemasok cukup berpotensi untuk meningkat.

5.3.5 Peran Pemerintah

Peran pemerintah terhadap peningkatan daya saing kepiting Indonesia adalah sebagai motivator, regulator, dan fasilitator serta berperan dalam mengembangkan suatu komoditi perikanan khususnya komoditi kepiting melalui kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah merupakan instrumen untuk mengembangkan sistem dan usaha kepiting Indonesia. Kebijakan pemerintah yang dibuat agar membantu menciptakan iklim usaha yang kondusif, mempuanyai sifat proteksi dan konsisten, serta terkoordinasi.

Permerintah mempunyai program untuk menggembangkan daya saing kepiting Indonesia seperti membuat program pelatihan pada nelayan untuk budidaya kepiting yang dilakukan oleh Dinas Kelautan Perikanan di beberapa daerah di Indonesia. Dan pemerintah juga membantu mengembangkan kepiting daerah untuk di ekspor.

Untuk melihat standarisasi pada produk perikanan dan produk dari sektor lainnya pemerintah mendirikan Badan Standarisasi Nasional (BSN) yang berguna untuk melakukan pengawasan mutu pada kepiting. Kepiting harus lulus Standarisasi Nasional Indonesia (SNI) agar bisa di ekspor.

Untuk kemajuan kepiting dan sektor perikanan lainnya pemerintah sudah sangat membantu perkembangannya, namun pemerintah juga harus melihat ketersediaan komoditi kepiting di alam. Dan pemerintah juga harus melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap penangkapan ilegal yang dilakukan nelayan asing. Penjagaan yang cukup ketat yang diinstruksikan pemerintah sudah cukup baik tetapi dengan salah satu hukuman yang diberikan oleh pemerintah seperti melakukan ledakan di laut kurang baik adanya, karena dengan meladakan kapal dilaut maka akan mencemari perairan serta merusak biota di dalam laut maupun biota yang berada dilaut lepas.

Dalam menyusun peraturan pemerintah harus tegas terhadap pelanggaran – pelanggaran yang terjadi di lapang seperti penangkapan kepiting yang tidak sesuai dengan anjuran peraturan menteri yaitu penangakapan kepiting dengan karapas lebih

5.3.6 Peran Kesempatan

Peran kesempatan komoditi kepiting Indonesia agar dapat bersaing di pasar internasional masih terbuka dan cukup besar. Salah satu indikatornya adalah masih meningkatnya permintaan kepiting segar dan olahan dipasar internasional sejalan peningkatnya kebutuhan nutrisi manusia.

Dan dengan adanya perkembangan teknologi budidaya yang cukup modern dengan bantuan lembaga maupun pemerintah memberikan penyuluhan kepada nelayan budidaya. Maka pembudidaya lebih mudah mengatasi masalah jika sedang sedikit penangkapan dilaut. Dan kepiting hasil budidaya akan lebih baik kualitas dan kuantitasnya.

Di era perdagangan bebas ini mengakibatkan segala bentuk perdagangan tidak mempunyai batas. Antar negara dapat melakukan perdagangan dan membuka usaha di negara negara yang diinginkan. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan pasar kepiting di dunia. Namun, setiap negara pasti mempunyai peraturan – peraturan seperti Jepang, Amerika Serikat dan Uni Eropa. Oleh karena itu, Indonesia harus mengikuti perturan peraturan negara tersebut. Untuk prosedur atau persyaratan ekspor ke Jepang, Amerika Serikat dan Uni Eropa dapat dilihat pada Lampiran 4, Lampiran 5, dan lampiran 6.

Dapat dilihat bahwa keunggulan kompetitif mempunyai hasil yang berimbang, tinggi dan rendahnya masih berimbang. Oleh karena itu, ekspor komoditi kepiting harus lebih ditingkatkan khususnya pada persaingan dan strategi industri. Karena dengan meningkatkan persaingan dan strategi industri dapat membuat daya saing ekspor kepiting dipasar internasional lebih meneningkat dengan menggunakan strategi – strategi yang dikembangkan. Namun, lebih baik lagi jika semua berjalan seiringan untuk meningkatkan variabel – variabel yang terdapat di Teori Berlian

Porter, karena jika semua ditingkatkan dengan seiringan akan membuat daya saing ekspor kepiting Indonesia di pasar Internasional akan lebih baik dan memiliki daya saing yang tinggi.

5.4 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Analisis posisi perdagangan Kepiting Indonesia dapat dianalisis dengan menggunakan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan. Indeks ini digunakan untuk melihat apakah kepiting Indonesia cenderung menjadi negara pengimpor kepiting atau menjadi negara pengeskpor kepiting. Dalam penelitian ini ada 3 jenis kepiting yang diteliti yaitu kepiting segar, kepiting beku dan kepiting olahan.

Nilai dari Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) adalah jika nilainya -1.00 sampai -0.50 menandakan masih tahap pengenalan atau dapat dikatakan masih pendatang baru. Jika nilai ISP -0.51 sampai 0.00 ini adalah tahap subtitusi impor ini menandakan bahwa negara tersebut lebih banyak mengimpor daripada mengekspor. Jika nilai ISP 0.01 sampai 0.80 ini adalah tahap pertumbuhan mengartikan penawaran untuk komoditi tersebut lebih besar daripada permintaan. Jika nilai ISP 0.81 sampai 1.00 ini adalah tahap kematangan yang menandakan bahwa negara tersebut sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang digunakan dan sudah *net exporter*. Jika nilai ISP 1.00 – 0.00 ini adalag tahap kembali mengimpor pada tahap ini sebuah negara kalah bersaing dengan negara lainnya dan produksi komoditas pada negaranya lebih sedikit dari permintaan dalam negeri. Untuk melihat Indeks Spsialisasi kepiting beku dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 22. Indeks Spesiaslisasi Kepiting Segar 2005 – 2014.

Tahun	ISP CRAB NOT FROZEN						
Tanun	INDONESIA	CHINA	CANADA	USA	UK		
2005	1.00	-0.74	0.22	-0.56	0.92		
2006	1.00	-0.85	0.19	-0.40	0.93		
2007	0.98	-0.89	0.35	-0.32	0.92		
2008	0.99	-0.76	0.35	-0.27	0.90		
2009	0.99	-0.81	0.33	-0.06	0.88		
2010	0.99	-0.08	0.33	0.11	0.87		
2011	0.99	-0.07	0.18	0.56	0.89		
2012	0.95	-0.05	0.21	0.58	0.95		
2013	0.99	0.55	0.23	0.63	0.96		
2014	0.99	0.79	0.29	0.51	0.86		
Rata - rata	0.99	-0.29	0.27	0.08	0.91		

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Berdasarkan nilai Indeks Spesialisasi perdagangan kepiting segar Indonesia pada tabel 22, menunjukkan bahwa pada tahun 2005 hingga 2014 nilai ISP pada kepiting segar sempat turun pada tahun 2006 ke 2007 dari 1.00 ke 0.98 dan ditahun berikutnya bertahan di 0.9, dengan nilai rata – rata 0.99 nilai ini cukup tinggi. Dimana kepiting segar Indonesia menduduki peringkat pertama di antara negara pengekspor lainnya. Kepiting segar Indonesia sudah mencapai tingkat kematangan untuk mengekspor dan memiliki daya saing yang sangat baik. Kepiting segar Indonesia memang lebih maju daripada jenis kepiting lainnya seperti kepiting beku dan kepiting olahan.

Pesaing kuat kepiting segar Indonesia terkuat adalah United Kingdom. Perolehan nilai ISP kepiting segar United kingdom hampir mendekati nilai ISP kepiting segar Indonesia, nilai ISP kepiting segara United kingdom sebesar 0.91 ini menandakan bahwa United Kingdom sudah pada tahap kematangan dalam mengekspor kepiting segar di pasar internasional. Sedangakan diperingkat terbawah

ada pada negara China dengan nilai ISP sebesar -0.29 ini adalah tahap perkenalan atau pendatang baru pada industri pengekspor kepiting segar.

Tabel 23. Indeks Spesiaslisasi Kepiting Beku 2005 – 2014.

Tahun	ISP							
Tanun	Indonesia	Canada	China	USA	Russia			
2005	0.89	0.87	0.03	-0.74	1.00			
2006	0.79	0.81	0.14	-0.69	0.93			
2007	0.94	0.85	0.11	-0.79	0.99			
2008	0.73	0.85	-0.04	-0.65	0.98			
2009	0.70	0.86	0.27	-0.67	1.00			
2010	0.11	0.88	0.25	-0.61	0.99			
2011	0.55	0.87	0.13	-0.59	0.99			
2012	-0.18	0.88	0.09	-0.50	1.00			
2013	-0.03	0.89	0.35	-0.66	1.00			
2014	0.00	0.87	0.37	-0.63	1.00			
Rata - Rata	0.4	0.9	0.2	-0.7	1.0			

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Berdasarkan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan kepiting beku pada Tabel 23, dapat dilihat bahwa dari tahun 2005 hingga 2014 kepiting beku Indonesia mengalami keadaan fluktuatif, dan pada titik terendah pada tahun 2012 dan 2013 sampai turun pada tahap daya saing rendah dan membutuhkan impor dari negara lain, tapi pada tahun berikutnya sudah mulai naik walaupun masih membutuhkan impor kepiting. Namun, dapat disimpulkan pada rata – rata kepiting beku pada tahun 2005 hingga 2014 sebesar 0.4 yang mengartikan bahwa kepiting beku Indonesia memiliki daya saing yang kuat atau pada tahap pertumbuhan yang menandakan penawaran kepiting Indonesia lebih besar daripada permintaannya.

Diperingkat pertama terdapat negara Russia dengan nilai rata – rata ISP kepiting bekunya sebesar 1.0, dengan nilai 1.0 menandakan bahwa kepiting beku Russia sudah masuk kedalam tahap kematangan. Dengan alat teknologi yang canggih Russia dapat memproduksi kepiting beku yang berkualitas. Disamping itu

negara Canada terdapat di peringkat kedua, Canada adalah pengekspor kepiting besar didunia dan menjadi pesaing ketatnya Indonesia. Sedangkan diperingkat terakhir adala USA dengan nilai ISP kepiting bekunya sebesar -0.7 yang menadakan tahap subtitusi impor, dengan nilai ISP yang seperti itu membuat USA harus lebih banyak mengimpor untuk memenuhi kebutuhan ekspor kepiting bekunya. Hal ini sebanding dengan kenyataannya bahwa USA adalah pasar terbesar Indonesia untuk mengekspor kepiting segar, beku maupun olahan.

Tabel 24. Indeks Spesiaslisasi Kepiting Olahan Tahun 2005 – 2014.

7/		ISP				
Tahun					REP. OF	
	INDONESIA	CHINA	PHILIPPINES	THAILAND	KOREA	
2005	0.94	1.00	0.99	0.00	0.99	
2006	0.99	1.00	0.91	0.05	0.90	
2007	0.97	1.00	0.99	0.00	0.99	
2008	0.95	1.00	0.98	-0.01	0.98	
2009	0.96	1.00	0.93	0.03	0.93	
2010	0.97	1.00	0.96	0.02	0.96	
2011	0.98	1.00	0.97	0.02	0.97	
2012	0.96	1.00	0.97	0.01	0.97	
2013	0.99	1.00	0.98	0.01	0.98	
2014	0.99	1.00	0.98	0.01	0.98	
Rata - rata	0.97	1.00	0.97	0.02	0.96	

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Berdasarakan pada Tabel 24, Indeks Spesialisasi Perdagangan kepiting olahan Indonesia pada tahun 2005 hingga 2014 mengalami fluktuatif ditahap kematangan. Dengan nilai rata – rata ISP nya sebesar 0.97, kepiting olahan Indonesia sudah mencapai tingkat kematangan dalam ekspor, dan memiliki daya saing yang cukup baik. Namun, persaingan yang cukup ketat di industri kepiting olahan pasar internasional membuat kepiting olahan Indonesia harus lebih baik lagi dan mempertahankan kekuatan daya saingnya agar tidak tersaingi dengan negara lain.

Pesaing terkuat kepiting olahan Indonesia adalah Philippines dan China. Nilai Philippines adalah 0.97 sama dengan nilai ISP kepiting olahan Indonesia, ini membuat Indonesia harus memberikan kualitas yang lebih baik lagi agar tidak tersaingi oleh Philippines. Sedangkan di peringkat pertama adalah kepiting olahan China dengan nilai ISP sebesar 1.00 yang menandakan kepiting olahan China sudah di tahap kematangan dan memiliki daya saing yang cukup baik.

Secara implisit, indeks ISP ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran, dimanan ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik, atau sesuai dengan teori perdagangan internasional, yaitu teori *net of surplus*, dimana ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik. Nilai ISP mempunyai kisaran antara -1 sampai dengan +1. Jika nilainya positif diatas 0 sampai 1, maka komoditas bersangkutan dikatakan mempunyai daya saing yang kuat atau negara yang bersangkutan cenderung sebagai pengekspor dari komoditi tersebut (suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik). Sebaliknya, daya saing rendah atau cenderung sebagai pengimpor (suplai domestik lebih kecil dari permintaan domestik, jika nilainya negatif dibawah 0 hingga -1. Kalau indeksnya naik berarti daya saingnya meningkat, dan begitu juga sebaliknya (Kemendag, 2016).

Dengan diketahuinya Indeks Spesialisasi Perdagangan kepiting Indonesia mempunyai daya saing yang cukup baik di pasar internasional dan Indonesia adalah negara yang mempunyai kemampuan untuk mengekspor kepiting segar, kepiting beku dan kepiting olahan. Kepiting segar dan kepiting olahan Indonesia sudah mencapai tahap kematangan dan memiliki daya saing yang sangat baik. Sedangankan kepiting beku Indonesia masih ada ditahap pertumbuhan dan memiliki daya saing yang baik (Contoh perhitungan ISP dapat dilihat pada Lampiran 3).

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitan daya saing ekspor kepiting di pasar internasional dapat disimpulkan sebagai berikut:

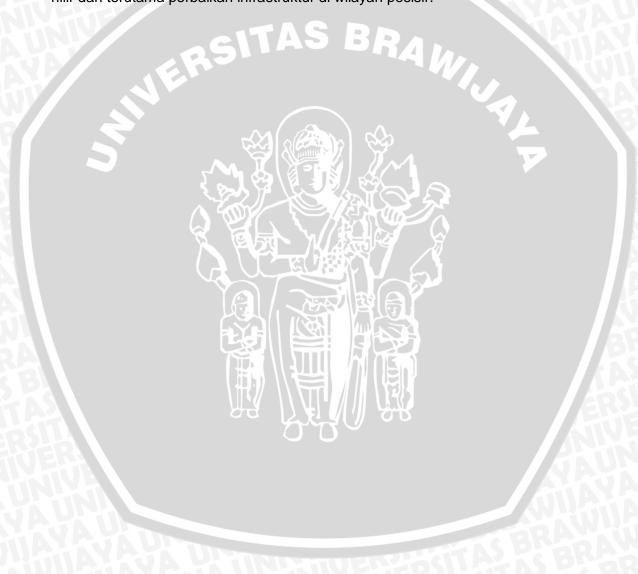
- 1. Berdasarkan hasil perhitungan Herfindahl Index (HI) dan Concentratio Ratio (CR) selama 10 tahun didapatkan kepiting segar di pasar internasional memiliki struktur pasar monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli konsentrasi sedang. Pada kepiting beku dan kepiting olahan di pasar internasional memiliki struktur pasar yang sama yaitu monopolistik dengan pemimpin kekuatan pasar oligopoli kuat.
- Berdasarkan hasil Revealed Comparative Advantage (RCA), kepiting segar, kepiting beku dan kepiting olahan Indonesia selama 2005 hingga 2014 memiliki daya saing komparatif yang cukup tinggi karena memiliki indeks RCA yang lebih dari satu.
- 3. Hasil analisis keunggulan kompetitif dengan menggunakan Teori Berlian Porter menyatakan kepiting Indonesia memiliki keunggulan kompetitif yang sudah cukup baik yaitu sudah mencapai 58% faktor yang memiliki keunggulan kompetitif. Faktor yang memiliki keunggulan kompetitif yaitu sumberdaya alam, sumberdaya modal, kondisi permintaan domestik, jumlah permintaan dan pola pertumbuhan, internasionalisasi permintaan domestik, peranan pemerintah dan peranan kesempatan. Sedangkan faktor yang memiliki daya saing yang rendah yaitu sumberdaya manusia, sumberdaya IPTEK, sumberdaya infrastuktur,

- industri terkait pendukung, serta struktur, persaingan dan strategi industri kepiting.
- 4. Berdasarkan hasil perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan kepiting segar Indonesia sudah berada ditahap kematangan dalam mengekspor kepiting segar dengan rata rata nilai ISP tahun 2005 hingga tahun 2014 sebesar 0.99, dan menandakan bahwa kepiting segar memiliki daya saing yang sangat baik. Pada kepiting beku Indonesia memiliki rata rata ISP sebesar 0,4 yang menandakan masih berada di tahap pertumbuhan dan memiliki daya saing yang baik. Dan pada kepiting olahan memiliki rata rata ISP sebesar 0.97 yang menandakan bahwa kepiting olahan sudah mencapai tahap kematangan dalam mengekspor. Ini menadakan bahwa Indonesia adalah negara yang cenderung melakukan ekspor daripada impor kepiting.

6.2 Saran

- Untuk pengusaha yang bergerak di sektor perikanan komoditas kepiting agar memulai mebudidayakan kepiting agar kelestarian kepiting di Indonesia tetap terjaga, dan memulai untuk meproduksi atau membuat alat penangkapan yang modern dan berkualitas tinggi.
- Untuk nelayan agar dapat membagi hasil perikanan keperusahaan hulu dan perusahaan hilir dengan imbang agar kepiting beku dan kepiting olahan dapat menaikkan penjualannya di pasar internasional.
- 3. Untuk peneliti selanjutnya dapat menganalisi lebih jauh ekspor kepiting Indonesia dengan model *gravity*.
- 4. Pemerintah diharapkan memberikan penyuluhan kepada sumber daya manusia yang terlibat di dalam kegiatan perikanan khususnya dalam ekspor kepiting agar

lebih di tingkatkan kualitasnya. Pemerintah harus membuat strategi – strategi yang lebih inovatif seperti mencari peluang peluang ke negara importir kepiting, dan membuat budidaya dengan teknik yang modern agar produk kepiting Indonesia dapat lebih mempunyai daya saing di pasar internasional. Pemerintah juga perlu membangun sistem perikanan yang terpadu mulai dari hulu hingga hilir dan terutama perbaikan infrastruktur di wilayah pesisir.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhiba, Cahyaning R. 2016 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi daya Saing Ikan Olahan Indonesia Ke Negara Tujuan Ekspor Utama. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Amir, M.S. 1984. Seluk Beluk Dan Teknik Perdagangan Luar Negeri. PT Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta Pusat.
- Apridar. 2009. Ekonomi Internasional Sejarah, Teorim konsep dan Permasalahan dalam Aplikasinya. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistika. 2016. Nilai Ekspor Migas dan Non Migas Indonesia. https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/897. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2016 pada pukul 20.00 WIB.
- Bustami, Budi dan Paidi Hidayat. 2013. Analisis Daya Saing Produk Ekspor Provinsi Sumatera Utara. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol 1, No. 2.
- BOBP. 1991. Repport Of The Seminar On The Mud Crab Culture And Trade. Surat Thani, Thailand.
- Cahya, Indry Nilam. 2010. Analisis Daya Sain Ikan Tuna Di Pasar Internasional.. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Daft, Richard L. 2010. Era Baru Manajemen, Edward Tanujaya. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Dahuri. 2013. Strategi membangun semangat technopreneurship untuk menciptakan produk dan jasa perikanan yang berdaya saing di era globalisasi: Orasi ilmiah. Yogyakarta: Jurusan Perikanan UGM.
- Daps.bps.go.id. 2016. Analisis SWOT. daps.bps.go.id/file_artikel/66/**Analisis**%20**SWOT.pdf.** Diakses pada tanggal 22 November 2016.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis: Konsep, Edisi Kesepuluh. Budi IS, Penerjemah; Rahayo S, editor. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan dari *Strategic Management: Concepts and Cases*, 10th ed.
- _____. 2011. Manajemen Strategi. Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta.
- Doni, Amsah, Sri Ulfa dan hasdi. 2012. Prospek Perdagangan Internasional dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.
- [DJBP] Direktorat Jendral Perikanan Budidaya. 2016. Produksi Benih Kepiting dan Rajungan BPBAP Takalar Mendukung Perikanan yang Berkelanjutan. www.djpb.kkp.go.id/arsip/c/250/PRODUKSI-BENIH-KEPITING-DAN-RAJUNGAN-

BPBAP-TAKALAR-MENDUKUNG-PERIKANAN-YANG-BERKELANJUTAN/?category id=. Diakses pada tanggal 2 November 2016.

- Dumas, P, Leopold M, Frotte L, Peignon C. 2012. *Mud Crab Ecology Encourages Site-Specific Approaches To Fishery Management. Journal Of Sea Research.*
- FAO Fishery and Aquaculture Statistic, 2016. Negara Produsen Perikanan Tangkap Di Dunia.
- FAO Fishery and Aquaculture Statistic, 2016. Negara Produsen Perikanan Budidaya Di Dunia.
- Febriyanthi, Sri Anna. 2008. Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi The Indonesia Di Pasar Internasional. Institut Pertanian Bogor.
- Giri, C., Ochieng, E., Tieszen, L. L., Zhu, Z., Singh, A., Loveland, T., Duke, N. (2011). Status and distribution of mangrove forests of the world using earth observation satellite data. *Global Ecology and Biogeography*, 20(1), 154-159.
- Griffin, Ricky W. and Ronald J., Ebert. 2002. *Business*. 6th Ed. Prentice Hall International, Inc.
- Hidayati, Sri. 2013. Struktur Pasar dan Peringkat Indonesia Pada Perdagangan Tuna Segar Dan Beku Di Pasa Dunia, Jepang, USA, Dan Korea Selatan. Akademi HKTI Banyumas. Banyumas.
- Iswandi, R. Marsuki. 2015. Perencanaan dan Pengembangan Kota Pesisir Berwawasan Lingkungan. Unhalu Press.
- Jhingan M.L. 2000. Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan. Terjemahan D. Guritno. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kementerian Kelautan Perikanan. 2015. Analisis Data Pokok. Pusat Data, Statistik dan Informasi.
- Khan, Z and Batra, A. 2005. Revealed Comparative Advantage: An Analysis For India and China. Indian Council For Research On International Economic Relations (ICRIER). New Delhi.
- Kotler, P., dan Gary Amstrong. 1997. Dasar dasar Pemasaran: *Principles of Marketing 7e,* Jilid 1, Jakarta: Prenhallindo).
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. Metode Kuantitatif (teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi). Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM YKPN. Yogyakarta.
- Lastri. 2016. Faktor Menurunnya Ekspor Kepiting Indoneia Ke Amerika Serikat. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Lukman M, Baga. 2016. Analisis Dayasaing Komoditas Agrobisnis. Departemen Agribisnis. FEM IPB.

- Li K, and Bender S. 2002. The Changing Trade and Revealed Comparative Advatages of Asian and Latin American Manufacture Export. Yale University.
- Mankiw, Gregory N. 2006. *Principles of Economics.* Pengantar Ekonomi Makro, Edisi Ketiga, Terjemahan Chriswan Sungkono. Salemba Empat. Jakarta.
- Naluritas, S., Ratna Winandi A., Siti Jahroh. 2014. Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. Fakultas Ekonomi. Institus Pertanian Bogor. Bogor.
- Natalia, Deasy dan Nurozy. 2012. Kinerja Daya Saing Produk Perikanan Indonesia Di Pasar Global. Litbang Perdagangan, Vol. 6 No. 1. Kementrian Perdagangan.
- Noegroho, Anang. 2016. Kementerian Kelautan dan Perikanan: Percepatan Pembangunan Indstri Perikanan lewat Pembiayaan Berkelanjutan. http://anangnoegroho.com/kkp-percepatan-pembangunan-industri-perikanan-lewat-pembiayaan-berkelanjutan/. Diakses pada tanggal 8 Februari 2017.
- Nontji. A. 2007. Laut Nusantara. Penerbit Djambatan : Jakarta.
- PKRB. 2014. Analisis Daya Saing dan Produktivitas Indonesia Menghadapi MEA.
- Prawitasari, Sri Yati. 2010. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggul sakti di Semarang). SKRIPSI. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prianto, E. 2007. Peran Kepiting sebagai Spesies Kunci (*Keystone Spesies*) pada Ekosistem Mangrove. *Prosiding Forum Perairan Umum Indonesia IV.* Balai Riset Perikanan Perairan Umum. Banyuasin.
- Putri, Devira Sagita., M. Al Musadieq., Supriono. 2016. Pengaruh Harga Ekspor dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor (Studi oada Volume Ekspor Ikan Tuna Indonesia Ke Jepang). Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Rajagukguk, Mark Majus. 2009. Analisis Daya Saing Rumput Laut Indonesia Di Pasar Internasional. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Ramadhan, Adinda K. 2011. Daya Saing Produk Perikanan Indonesia Di Beberapa Negara Impotir Utama dan Dunia. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rukmini. 2009. Prospek dan Teknologi Pembesaran Kepiting bakau (*Scylla* spp). Fakultas Perikanan Unlam. Banjarbaru.
- Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus. PT Gramedia. Jakarta.
- Ratnawati, Eka. 2011. Analisis Daya Saing Ekspor Karet Alam Indonesia Di Pasar Internasional. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rukmini. 2009. Prospek dan Teknologi Pembesaran Kepiting Bakau 9*Scylla spp*). Fakultas Perikanan Unlam.

- Rusmadi., Henky Irawan., dan Falmi Yandri. 2014. Studi Biologi Kepiting di Perairan Teluk Dalam Desa Malang Rapat Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau. Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Salvatore, Dominick. 2014. Ekonomi Internasional. Salemba Empat. Jakarta.
- Saptana., Sunarsih., dan Kurnia. 2006. Mewujudkan keunggulan Komparatif menjadi Keunggulan
- Sobri. 1999. Ekonomi Internasional. Badan Penerbut Fakultas Ekonomi UGM. Yogyakarta.
- Sudaryono, T dan P. Simatupang. 1993. Arah Pengembangan Agribisnis: suatu Catatan Kerangka Analisis dalam Prosiding Prespektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Sukirno, Sadono. 2008. Makro Ekonomi Teori Pengantar. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suparsa, I putu dan Ni Putu. 2016. Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Kepiting Provinsi Bali. Universitas Udayana. Bali.
- Supartono, Wahyu dan Putri Rakhmadani. 2015. Analisa Penolakan Produk Ekspor Indonesia Rajungan (*Portunus pelagicus*) dan Kepiting (*Scylla serrate*) di Amerikan Serikat Periode Tahun 2002 2013.
- Tambunan, Tulus T.H. 2004. Globalisasi dan Perdagangan Internasional. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Tambunan, Tulus. 2001. Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran Teori dan Temuan Empiris. PT. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta.
- Tempo.co. 2013. Indonesia Ekspor Rp 2 Triliun Kepiting. https://m.tempo.co/read/news/2013/09/18/092514527/indonesia-ekspor-rp-2-triliun-kepiting. Di akses pada tanggal 18 Januari 2016.
- Tim Perikanan WWF- Indonesia. 2015. Better Management Practice, Seri Panduan Perikanan Skala Kecil Kepiting (Scylla sp.) Penangkapan dan Penanganan. WWF Indonesia. Jakarta Selatan.
- U.S. Department of Agriculture, *Composition of Foods*, Agriculture Handbook no. 8-11 dalam Encyclopedia Brittanica Online. Diakses tanggal 8 Februari 2017.
- Wahono, Umar. 2015. Daya Saing Ekspor Tuna Kaleng Indonesia Di Uni Eropa Tahun 2003 2013. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Indonesia.
- Wirartha, I Made. 2006. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. CV. Andi Offest. Yogyakarta.
- Yuananda, Ardhuan. 2013. Strategi dan Perilaku Industri Pengolahan di Kota Semarang tahun 2007 2011. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Yushinta, Fujaya. 2007. Mempersiapkan Kepiting Menjadi Komoditas Andalan.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Herfindahl Indeks dan CR8 Kepiting SegarTahun 2006

No	NEGARA	Xij	Txj	Sij	Sij^2	CR8
1	Indonesia	84849089	347383555	0.244252	0.059659	0.244252
2	United Kingdom	46225500	347383555	0.133068	0.017707	0.133068
3	China	37952518	347383555	0.109252	0.011936	0.109252
4	Canada	27640012	347383555	0.079566	0.006331	0.079566
5	Viet Nam	25107585	347383555	0.072276	0.005224	0.072276
6	USA	17401380	347383555	0.050093	0.002509	0.050093
7	France	13926804	347383555	0.040091	0.001607	0.040091
8	Ireland	12137848	347383555	0.034941	0.001221	0.034941
9	India	11107828	347383555	0.031976	0.001022	
10	Thailand	10150909	347383555	0.029221	0.000854	
11	Australia	9875038	347383555	0.028427	0.000808	
12	Philippines	7193508	347383555	0.020708	0.000429	
13	Malaysia	6240107	347383555	0.017963	0.000323	
14	China, Hong Kong SAR	4900644	347383555	0.014107	0.000199	
15	Bangladesh	4801459	347383555	0.013822	0.000191	
16	Germany	4454000	347383555	0.012822	0.000164	
17	Pakistan	3959956	347383555	0.011399	0.00013	
18	Rep. of Korea	3854581	347383555	0.011096	0.000123	
19	Mexico	2001096	347383555	0.00576	3.32E-05	
20	Sri Lanka	1935338	347383555	0.005571	3.1E-05	
21	Norway	1782443	347383555	0.005131	2.63E-05	
22	Venezuela	1660533	347383555	0.00478	2.28E-05	
23	Morocco	997884	347383555	0.002873	8.25E-06	
24	Japan	832426	347383555	0.002396	5.74E-06	10
25	United Rep. of Tanzania	798949	347383555	0.0023	5.29E-06	184
26	Bahrain	767852	347383555	0.00221	4.89E-06	
27	Spain	701679	347383555	0.00202	4.08E-06	
28	Denmark	680537	347383555	0.001959	3.84E-06	
29	Russian Federation	524128	347383555	0.001509	2.28E-06	
30	Singapore	406667	347383555	0.001171	1.37E-06	RITE
31	Peru	403236	347383555	0.001161	1.35E-06	+108
32	Netherlands	353202	347383555	0.001017	1.03E-06	AHT

33	Sweden	221325	347383555	0.000637	4.06E-07	
34	Portugal	206779	347383555	0.000595	3.54E-07	150
35	Yemen	189071	347383555	0.000544	2.96E-07	
36	Belgium	178300	347383555	0.000513	2.63E-07	
37	Chile	148299	347383555	0.000427	1.82E-07	
38	Greece	144250	347383555	0.000415	1.72E-07	41-1:
39	Italy	81159	347383555	0.000234	5.46E-08	INA
40	Madagascar	71804	347383555	0.000207	4.27E-08	
41	China, Macao SAR	68463	347383555	0.000197	3.88E-08	UAL
42	Honduras	58592	347383555	0.000169	2.84E-08	
43	New Zealand	57166	347383555	0.000165	2.71E-08	
44	Other Asia, nes	56729	347383555	0.000163	2.67E-08	
45	Mozambique	48531	347383555	0.00014	1.95E-08	
46	Turkey	41366	347383555	0.000119	1.42E-08	
47	New Caledonia	40460	347383555	0.000116	1.36E-08	4
48	Trinidad and Tobago	29319	347383555	8.44E-05	7.12E-09	
49	Kenya	27377	347383555	7.88E-05	6.21E-09	*
50	Luxembourg	15134	347383555	4.36E-05	1.9E-09	
51	United Arab					
	Emirates	14169	347383555	4.08E-05	1.66E-09	
52	Nicaragua	14090	347383555	4.06E-05	1.65E-09	
53	CÃ'te d'Ivoire	13595	347383555	3.91E-05	1.53E-09	
54	Austria	5616	347383555	1.62E-05	2.61E-10	
55	Czechia	4880	347383555	1.4E-05	1.97E-10	
56	Swaziland	4460	347383555	1.28E-05	1.65E-10	
57	Dominican Rep.	4007	347383555	1.15E-05	1.33E-10	
58	Finland	3144	347383555	9.05E-06	8.19E-11	
59	Guyana	3007	347383555	8.66E-06	7.49E-11	
60	Switzerland	2856	347383555	8.22E-06	6.76E-11	
61	Cambodia	1501	347383555	4.32E-06	1.87E-11	
62	Slovenia	1199	347383555	3.45E-06	1.19E-11	1/4
63	Poland	704	347383555	2.03E-06	4.11E-12	$I \wedge I$
64	Latvia	584	347383555	1.68E-06	2.83E-12	
65	Greenland	297	347383555	8.55E-07	7.31E-13	
66	Bulgaria	295	347383555	8.49E-07	7.21E-13	
67	South Africa	190	347383555	5.47E-07	2.99E-13	AS BI
68	Saint Lucia	101	347383555	2.91E-07	8.45E-14	ATTA
	LO AWY TITE	Total			0.110591	76.35

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Rumus Herfindahl Index

$$HI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + ... + S_n^2$$

$$HI = 0.059659 + 0.017707 + 0.011936 + ... + 8.45E-14$$

$$HI = 0.110591$$

Rumus CR8

$$CR8 = Sij1 + Sij2 + Sij3 + ... + Sij8$$

$$CR8 = 76.35$$

Tahun	Indonesia					
	XIJ	Xt	WIJ	WJ	RCA	
2005	20824930	366109916	1034337847	85659947504	4.71	

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Ket: RCA kepiting beku

Rumus RCA

$$RCA = \frac{(\frac{Xij}{Xt})}{(\frac{Wij}{Wt})}$$

AS BRAWIUS

$$RCA = \frac{\left(\frac{20824930}{366109916}\right)}{\left(\frac{1034337847}{85659947504}\right)}$$

RCA =4.71

Lampiran 3. Contoh Perhitungan Indeks Spesialisasi Perdagangan

TAHUN	INDONESIA					
	XIA MIA ISP					
2005	NALE	25231306	401	836116		0.9358497

Sumber: UN Comtrade (diolah), 2016

Ket: ISP Kepiting Olahan

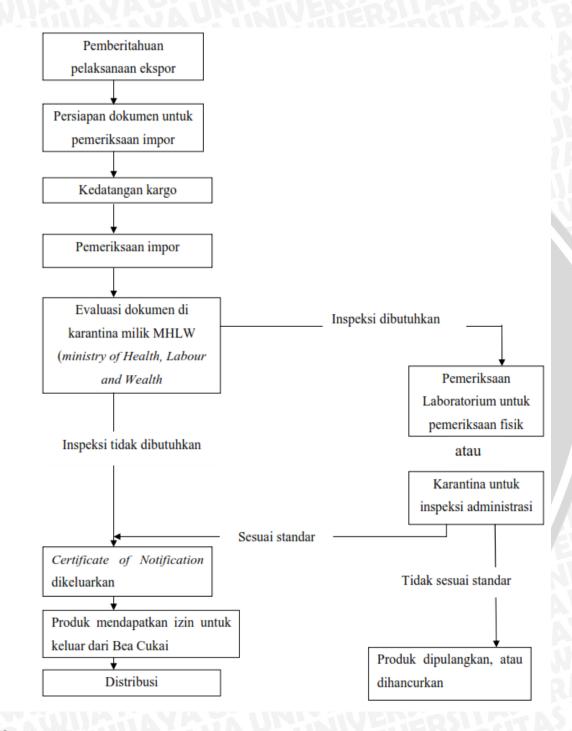
Rumus ISP

$$ISP = \frac{(Xia - Mia)}{(Xia + Mia)}$$

 $ISP = \frac{(25231306 - 836116)}{(25231306 + 836116)}$

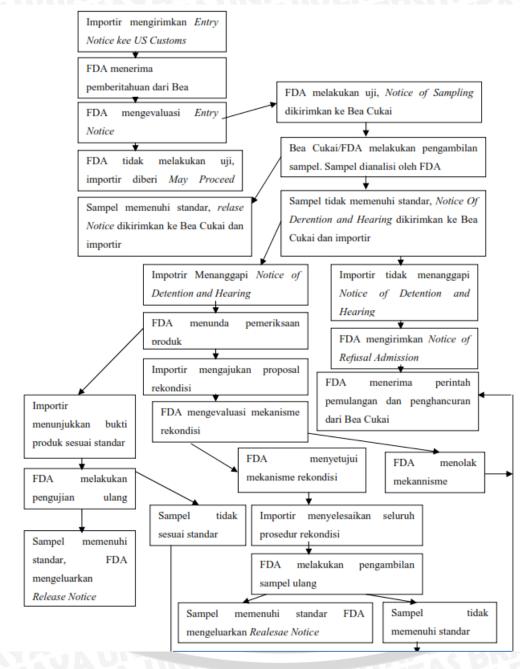
ISP = 0.9358497

Lampiran 4. Prosedur Ekspor Perikanan Ke Jepang



Sumber: Fajar, 2008

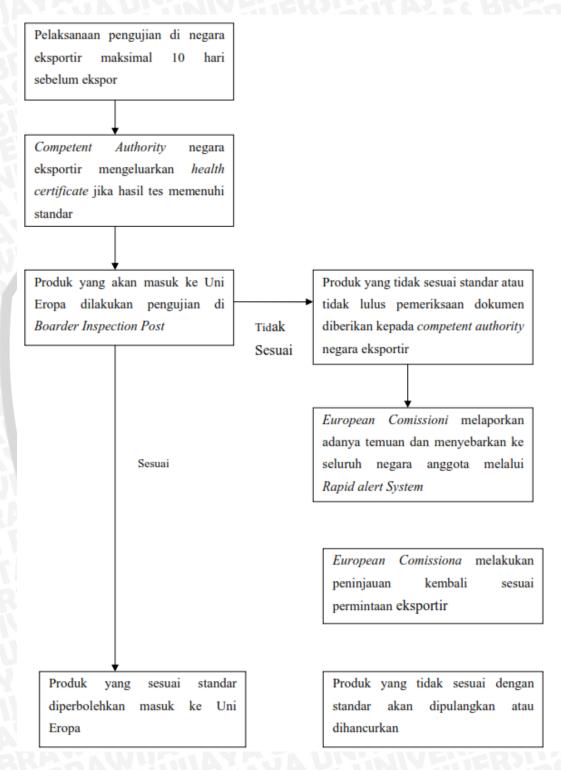
Lampiran 5. Prosedur Ekspor Perikanan Ke Amerika Serikat



Sumber: www. Fda.gov

BRAWIJAY

Lampiran 6. Prosedur Ekspor Perikanan Ke Uni Eropa



Sumber: Fajar, 2008