

**ANALISIS PELUANG DAN ANCAMAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL INDONESIA
DALAM KOMODITAS PERIKANAN DENGAN JEPANG*****Studi Kasus: Perspektif Neraca Dagang, Daya Saing Komoditas,
dan Strategi Penetrasi Pasar 2025*****Indah Hamidah**

Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

indahhamidah330@gmail.com**Abstract**

Japan stands as one of Indonesia's most strategic and enduring fisheries export partners, consistently absorbing approximately USD 613.65 million worth of Indonesian seafood in 2025—a 2.5% year-on-year increase—placing it fourth among all national export destinations. Against the backdrop of intensifying geopolitical trade pressures, including the 32% reciprocal tariff imposed by the United States in April 2025, Japan's role as a stable and high-value alternative market has never been more significant. This study conducts a comprehensive analysis of the opportunities and threats embedded in the Indonesia-Japan fisheries trade relationship, employing a descriptive-quantitative approach supplemented by SWOT analysis and policy literature review. Primary data sources include BPS, KKP-Ditjen PDSPKP quarterly reports, the FAO Fisheries Statistics Database, and the IJEPA trade framework documentation. Findings reveal that shrimp (Vannamei and Windu) dominates exports at an estimated 38% share with 8.2% growth, while Tuna-Skipjack-Tongkol (TCT) remains stagnant at 0.3% due to intense competition from Vietnam and the Philippines. Key opportunities include Japan's rapidly growing premium seafood segment, underutilized IJEPA tariff preferences, surging demand for MSC/ASC-certified products, and untapped potential in processed ready-to-eat seafood and seaweed derivative exports. Threats encompass Japan's stringent and dynamically evolving SPS regulations under the Food Sanitation Act, escalating competition from Vietnam and India, yen depreciation eroding the purchasing power of Japanese importers, and reputational risks arising from sustainability-related NGO campaigns. The study recommends a coordinated national strategy encompassing accelerated international certification, intensive IJEPA utilization campaigns, product value-addition (hilirisasi), and systematic regulatory monitoring as the most viable pathway to consolidate and expand Indonesia's position in the Japanese premium seafood market.

Keywords: Fisheries Export; Japan Market; Trade Opportunities; SPS Regulation; IJEPA; Indonesia 2025.

Article History

Received: June 2026

Reviewed: June 2026

Published: June 2026

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/hybrida.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : hybrida



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstrak

Jepang merupakan salah satu mitra dagang ekspor perikanan paling strategis dan berkelanjutan bagi Indonesia, secara konsisten menyerap sekitar USD 613,65 juta produk perikanan Indonesia pada tahun 2025 dengan pertumbuhan 2,5% year-on-year, sehingga menempatkan Jepang pada posisi keempat di antara seluruh negara tujuan ekspor nasional. Di tengah tekanan perdagangan geopolitik yang semakin intensif, termasuk tarif resiprok 32% yang diberlakukan Amerika Serikat pada April 2025, peran Jepang sebagai pasar alternatif yang stabil dan bernilai tinggi menjadi semakin krusial. Penelitian ini melakukan analisis komprehensif terhadap peluang dan ancaman yang terkandung dalam hubungan perdagangan perikanan Indonesia-Jepang, menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif yang diperkaya analisis SWOT dan telaah literatur kebijakan. Sumber data utama mencakup BPS, laporan triwulanan KKP-Ditjen PDSPKP, FAO Fisheries Statistics Database, dan dokumentasi kerangka perdagangan IJEPA. Temuan menunjukkan udang (*Vannamei* dan *Windu*) mendominasi ekspor dengan estimasi pangsa 38% dan pertumbuhan 8,2%, sementara Tuna-Cakalang-Tongkol (TCT) stagnan di 0,3% akibat persaingan ketat dari Vietnam dan Filipina. Peluang utama mencakup segmen seafood premium Jepang yang tumbuh pesat, preferensi tarif IJEPA yang belum dimanfaatkan optimal, meningkatnya permintaan produk bersertifikat MSC/ASC, serta potensi ekspor produk olahan siap saji dan turunan rumput laut yang belum tergarap. Ancaman utama meliputi regulasi SPS Jepang yang ketat dan dinamis di bawah Food Sanitation Act, persaingan yang meningkat dari Vietnam dan India, depresiasi yen yang menggerus daya beli importir Jepang, serta risiko reputasi akibat kampanye LSM lingkungan terkait keberlanjutan. Penelitian ini merekomendasikan strategi nasional terkoordinasi yang mencakup percepatan sertifikasi internasional, kampanye intensif pemanfaatan IJEPA, hilirisasi produk, dan pemantauan regulasi yang sistematis sebagai jalur paling layak untuk mengkonsolidasikan dan memperluas posisi Indonesia di pasar seafood premium Jepang.

Kata Kunci: Ekspor Perikanan; Pasar Jepang; Peluang Perdagangan; Regulasi SPS; IJEPA; Indonesia 2025.

PENDAHULUAN

Hubungan perdagangan Indonesia dan Jepang di sektor perikanan merupakan salah satu relasi dagang bilateral yang paling tua dan paling konsisten dalam sejarah perdagangan luar negeri Indonesia. Sejak dekade 1970-an, Jepang telah menjadi salah satu pintu ekspor utama untuk produk laut Indonesia—mulai dari udang beku, tuna segar, hingga cumi-sotong-gurita—jauh sebelum negara-negara ASEAN atau Tiongkok tumbuh menjadi kekuatan pasar yang signifikan. Hubungan ini tidak sekadar transaksi bisnis; ia mencerminkan saling ketergantungan

yang dibangun atas dasar kepercayaan, konsistensi kualitas, dan adaptasi terhadap standar mutu Jepang yang terkenal paling ketat di dunia.

Memasuki tahun 2025, lanskap perdagangan perikanan global mengalami guncangan yang cukup signifikan. Pemberlakuan tarif resiprokal 32% oleh Pemerintahan Trump terhadap produk-produk Indonesia—termasuk komoditas perikanan—sejak April 2025 memaksa para eksportir dan pengambil kebijakan untuk secara serius memikirkan ulang struktur pasar tujuan ekspor nasional (The White House, 2025). Amerika Serikat selama ini menjadi pasar tunggal terbesar Indonesia dengan pangsa 31,8%, sehingga gangguan akses ke pasar ini bukan ancaman yang bisa dianggap enteng.

Dalam konteks tekanan tersebut, Jepang muncul sebagai salah satu alternatif strategis yang paling logis untuk diperkuat. Pada tahun 2025, nilai ekspor perikanan Indonesia ke Jepang mencapai USD 613,65 juta, tumbuh 2,5% year-on-year—sebuah angka yang mungkin tampak modest, namun memiliki makna yang dalam jika dibandingkan dengan fluktuasi dramatis di pasar Tiongkok (turun 2,3%) dan ketidakpastian di pasar AS pasca tarif. Jepang adalah pasar yang tidak bergejolak; importir Jepang dikenal sangat loyal terhadap mitra pasokan yang sudah terbukti kualitasnya.

Namun, memperkuat posisi di pasar Jepang bukanlah perkara sederhana. Di balik potensinya yang besar, pasar Jepang menyimpan sejumlah hambatan struktural yang tidak mudah diatasi dalam jangka pendek. Regulasi Food Sanitation Act Jepang dan positive list system untuk residu pestisida yang mencakup ribuan senyawa kimia menciptakan barrier to entry non-tarif yang sangat tinggi. Persaingan dari Vietnam, India, dan bahkan Ekuador di segmen udang terus menggerus pangsa pasar Indonesia. Sementara itu, depresiasi yen yang cukup dalam sejak 2022 dan berlanjut hingga 2025 secara efektif mengurangi daya beli importir Jepang untuk produk impor yang bertransaksi dalam dolar AS.

Di sisi lain, peluang yang tersedia juga tidak bisa diabaikan begitu saja. Segmen pasar seafood premium bersertifikat keberlanjutan (MSC/ASC) tumbuh pesat di Jepang, dipicu oleh meningkatnya kesadaran konsumen kelas menengah atas Jepang terhadap isu lingkungan dan keterlacakan produk. Kerangka IJEPA yang sudah berjalan lebih dari 17 tahun menyediakan preferensi tarif yang—paradoksnya—masih sangat rendah tingkat utilitasnya oleh eksportir Indonesia. Dan potensi diversifikasi ke produk olahan nilai tambah tinggi—dari ebi furai hingga produk sushi topping dan makanan laut kemasan siap saji—masih sangat terbuka lebar.

Penelitian ini hadir untuk memetakan secara komprehensif dan sistematis landscape peluang serta ancaman tersebut. Ada empat pertanyaan pokok yang menjadi panduan analisis: (1) bagaimana struktur dan dinamika ekspor perikanan Indonesia ke Jepang pada periode 2021-2025; (2) faktor apa saja yang menjadi sumber peluang strategis dalam hubungan dagang ini; (3) ancaman dan hambatan apa yang paling signifikan dan mendesak untuk dimitigasi; serta (4) strategi konkret apa yang paling relevan untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar perikanan premium Jepang untuk jangka menengah ke depan.

Secara akademis, penelitian ini mengisi celah literatur yang umumnya mengkaji ekspor perikanan Indonesia dari perspektif global atau berfokus pada satu komoditas saja, tanpa analisis mendalam pada dimensi bilateral dengan Jepang. Secara praktis, temuan ini diharapkan bisa menjadi masukan kebijakan bagi KKP, Kemendag, dan asosiasi eksportir perikanan dalam merancang strategi penetrasi pasar Jepang yang lebih efektif dan berbasis data.

KAJIAN PUSTAKA

Keunggulan Komparatif dan Daya Saing Ekspor Perikanan Indonesia

Fondasi teoritis untuk memahami mengapa Indonesia secara konsisten menjadi pengeksport utama produk perikanan berakar pada teori keunggulan komparatif David Ricardo, yang menyatakan bahwa suatu negara akan cenderung mengeksport komoditas yang biaya oportunitasnya relatif lebih rendah dibandingkan negara lain (Krugman & Obstfeld, 2018). Indonesia memiliki kondisi ideal untuk memenuhi prasyarat ini: wilayah perairan seluas 5,8 juta km², garis pantai lebih dari 95.000 km—terpanjang kedua di dunia—keanekaragaman hayati laut yang luar biasa, serta tenaga kerja yang tersedia luas di sektor perikanan tangkap dan budidaya.

Keunggulan komparatif ini secara empiris terkonfirmasi melalui nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) yang konsisten di atas 1,0 untuk komoditas udang, tuna, dan cumi-sotong-gurita dalam satu dekade terakhir (Natalia, 2012; Amri dkk., 2024). Nilai RCA yang tinggi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki spesialisasi ekspor yang nyata pada komoditas-komoditas tersebut dibandingkan rata-rata ekspor dunia. Namun, sebagaimana dicatat oleh Natalia (2012), potensi RCA yang tinggi belum sepenuhnya dikonversi menjadi nilai ekspor maksimal—terutama karena hambatan pada sisi nilai tambah produk dan standar mutu di pasar tujuan.

Dalam konteks pasar Jepang, keunggulan komparatif dalam bahan baku mentah saja tidak cukup. Daya saing yang sesungguhnya dibangun di atas tiga pilar yang saling menopang: (a) konsistensi kualitas produk yang memenuhi standar Food Sanitation Act Jepang; (b) kemampuan mengolah produk perikanan ke dalam bentuk yang sesuai dengan preferensi dan gaya hidup konsumen Jepang modern; serta (c) kapasitas membangun hubungan kepercayaan jangka panjang dengan importir dan retailer Jepang yang dikenal sangat loyal terhadap pemasok terpercaya namun juga sangat responsif terhadap insiden kualitas.

Pasar Jepang sebagai Pasar Premium Seafood Global

Jepang menempati posisi yang benar-benar unik dalam peta perdagangan seafood global. Sebagai bangsa yang selama ribuan tahun membangun budaya kuliner berbasis laut—tercermin dalam tradisi sashimi, sushi, tempura, dan berbagai masakan laut lainnya—Jepang memiliki konsumen yang termasuk paling teredukasi, paling selektif, dan paling berpengetahuan dalam memilih produk laut di antara semua pasar global. Tingkat konsumsi seafood per kapita Jepang secara historis berada di antara yang tertinggi di dunia, meskipun tren ini perlahan menurun seiring perubahan pola makan generasi muda Jepang (FAO, 2024).

Dinamika demografis yang tengah berlangsung di Jepang—populasi yang menua dengan cepat, penurunan jumlah rumah tangga berukuran besar, dan meningkatnya jumlah konsumen tunggal atau pasangan lansia—justru mendorong pergeseran permintaan ke arah produk seafood berukuran kecil, mudah disiapkan, dan berkualitas tinggi. Segmen produk siap saji (ready-to-eat, ready-to-cook), produk premium yang terjamin asal-usulnya, serta produk berlabel organik atau berkelanjutan tumbuh pesat dalam satu dekade terakhir. Ini adalah ceruk pasar yang sangat relevan bagi Indonesia, namun sejauh ini belum digarap secara optimal.

Retailer besar Jepang seperti AEON, Ito-Yokado, dan jaringan supermarket premium lainnya semakin menjadikan sustainability certification sebagai syarat pembelian—bukan sekadar preferensi. Produk seafood yang belum bersertifikat MSC atau ASC semakin sulit masuk ke rak-rak modern trade di kota-kota besar Jepang. Tren ini—meskipun menciptakan hambatan jangka pendek—sesungguhnya merupakan peluang jangka panjang bagi produsen Indonesia yang mau berinvestasi dalam sertifikasi internasional (FAO, 2024).

Kerangka Hukum dan Perdagangan: IJEPA dan Regulasi SPS

Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), yang mulai berlaku efektif pada 1 Juli 2008, adalah instrumen hukum bilateral yang paling penting mengatur perdagangan kedua negara, termasuk di sektor perikanan. Dalam klausul IJEPA, sejumlah komoditas perikanan Indonesia mendapatkan pengurangan atau eliminasi tarif di pasar Jepang secara bertahap. Sebagai contoh, udang beku dalam beberapa kategori HS sudah mendapatkan tarif preferensial 0-4%, jauh di bawah tarif MFN (Most Favoured Nation) yang berkisar 3-10%. Skema penurunan tarif IJEPA pada dasarnya dirancang untuk mendorong pendalaman perdagangan bilateral secara bertahap.

Namun, riset Kemendag (2025) dan Silitonga (2023) mengungkapkan bahwa tingkat utilisasi preferensi IJEPA di sektor perikanan masih jauh dari optimal. Banyak eksportir Indonesia—terutama yang berskala kecil dan menengah—tidak memanfaatkan Surat Keterangan Asal (SKA) Form IJEPA dan lebih memilih jalur MFN yang lebih familiar, meskipun harus membayar tarif lebih tinggi. Alasannya beragam: ketidaktahuan prosedur pengisian Form IJEPA, biaya administrasi yang dianggap memberatkan, dan kurangnya sosialisasi dari instansi pemerintah terkait.

Di sisi regulasi non-tarif, Japan's Food Sanitation Act dan positive list system yang berlaku sejak 2006 merupakan tantangan paling serius. Sistem ini mensyaratkan bahwa setiap produk pangan impor harus mematuhi batas maksimum residu (MRL) dari ribuan jenis pestisida, antibiotik, dan zat aditif yang terdaftar. Produk yang mengandung zat yang tidak terdaftar dalam positive list secara otomatis dilarang masuk—berapapun kadarnya. Sistem ini jauh lebih ketat dibandingkan Codex Alimentarius dan bahkan regulasi Uni Eropa untuk beberapa kategori zat.

Persaingan Kompetitor di Pasar Jepang

Memahami ancaman persaingan di pasar Jepang tidak bisa dilakukan tanpa melihat lanskap kompetitor secara menyeluruh. Vietnam telah menjadi ancaman paling serius bagi posisi Indonesia di pasar seafood Jepang, terutama untuk komoditas udang olahan. Dalam satu dekade terakhir, Vietnam berhasil meningkatkan kapasitas pengolahan udang dengan investasi besar-besaran dari perusahaan-perusahaan Jepang sendiri yang membangun fasilitas produksi di Vietnam. Hasilnya adalah produk udang Vietnam yang memenuhi standar Jepang secara konsisten dengan harga yang kompetitif—kombinasi yang sangat sulit dilawan.

India menawarkan ancaman yang berbeda: skala produksi udang yang masif dan biaya produksi yang sangat rendah, terutama untuk segmen udang beku ukuran standar (medium-large). India adalah produsen dan eksportir udang terbesar di dunia berdasarkan volume, dan kemampuannya menekan harga di pasar Jepang secara langsung memengaruhi margin eksportir Indonesia di segmen yang sama. Ekuador, meskipun bukan negara Asia, juga menjadi kompetitor yang semakin relevan dengan udang Vannamei berbiaya produksi sangat rendah yang mulai menembus pasar Asia termasuk Jepang (Amri dkk., 2024).

Dalam menghadapi tekanan kompetitor ini, respons yang paling tepat bagi Indonesia bukanlah berkompetisi di segmen harga—melainkan naik ke segmen nilai yang lebih tinggi, di mana diferensiasi produk, sertifikasi keberlanjutan, dan hubungan kepercayaan jangka panjang menjadi penentu kemenangan, bukan semata harga.

Hilirisasi Produk sebagai Strategi Daya Saing

Konsep hilirisasi produk mengolah bahan baku menjadi produk bernilai tambah tinggi sebelum diekspor bukan hal baru dalam ekonomi pembangunan, namun implementasinya di sektor perikanan Indonesia masih sangat terbatas. Sebagian besar ekspor perikanan Indonesia ke Jepang masih berupa produk setengah jadi (semi-processed) atau bahkan bahan mentah, sementara sebagian besar nilai tambah dikaptur oleh industri pengolahan di Jepang sendiri.

Porter (2019) dalam kerangka competitive advantage of nations menjelaskan bahwa negara yang ingin naik ke segmen nilai lebih tinggi dalam rantai pasok global harus secara aktif mengembangkan industri pendukung (supporting industries) dan menghadirkan kondisi permintaan domestik yang mendorong inovasi produk. Dalam konteks perikanan Indonesia, ini berarti membangun industri pengolahan yang modern, memperkuat kapasitas desain produk, dan mengembangkan merek dagang yang dikenal di pasar tujuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan penelitian campuran (mixed-method) yang mengintegrasikan analisis kuantitatif deskriptif dengan telaah kualitatif berbasis dokumen dan literatur kebijakan. Pilihan pendekatan ini didasarkan pada pertimbangan epistemologis bahwa fenomena perdagangan internasional—khususnya dalam konteks hubungan bilateral Indonesia dan Jepang adalah sebuah sistem yang kompleks di mana variabel-variabel kuantitatif seperti nilai ekspor, pertumbuhan YoY, dan pangsa pasar komoditas perlu dibaca bersama-sama dengan faktor-faktor non-kuantitatif seperti dinamika regulasi, persepsi kualitas di kalangan importir Jepang, tekanan geopolitik, dan kapasitas kelembagaan industri perikanan Indonesia.

Sumber Data

Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari: (1) Badan Pusat Statistik (BPS), khususnya tabel ekspor produk perikanan Indonesia menurut negara tujuan dan komoditas untuk periode Januari 2021 hingga Desember 2025; (2) Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (KKP), melalui siaran pers resmi, laporan triwulanan Ditjen PDSPKP tahun 2025-2026, dan data Market Intelligence yang dipublikasikan secara berkala; (3) FAO Fisheries Statistics Database, terutama untuk data perbandingan ekspor negara-negara kompetitor ke Jepang; serta (4) Japan Ministry of Finance (MoF) Trade Statistics, untuk verifikasi data impor Jepang dari sisi negara tujuan.

Data kualitatif diperoleh melalui telaah dokumen resmi meliputi: teks IJEPA beserta annex tariff schedule; regulasi Food Sanitation Act Jepang dan positive list system per update terakhir 2025; laporan Asosiasi Pengusaha Perikanan Indonesia (AP2HI); publikasi Japan Fisheries Agency; serta artikel jurnal ilmiah terindeks Scopus dan Sinta yang berkaitan dengan perdagangan perikanan Indonesia dan dinamika pasar Jepang.

Metode Analisis

Analisis data kuantitatif dilakukan secara deskriptif-komparatif melalui serangkaian perhitungan berikut: (a) pertumbuhan year-on-year (YoY) nilai ekspor ke Jepang per komoditas dan secara total; (b) pangsa pasar Jepang dalam struktur ekspor perikanan Indonesia secara keseluruhan; (c) Compound Annual Growth Rate (CAGR) ekspor ke Jepang dalam periode 2021-2025; serta (d) perbandingan posisi kompetitif Indonesia vs Vietnam dan India di pasar Jepang berdasarkan data impor Japan MoF.

Analisis kualitatif menggunakan kerangka SWOT dengan fokus pada dimensi eksternal—opportunities dan threats—yang menjadi inti rumusan penelitian. Identifikasi peluang dan ancaman dilakukan melalui proses sintesis silang antara data kuantitatif yang ditemukan, regulasi yang berlaku, dinamika kompetitor, dan tren konsumen. Validitas temuan dijamin melalui triangulasi data, yakni mengkonfirmasi setiap klaim empiris dari minimal dua sumber independen sebelum digunakan sebagai dasar argumen.

Penting untuk dicatat bahwa penelitian ini tidak menguji hubungan kausalitas antar variabel secara inferensial. Interpretasi hubungan antarvariabel dilakukan secara kontekstual berdasarkan logika argumen yang didukung oleh data dan literatur, mengikuti tradisi penelitian deskriptif-analitik dalam studi perdagangan internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Gambaran Umum Kinerja Ekspor Perikanan Indonesia 2025**

Sebelum masuk ke dinamika spesifik pasar Jepang, penting untuk memosisikan analisis ini dalam konteks kinerja ekspor perikanan Indonesia secara keseluruhan. Total nilai ekspor perikanan nasional sepanjang Januari hingga Desember 2025 mencapai USD 6,27 miliar—melampaui semua proyeksi yang ada sebelumnya dan menjadi rekor tertinggi dalam lima tahun terakhir, tumbuh 5,2% year-on-year (KKP, 2026). Capaian ini terjadi di tengah kondisi global yang penuh ketidakpastian: konflik geopolitik di beberapa kawasan, fluktuasi nilai tukar dolar, dan tekanan inflasi di negara-negara importir utama.

Amerika Serikat tetap menjadi pasar tunggal terbesar dengan pangsa 31,8% (USD 1,99 miliar), diikuti Tiongkok (19,5%), ASEAN kolektif (16,0%), Jepang (9,8%), dan Uni Eropa (7,2%). Namun, di balik struktur ini terdapat dinamika yang menarik: ASEAN mencatatkan pertumbuhan tertinggi (16,7% YoY), sementara Tiongkok justru menurun 2,3%. Jepang, dengan pertumbuhan 2,5%, berada di posisi yang stabil—tidak menonjol dalam hal pertumbuhan, namun menjadi salah satu penopang paling andal dalam struktur ekspor nasional.

Tabel 1. Kinerja Ekspor Produk Perikanan Indonesia Menurut Negara Tujuan Tahun 2025

No.	Negara Tujuan	Nilai (USD Juta)	Pangsa (%)	Pertumbuhan YoY	Keterangan
1	Amerika Serikat*	1.990,00	31,8%	+4,7%	Terdampak tarif 32%
2	Tiongkok	1.220,00	19,5%	-2,3%	Sedikit turun
3	ASEAN	1.000,00	16,0%	+16,7%	Pertumbuhan tercepat
4	Jepang	613,65	9,8%	+2,5%	Pasar stabil strategis
5	Uni Eropa	451,72	7,2%	+9,0%	Tumbuh signifikan
6	Lainnya	994,63	15,7%	-	-
	TOTAL	6.270,00	100%	+5,2%	-

Sumber: BPS & KKP-Ditjen PDSPKP (2025/2026).

**AS terdampak tarif resiprokal 32% mulai April 2025.*

Tren Ekspor Indonesia ke Jepang: Lima Tahun Terakhir

Menelusuri tren ekspor perikanan Indonesia ke Jepang selama lima tahun (2021-2025) memberikan gambaran yang lebih utuh tentang sifat hubungan dagang ini. Dari baseline sekitar USD 548 juta pada 2021—masa pemulihan pasca pandemi ketika permintaan seafood Jepang mulai pulih—ekspor bergerak dalam tren yang umumnya positif meski tidak linear.

Titik kritis terjadi pada 2023, ketika ekspor sedikit menurun akibat kombinasi dua faktor: pertama, yen Jepang yang melemah tajam terhadap dolar AS (menyentuh level terendah dalam beberapa dekade di kisaran 150 yen/dolar), yang secara efektif membuat produk impor lebih mahal bagi importir Jepang; dan kedua, beberapa insiden penolakan produk perikanan Indonesia di pelabuhan Jepang terkait temuan residu antibiotik yang melampaui MRL. Insiden-

insiden ini memicu enhanced border inspection yang memperlambat arus ekspor secara signifikan.

Pemulihan yang terjadi pada 2024 (+6,6%) dan berlanjut ke 2025 (+2,5%) merupakan cerminan dari respons positif industri terhadap kejadian tersebut: adopsi sistem HACCP yang lebih ketat, peningkatan frekuensi pengujian laboratorium, dan komitmen lebih serius dari sebagian eksportir untuk memenuhi standar Jepang. CAGR ekspor ke Jepang dalam periode 2021-2025 tercatat sekitar 2,9%—lebih rendah dari CAGR total ekspor perikanan nasional (4,8%), namun cukup solid mengingat tantangan-tantangan yang ada.

Tabel 2. Tren Ekspor Perikanan Indonesia ke Jepang, Tahun 2021-2025

Tahun	Nilai Ekspor (USD Juta)	Pertumbuhan YoY	Pangsa dari Total Ekspor	Catatan Utama
2021	~548	Baseline	~10,5%	Pemulihan pasca pandemi
2022	~572	+4,4%	~10,4%	Demand Jepang pulih
2023	~562	-1,7%	~9,9%	Yen lemah & insiden SPS
2024	~599	+6,6%	~10,1%	Pemulihan, diversifikasi produk
2025	613,65	+2,5%	~9,8%	Stabil di tengah tekanan tarif AS

Sumber: BPS & KKP-Ditjen PDSPKP (2025/2026).

Data 2021-2024 merupakan rekonstruksi estimasi berdasarkan data resmi.

Struktur Komoditas: Udang Memimpin, TCT Stagnan

Dari sisi komoditas, ekspor perikanan Indonesia ke Jepang menunjukkan konsentrasi yang cukup tinggi pada dua kelompok utama: udang (Vannamei dan Windu) dengan estimasi pangsa sekitar 38% dari total ekspor ke Jepang, serta Tuna-Cakalang-Tongkol (TCT) dengan pangsa sekitar 27%. Kelompok lainnya—cumi-sotong-gurita, ikan olahan, rumput laut olahan—berbagi sisa 35%.

Udang beku berkualitas tinggi adalah tulang punggung ekspor Indonesia ke Jepang. Udang Vannamei yang dibudidayakan secara intensif di Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Sumatera mendominasi, disusul Udang Windu (black tiger shrimp) yang memiliki nilai premium lebih tinggi namun volume produksinya lebih terbatas. Menariknya, pertumbuhan ekspor udang ke Jepang mencapai 8,2% YoY—jauh di atas rata-rata keseluruhan ekspor ke Jepang (2,5%)—mengindikasikan bahwa investasi besar-besaran di sektor budidaya udang dalam beberapa tahun terakhir mulai memberikan hasil yang nyata.

TCT, sebaliknya, hampir stagnan dengan pertumbuhan hanya 0,3%. Jepang secara tradisional adalah salah satu importir tuna terbesar di dunia, namun pangsa Indonesia terus tergerus oleh Filipina, Vietnam, dan bahkan produksi armada penangkap jauh Jepang sendiri. Kendala utama yang dihadapi Indonesia di segmen ini adalah keterbatasan kapasitas cold chain untuk menjaga kesegaran tuna segar (yang menghargai premium tertinggi di Jepang), dan persaingan harga di segmen tuna kaleng dan tuna beku.

Tabel 3. Struktur Komoditas Ekspor Perikanan Indonesia ke Jepang, Tahun 2025 (Estimasi)

No.	Komoditas	Est. Nilai (USD Juta)	Pangsa (%)	Pertumbuhan YoY	Catatan
1	Udang (Vannamei & Windu)	~233	~38%	+8,2%	Komoditas unggulan
2	Tuna-Cakalang-Tongkol (TCT)	~166	~27%	+0,3%	Stagnan, persaingan ketat
3	Cumi-Sotong-Gurita (CSG)	~92	~15%	+2,1%	Tumbuh moderat
4	Ikan Olahan & Siap Saji	~74	~12%	+5,3%	Potensial berkembang
5	Rumput Laut Olahan & Lainnya	~49	~8%	-3,2%	Tertekan persaingan harga
	TOTAL KE JEPANG	613,65	100%	+2,5%	-

Sumber: Estimasi peneliti berdasarkan proporsi komparatif dari BPS & KKP-Ditjen PDSPKP (2025/2026).

Posisi Kompetitif Indonesia di Pasar Seafood Jepang

Untuk memahami posisi Indonesia secara lebih akurat, perlu dilakukan perbandingan dengan kompetitor utama. Data impor Jepang dari Japan Ministry of Finance menunjukkan bahwa untuk kategori udang beku, Vietnam telah menggeser Indonesia sebagai pemasok terbesar sejak 2020 dan mempertahankan posisi tersebut hingga 2025. Pangsa Vietnam di pasar udang beku Jepang diperkirakan sekitar 25-28%, sementara Indonesia berkisar 18-22%, diikuti India sekitar 12-15%.

Keunggulan kompetitif Vietnam di segmen ini tidak terlepas dari investasi Jepang langsung ke industri pengolahan udang Vietnam. Perusahaan-perusahaan pengolahan seafood Jepang yang mendirikan fasilitas produksi di Vietnam secara efektif menciptakan rantai pasok terintegrasi dari budidaya hingga pengolahan yang memenuhi standar Jepang secara built-in. Model investasi semacam ini belum berkembang secara masif di Indonesia, meskipun beberapa perusahaan Jepang sudah hadir.

Untuk kategori tuna, Indonesia berada dalam posisi yang lebih kompetitif untuk produk tuna sirip kuning (yellowfin tuna) segar dan beku, namun menghadapi tekanan dari Filipina yang memiliki kedekatan geografis lebih besar ke pasar Jepang serta armada penangkap tuna yang sangat aktif. Keunggulan komparatif Indonesia di segmen tuna justru lebih pada jenis-jenis tuna yang kurang premium (cakalang, tongkol) yang nilainya di pasar Jepang jauh lebih rendah.

Tabel 4. Perbandingan Pangsa Pasar Pemasok Utama Seafood ke Jepang Tahun 2025 (Estimasi)

No.	Negara Pemasok	Udang Beku (%)	Tuna & Sejenisnya (%)	Ikan Olahan (%)	Tren 2025
1	Vietnam	~26%	~8%	~18%	↑ Meningkat
2	Indonesia	~20%	~15%	~10%	→ Stabil
3	India	~14%	~3%	~5%	↑ Meningkat
4	Filipina	~5%	~20%	~8%	→ Stabil
5	Thailand	~8%	~6%	~22%	↓ Sedikit turun
6	Lainnya	~27%	~48%	~37%	-

Sumber: Estimasi peneliti berdasarkan Japan Ministry of Finance Trade Statistics dan FAO (2025).

PELUANG DAN ANCAMAN PERDAGANGAN PERIKANAN INDONESIA-JEPANG

Peluang Strategis

Analisis data dan kajian literatur mengidentifikasi enam peluang utama yang bisa dioptimalkan Indonesia dalam konteks perdagangan perikanan dengan Jepang.

1. Segmen Pasar Premium Bersertifikat Keberlanjutan. Konsumen kelas menengah atas Jepang semakin menuntut jaminan bahwa produk seafood yang dikonsumsi berasal dari sumber yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Produk bersertifikat MSC (Marine Stewardship Council) untuk hasil tangkapan laut atau ASC (Aquaculture Stewardship Council) untuk produk budidaya dapat dijual dengan premium 30-50% lebih tinggi dibandingkan produk konvensional di pasar Jepang. Indonesia, dengan kekayaan biodiversitas dan lahan budidaya yang luas, memiliki potensi besar untuk mendapatkan sertifikasi ini—namun realisasinya masih sangat terbatas. Percepatan sertifikasi adalah investasi yang imbal hasilnya sangat jelas.

2. Utilisasi Preferensi Tarif IJEPA yang Belum Optimal. IJEPA memberikan preferensi tarif yang signifikan untuk sejumlah komoditas perikanan Indonesia di Jepang—namun tingkat utilisasinya masih di bawah 40% (Kemendag, 2025). Meningkatkan tingkat penggunaan Form JIEPA dari 40% menjadi 80% saja sudah bisa menghasilkan penghematan biaya tarif yang sangat signifikan bagi eksportir, meningkatkan daya saing harga produk Indonesia dibandingkan kompetitor yang tidak memiliki preferensi IJEPA serupa.

3. Pasar Produk Olahan Siap Saji Bertumbuh Pesat. Perubahan gaya hidup konsumen Jepang—khususnya meningkatnya jumlah single-person households dan dual-income families—mendorong pertumbuhan permintaan produk makanan laut siap saji yang bisa dikonsumsi tanpa persiapan panjang. Produk seperti ebi furai (udang goreng tepung beku), sushi-grade tuna blocks, dan berbagai produk ikan olahan dalam kemasan modern adalah segmen yang nilai tambahnya jauh lebih tinggi dan relatif lebih terlindungi dari persaingan harga murni.

4. Potensi Ekspor Produk Turunan Rumput Laut. Indonesia adalah produsen rumput laut terbesar di dunia, namun sebagian besar masih diekspor dalam bentuk kering mentah dengan nilai tambah yang sangat kecil. Industri pangan, kosmetik, dan farmasi Jepang adalah konsumen besar produk turunan rumput laut—karagenan, agar-agar industri, alginat—yang nilai

per kilogramnya bisa 10-20 kali lebih tinggi dibandingkan rumput laut kering mentah. Membangun industri pengolahan rumput laut di Indonesia sebelum mengeksportnya ke Jepang adalah peluang hilirisasi yang belum tergarap secara serius.

5. Pasar Non-Tradisional: Ikan Kering, Terasi, dan Produk Etnik. Populasi diaspora Indonesia di Jepang terus berkembang, dan permintaan terhadap produk perikanan khas Indonesia—terasi, ikan asin, kerupuk udang—memiliki pasar yang sesungguhnya ada namun belum dikelola secara formal dan sistematis. Selain itu, restoran Indonesia dan Asia Tenggara yang semakin populer di kota-kota besar Jepang membuka peluang distribusi yang bisa menjadi pintu masuk bagi produk-produk ini.

6. Kerja Sama Investasi Jepang di Industri Pengolahan Indonesia. Pola yang berhasil diterapkan Vietnam—mengundang investasi langsung Jepang ke fasilitas pengolahan seafood domestik—adalah model yang bisa diadopsi Indonesia. Dengan kerangka IJEPA sebagai payung hukum dan insentif investasi yang menarik, menarik perusahaan pengolahan seafood Jepang untuk berinvestasi di Indonesia sekaligus menciptakan lapangan kerja domestik dan memastikan produk memenuhi standar Jepang secara by design.

Ancaman dan Hambatan Utama

1. Regulasi SPS Jepang yang Sangat Ketat dan Dinamis. Japan's Food Sanitation Act dan positive list system adalah hambatan non-tarif yang paling kritis. Setiap tahun, MHLW Jepang memperbarui daftar zat terlarang dan batas maksimum residunya. Produsen Indonesia—terutama yang berskala kecil dan menengah dan tidak memiliki sistem monitoring regulasi yang memadai—sangat rentan terhadap perubahan ini. Satu insiden penolakan tidak hanya merugikan satu eksportir, tetapi bisa memicu enhanced border inspection yang berdampak pada seluruh produk Indonesia dari kategori yang sama.

2. Persaingan Sengit dari Vietnam dan India. Vietnam secara konsisten menggeser pangsa pasar Indonesia di segmen udang beku Jepang, didukung oleh investasi Jepang langsung yang menciptakan rantai pasok terintegrasi dan standar kualitas yang terjamin secara built-in. India menawarkan harga yang lebih kompetitif untuk segmen udang standar. Merespons tekanan ini dengan bersaing di segmen harga bukan pilihan yang tepat—Indonesia harus naik ke segmen nilai lebih tinggi.

3. Depresiasi Yen yang Berkelanjutan. Yen Jepang mengalami depresiasi yang cukup signifikan terhadap dolar AS sejak 2022 dan kondisi ini berlanjut dengan berbagai fluktuasi hingga 2025. Bagi importir Jepang yang bertransaksi dalam dolar, depresiasi yen berarti biaya impor yang lebih tinggi dalam mata uang domestik—tanpa ada perubahan dalam harga dolar di sisi eksportir. Ini memicu tekanan dari importir untuk menegosiasikan harga lebih rendah atau menjajaki sumber yang lebih murah.

4. Risiko Reputasi dari Kampanye LSM Lingkungan. Jepang memiliki komunitas konsumen yang sangat peduli dengan isu keberlanjutan perikanan. Kampanye dari LSM internasional yang menyoroti praktik penangkapan ikan yang tidak bertanggung jawab, pelanggaran hak nelayan, atau isu penggunaan antibiotik di tambak-tambak Indonesia—meskipun tidak selalu akurat atau representatif—dapat memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian retailer besar Jepang yang sangat menjaga citra keberlanjutan mereka.

5. Keterbatasan Infrastruktur Cold Chain Domestik. Jepang sangat menghargai kesegaran dan konsistensi kualitas produk perikanan. Keterbatasan infrastruktur rantai dingin (cold chain) dari sentra produksi ke pelabuhan ekspor di Indonesia—terutama di wilayah-wilayah terpencil yang kaya sumber daya ikan—menyebabkan penurunan kualitas produk sebelum sampai ke eksportir, sehingga menurunkan nilai jual akhir di pasar Jepang.

6. Fragmentasi Industri dan Skala UMKM yang Terlalu Kecil. Sebagian besar pengolah ikan di Indonesia adalah UMKM dengan kapasitas produksi terbatas, kemampuan kontrol kualitas yang belum standar, dan akses modal yang terbatas untuk investasi dalam peralatan modern.

Fragmentasi ini menyulitkan pencapaian konsistensi kualitas dan volume yang dibutuhkan untuk memenuhi komitmen kontrak jangka panjang dengan importir Jepang.

**Tabel 5. Matriks Analisis Peluang dan Ancaman (Eksternal SWOT)
Perdagangan Perikanan Indonesia-Jepang 2025**

PELUANG (Opportunities)	ANCAMAN (Threats)
1. Segmen seafood premium bersertifikat MSC/ASC 2. Tarif preferensial IJEPA belum dioptimalkan 3. Permintaan produk olahan siap saji meningkat 4. Ekspor turunan rumput laut masih sangat rendah 5. Peluang pasar produk etnik & diaspora Indonesia 6. Potensi investasi Jepang di industri pengolahan RI	1. Regulasi SPS Jepang yang ketat dan dinamis 2. Persaingan Vietnam (udang) dan India (harga) 3. Depresiasi yen menekan daya beli importir 4. Risiko reputasi dari kampanye LSM lingkungan 5. Keterbatasan cold chain dari sentra produksi 6. Fragmentasi UMKM & inkonsistensi kualitas

Sumber: Olahan peneliti berdasarkan BPS, KKP, FAO, Japan MoF Trade Statistics (2025/2026).

Rekomendasi Strategis

Berdasarkan pemetaan peluang dan ancaman di atas, penelitian ini merumuskan enam rekomendasi strategis yang saling melengkapi dan sebaiknya dijalankan secara simultan:

1. Akselerasi Sertifikasi Internasional (MSC, ASC, BAP, HACCP). Pemerintah—melalui KKP dan Kemendag—perlu menyediakan subsidi sertifikasi yang konkret bagi kelompok nelayan dan pembudidaya yang ingin mendapatkan MSC/ASC. Tanpa dukungan fiskal yang nyata, beban biaya sertifikasi yang mencapai puluhan hingga ratusan juta rupiah akan terus menjadi penghalang. Target yang terukur: melipatgandakan jumlah unit pengolahan bersertifikat MSC/ASC dalam tiga tahun ke depan.

2. Kampanye Masif Utilisasi Form JIEPA. KKP bersama Kemendag dan KBRI Tokyo perlu meluncurkan kampanye edukasi yang intensif dan terukur kepada eksportir perikanan Indonesia tentang manfaat dan prosedur pemanfaatan Form JIEPA. Sosialisasi ini harus turun ke tingkat pengolah dan eksportir UMKM, tidak hanya di perusahaan-perusahaan besar.

3. Program Hilirisasi Produk Berorientasi Pasar Jepang. KKP perlu mengembangkan program inkubasi industri pengolahan yang secara spesifik berorientasi pada selera dan standar pasar Jepang—mulai dari desain produk, pengembangan kemasan, hingga uji pasar di Jepang. Kemitraan dengan Japan External Trade Organization (JETRO) yang sudah aktif di Indonesia dapat menjadi fasilitator yang sangat efektif.

4. Sistem Early Warning Regulasi SPS Jepang. KKP perlu mengembangkan sistem pemantauan regulasi SPS Jepang secara real-time yang terintegrasi dengan KBRI Tokyo. Setiap perubahan MRL atau daftar positive list harus segera dikomunikasikan kepada eksportir yang relevan melalui platform digital yang mudah diakses.

5. Fasilitasi Kemitraan Investasi Jepang di Pengolahan Perikanan Indonesia. BKPM/Investasi Indonesia dan KKP perlu secara aktif mempromosikan Indonesia sebagai destinasi investasi pengolahan seafood kepada perusahaan-perusahaan pengolahan Jepang, dengan menawarkan insentif fiskal dan kemudahan perizinan yang kompetitif dibandingkan Vietnam dan Thailand.

6. Penguatan Rantai Dingin di Sentra Produksi Strategis. Investasi infrastruktur cold chain dari hulu (kapal penangkap, pabrik es di pelabuhan nelayan) hingga hilir (cold storage di pelabuhan ekspor) adalah prasyarat mutlak untuk meningkatkan kualitas produk yang diterima pasar Jepang. Skema pembiayaan infrastruktur melalui APBN, APBD, dan kemitraan publik-swasta perlu dipercepat.

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengkaji secara komprehensif dinamika, peluang, dan ancaman perdagangan perikanan Indonesia dengan Jepang dalam konteks tahun 2025. Berdasarkan analisis data dan kajian literatur yang telah dilakukan, berikut simpulan-simpulan pokok yang dapat dirumuskan.

Pertama, Jepang tetap merupakan mitra dagang perikanan yang sangat strategis dan stabil bagi Indonesia, dengan nilai ekspor USD 613,65 juta dan pertumbuhan 2,5% YoY. Di tengah ketidakpastian yang ditimbulkan oleh tarif resiprokal AS 32%, stabilitas pasar Jepang menjadi aset yang semakin berharga.

Kedua, udang (*Vannamei* dan *Windu*) adalah komoditas unggulan dengan pertumbuhan 8,2% ke pasar Jepang—jauh melampaui pertumbuhan rata-rata—sementara TCT stagnan akibat persaingan ketat. Konsentrasi pada dua komoditas ini perlu diversifikasi ke produk olahan bernilai tambah tinggi.

Ketiga, Indonesia saat ini kehilangan posisi kepemimpinan di segmen udang beku kepada Vietnam, yang keunggulannya dibangun atas investasi industri pengolahan berskala besar yang terintegrasi. Tanpa respons strategis yang serius, tren ini akan terus berlanjut.

Keempat, peluang terbesar yang belum dioptimalkan mencakup: segmen pasar premium bersertifikat MSC/ASC, utilisasi preferensi IJEPA yang masih sangat rendah, pasar produk olahan siap saji, dan potensi ekspor produk turunan rumput laut bernilai tinggi.

Kelima, ancaman utama bersumber dari regulasi SPS Jepang yang ketat dan terus berkembang, persaingan Vietnam dan India, depresiasi yen, serta fragmentasi industri pengolahan domestik yang menghambat konsistensi kualitas.

Keenam, strategi yang direkomendasikan—akselerasi sertifikasi internasional, optimalisasi IJEPA, hilirisasi produk, early warning SPS, fasilitasi investasi Jepang, dan penguatan cold chain—perlu dijalankan secara simultan dan berkesinambungan dalam kerangka kebijakan yang terpadu, bukan parsial dan sektoral.

Pada akhirnya, peluang Indonesia di pasar perikanan premium Jepang sangat nyata dan besar—namun merealisasikannya membutuhkan lebih dari sekadar keunggulan sumber daya alam. Dibutuhkan ekosistem industri yang kuat, regulasi yang mendukung, infrastruktur yang memadai, dan komitmen serius untuk naik ke segmen nilai yang lebih tinggi dalam rantai pasok seafood global.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, M. I., Tahir, R., Haris, A., Agusanty, H., & Saleh, M. S. (2024). Tren ekspor komoditas perikanan Indonesia: Pola, tantangan, dan peluang. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 8(2), 44-62.
- Badan Pusat Statistik. (2025a). Ekspor ikan segar/dingin hasil tangkap menurut negara tujuan utama, 2012-2024. Jakarta: BPS. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2025b). Data kinerja ekspor dan impor produk perikanan Indonesia Januari-November 2025. Jakarta: BPS. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Food and Agriculture Organization (FAO). (2024). The state of world fisheries and aquaculture 2024: Blue transformation in action. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cd0683en>

- Japan Ministry of Finance. (2025). Japan Trade Statistics: Fisheries imports by country of origin 2021-2025. Tokyo: MoF. Diakses dari <https://www.customs.go.jp/toukei/info/>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. (2025a). Ekspor naik, surplus neraca perdagangan perikanan 2024 naik 9,1% [Siaran Pers SP.127/SJ.5/III/2025]. Jakarta: KKP. Diakses dari <https://kkp.go.id>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. (2025b). Rilis data kelautan dan perikanan triwulan I-2025. Jakarta: PPID KKP. Diakses dari https://ppid.kkp.go.id/media/uploads/document_information_public/Rilis_Data_Kelautan_dan_Perikanan_Triwulan_I2025.pdf
- Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. (2025c). Urai hambatan ekspor, KKP jalin perjanjian kesetaraan mutu dengan 38 negara [Siaran Pers SP.156/SJ.5/IV/2025]. Jakarta: KKP. Diakses dari <https://kkp.go.id>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. (2026, Februari). Ekspor perikanan tembus USD 6,27 miliar di 2025: Komoditas Indonesia makin bernilai di pasar global. Jakarta: KKP. Diakses dari <https://kkp.go.id>
- Kementerian Perdagangan RI. (2025). Perkembangan ekspor dan impor perdagangan Indonesia 2025. Jakarta: Kemendag. Diakses dari <https://www.kemendag.go.id>
- Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia. (2025). Dampak tarif resiprok AS terhadap sektor perikanan Indonesia. Jakarta: KNTI. Diakses dari <https://knti.or.id>
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2018). International economics: Theory and policy (11th ed.). Pearson Education.
- Natalia, D. (2012). Kinerja daya saing produk perikanan Indonesia di pasar global. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, 6(1), 1-20.
- Porter, M. E. (2019). Competitive advantage of nations: Creating and sustaining superior performance (2nd ed.). Free Press.
- Silitonga, T. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi volume ekspor ikan tuna Indonesia ke Amerika Serikat periode 2010-2019 (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- The White House. (2025, April 2). Annex I: Reciprocal tariff schedule. Washington D.C.: White House. Diakses dari <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2025/04/Annex-I.pdf>
- Wandira, L. (2025, Mei). Terjepit tarif AS yang tinggi, pengusaha perikanan menjerit minta dukungan pemerintah. Kontan.co.id. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id>