MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

ANALISIS PELUANG DAN ANCAMAN EKSPOR UDANG INDONESIA KE CHINA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL SEKTOR PERIKANAN

Meita Primayanti
Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia
meitaprimayanti1805@gmail.com

Abstrak

Sektor perikanan Indonesia memiliki potensi ekspor yang sangat besar, dengan udang sebagai komoditas unggulan yang menyumbang devisa signifikan bagi negara. China, sebagai salah satu importir udang terbesar di dunia, menawarkan peluang pasar yang menjanjikan bagi Indonesia. Namun demikian, penetrasi ekspor udang Indonesia ke pasar China masih tergolong rendah dibandingkan negara kompetitor seperti Ekuador, India, dan Vietnam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peluang dan ancaman yang dihadapi Indonesia dalam mengekspor udang ke China di tengah persaingan global sektor perikanan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis data sekunder yang bersumber dari berbagai publikasi resmi seperti UN Comtrade, FAO, Kementerian Kelautan dan Perikanan, serta jurnal-jurnal ilmiah terkait. Hasil analisis menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk meningkatkan pangsa pasar di China melalui peningkatan kualitas produk, sertifikasi internasional, dan diversifikasi produk olahan. Di sisi lain, ancaman utama yang dihadapi meliputi persaingan harga yang ketat dari negara kompetitor, hambatan non-tarif berupa standar mutu yang tinggi, serta fluktuasi nilai tukar. Strategi penguatan daya saing melalui modernisasi budidaya, penerapan teknologi pasca panen, dan diplomasi perdagangan menjadi kunci keberhasilan ekspor udang Indonesia ke China di masa mendatang.

Kata Kunci: ekspor udang, Indonesia, China, daya saing, perdagangan internasional, perikanan

Article history
Received: June 2026
Reviewed: June 2026
Published: July 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

Abstract

Indonesia's fisheries sector holds significant export potential, with shrimp serving as a leading commodity that contributes substantially to national foreign exchange earnings. China, as one of the largest shrimp importers in the world, offers a promising market opportunity for Indonesia. However, Indonesia's shrimp export penetration into the Chinese market remains relatively low compared to major competitors such as Ecuador, India, and Vietnam. This study aims to comprehensively analyze the opportunities and threats faced by Indonesia in exporting shrimp to China amid the intense global competition in the fisheries sector. The research employs a qualitative descriptive approach using secondary data sourced from official publications, including UN Comtrade, FAO, the Ministry of Marine Affairs and Fisheries, and relevant scientific journals. The findings indicate that Indonesia has substantial opportunities to increase its market share in China through improvements in product quality, international certification, and diversification of processed shrimp products. On the other hand, the main challenges include intense price competition from rival exporting countries, non-tariff barriers in the form of stringent quality standards, and exchange rate fluctuations. Strengthening competitiveness through aquaculture modernization, adoption of post-harvest technologies, and proactive trade diplomacy is essential for enhancing Indonesia's shrimp export performance to China in the future.

***Keywords**: shrimp exports, Indonesia, China, competitiveness, international trade, fisheries sector*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dianugerahi kekayaan sumber daya laut yang melimpah. Dengan garis pantai sepanjang lebih dari 99.000kilometer dan wilayah perairan yang mencakup sekitar dua pertiga dari total luas wilayah nasional, Indonesia memiliki potensi ekonomi kelautan yang luar biasa besar (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2023). Di antara berbagai komoditas perikanan yang dimiliki, udang menempati posisi strategis sebagai primadona ekspor yang secara konsisten menyumbang nilai devisa tertinggi dalam subsektor perikanan selama beberapa dekade terakhir.

Data dari Food and Agriculture Organization menunjukkan bahwa permintaan global terhadap produk udang terus mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan pertumbuhan populasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat dunia yang semakin menyukai produk pangan berbasis protein hewani berkualitas tinggi (FAO, 2022). Tren ini membuka peluang yang sangat menjanjikan bagi negara-negara produsen udang, termasuk Indonesia, untuk memperluas pangsa pasar mereka di tingkat global.

China, dengan populasi lebih dari 1,4 miliar jiwa dan pertumbuhan ekonomi yang pesat, telah menjelma menjadi salah satu pasar konsumen udang terbesar di dunia. Berdasarkan data UN Comtrade, volume impor udang China mencapai lebih dari 700 ribu ton pada tahun 2022, menjadikannya sebagai importir udang terbesar kedua setelah Amerika Serikat (UN Comtrade,

2023). Pertumbuhan kelas menengah China yang semakin besar dan pergeseran preferensi konsumsi ke arah produk seafood premium membuat pasar ini menjadi sangat atraktif bagi eksportir udang dari berbagai negara.

Meskipun demikian, posisi Indonesia dalam memenuhi kebutuhan impor udang China masih terbilang marginal. Berbagai kajian menunjukkan bahwa kontribusi ekspor udang Indonesia ke China hanya berkisar antara satu hingga dua persen dari total impor udang negara tersebut (Anisa & Aviny, 2024). Angka ini sangat kontras jika dibandingkan dengan negara-negara kompetitor seperti Ekuador yang menguasai hampir 60 persen pangsa pasar, disusul oleh India dan Vietnam yang masing-masing memiliki share yang jauh lebih besar dibandingkan Indonesia (Mashari et al., 2019).

Kesenjangan yang cukup lebar antara potensi produksi udang Indonesia dengan realisasi ekspor ke pasar China menimbulkan pertanyaan mendasar tentang faktor-faktor apa yang menyebabkan Indonesia belum mampu mengoptimalkan peluang pasar di negara tersebut. Di satu sisi, Indonesia memiliki keunggulan komparatif berupa ketersediaan lahan budidaya yang luas, iklim tropis yang mendukung pertumbuhan udang sepanjang tahun, serta keragaman spesies udang yang dapat dibudidayakan. Di sisi lain, berbagai hambatan struktural seperti keterbatasan infrastruktur, inkonsistensi kualitas produk, dan lemahnya posisi tawar dalam negosiasi perdagangan turut mempengaruhi kinerja ekspor Indonesia.

Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam, khususnya terkait analisis komprehensif tentang peluang dan ancaman spesifik yang dihadapi Indonesia dalam mengekspor udang ke pasar China. Sebagian besar studi terdahulu cenderung berfokus pada analisis daya saing secara agregat tanpa menelaah secara detail dinamika persaingan di pasar China yang memiliki karakteristik unik baik dari segi regulasi, preferensi konsumen, maupun struktur pasarnya.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi kesenjangan penelitian di atas, artikel ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kondisi terkini ekspor udang Indonesia ke China dalam konteks persaingan global; (2) mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan Indonesia untuk meningkatkan ekspor udang ke China; (3) mengidentifikasi dan menganalisis ancaman-ancaman yang berpotensi menghambat kinerja ekspor udang Indonesia; serta (4) merumuskan rekomendasi strategis untuk memperkuat posisi daya saing udang Indonesia di pasar China.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengandalkan analisis data sekunder sebagai sumber informasi utama. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa fenomena perdagangan internasional komoditas udang melibatkan berbagai variabel yang kompleks dan saling berinteraksi, sehingga memerlukan eksplorasi mendalam yang tidak dapat sepenuhnya ditangkap melalui pendekatan kuantitatif semata (Creswell & Creswell, 2018).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai publikasi resmi dan kredibel, meliputi: (1) database perdagangan internasional UN Comtrade untuk memperoleh data nilai dan volume ekspor-impor udang; (2) laporan tahunan Food and Agriculture Organization (FAO) terkait kondisi perikanan global; (3) publikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia mengenai produksi dan ekspor udang nasional; (4) laporan Japan External Trade Organization (JETRO) dan China Customs Statistics untuk memahami regulasi dan standar impor negara tujuan; serta (5) artikel-artikel ilmiah dari jurnal bereputasi yang membahas topik terkait.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Pertama, pengumpulan dan kompilasi data dari berbagai sumber yang telah disebutkan. Kedua, tabulasi dan visualisasi data untuk mempermudah identifikasi pola dan tren. Ketiga, analisis komparatif untuk membandingkan kinerja Indonesia dengan negara-negara kompetitor. Keempat, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi ekspor udang Indonesia ke China. Kelima, sintesis dan interpretasi temuan untuk merumuskan kesimpulan dan rekomendasi.

Dalam menganalisis daya saing, penelitian ini mengadaptasi kerangka konseptual Revealed Comparative Advantage (RCA) yang dikembangkan oleh Balassa, serta pendekatan Diamond Model dari Michael Porter untuk memahami faktor-faktor yang menentukan keunggulan kompetitif suatu negara dalam industri tertentu (Porter, 2020). Selain itu, kerangka analisis perdagangan internasional berbasis gravity model juga digunakan sebagai landasan teoretis untuk memahami determinan arus perdagangan bilateral antara Indonesia dan China.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan dan mengkonfirmasi informasi dari berbagai sumber data yang berbeda. Apabila terdapat inkonsistensi data antar sumber, peneliti melakukan verifikasi lebih lanjut dan memilih sumber yang dinilai paling kredibel berdasarkan otoritas penerbit dan metodologi pengumpulan data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Ekspor Udang Indonesia ke China

Industri udang Indonesia telah mengalami transformasi yang cukup signifikan dalam dua dekade terakhir. Produksi udang nasional menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, didorong oleh ekspansi lahan budidaya intensif dan semi-intensif di berbagai wilayah seperti Lampung, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Kalimantan (KKP, 2023). Data Kementerian Kelautan dan Perikanan mencatat bahwa produksi udang budidaya Indonesia mencapai lebih dari 1,2 juta ton pada tahun 2022, menempatkan Indonesia sebagai salah satu produsen udang terbesar di dunia setelah China, India, Ekuador, dan Vietnam.

Menariknya, meskipun produksi domestik terus bertumbuh, persentase udang yang diekspor relatif stabil di kisaran 15 hingga 20 persen dari total produksi (Kusuma & Sari, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumsi domestik juga mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan daya beli masyarakat Indonesia. Fenomena ini memiliki implikasi ganda: di satu sisi membuka peluang diversifikasi pasar, namun di sisi lain dapat membatasi kapasitas ekspor jika tidak diimbangi dengan peningkatan produksi yang memadai.

Dalam konteks pasar China, posisi Indonesia masih jauh tertinggal dibandingkan kompetitor utama. Ekuador telah berhasil mendominasi pasar impor udang China dengan share yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Keberhasilan Ekuador tidak terlepas dari strategi penetrasi pasar yang agresif, kualitas produk yang konsisten, serta hubungan diplomatik dan perdagangan yang erat dengan China (World Bank, 2022). India dan Vietnam juga menunjukkan performa yang impresif dalam menembus pasar China, memanfaatkan keunggulan biaya produksi yang kompetitif dan kedekatan geografis.

Analisis lebih dalam mengungkapkan bahwa ekspor udang Indonesia ke China didominasi oleh produk udang beku (frozen shrimp) yang memiliki nilai tambah relatif rendah dibandingkan produk olahan. Sementara itu, negara-negara kompetitor telah mulai melakukan diversifikasi produk dengan menawarkan berbagai jenis produk udang olahan yang memiliki marjin keuntungan lebih tinggi (Anisa & Aviny, 2024). Ketergantungan Indonesia pada produk udang beku menjadikan posisi tawar Indonesia dalam negosiasi harga menjadi lemah, terutama ketika pasar mengalami oversupply.

Analisis Peluang Ekspor Udang Indonesia ke China

Terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi, Indonesia sesungguhnya memiliki sejumlah peluang yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan ekspor udang ke pasar China. Identifikasi dan pemahaman yang tepat terhadap peluang-peluang ini merupakan langkah awal yang krusial dalam merumuskan strategi penetrasi pasar yang efektif. Berikut penjelasannya:

1. Pertumbuhan Permintaan dan Perubahan Pola Konsumsi

   Pertumbuhan ekonomi China yang tetap solid meskipun mengalami perlambatan telah mendorong ekspansi kelas menengah yang signifikan. McKinsey Global Institute memproyeksikan bahwa jumlah rumah tangga kelas menengah di China akan mencapai lebih dari 550 juta jiwa pada tahun 2025 (McKinsey, 2021). Peningkatan pendapatan per kapita secara langsung berkorelasi dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, di mana permintaan terhadap protein hewani berkualitas tinggi termasuk seafood mengalami lonjakan yang substansial.

   Studi yang dilakukan oleh China Fisheries Association menunjukkan bahwa konsumsi udang per kapita di China meningkat rata-rata 5,2 persen per tahun dalam periode 2015-2022 (CFA, 2023). Tren ini didorong oleh kesadaran masyarakat terhadap gizi dan kesehatan, serta pengaruh westernisasi gaya hidup yang menjadikan udang sebagai pilihan makanan yang populer baik untuk konsumsi rumah tangga maupun di restoran. Fenomena ini membuka ruang yang luas bagi negara-negara eksportir udang untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

2. Perjanjian Perdagangan dan Kerangka Kerja Sama Regional

   Indonesia dan China sama-sama merupakan anggota Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), perjanjian perdagangan bebas terbesar di dunia yang mulai berlaku efektif sejak 2022. RCEP membawa implikasi positif berupa pengurangan hambatan tarif dan harmonisasi standar perdagangan yang dapat memfasilitasi arus barang antara kedua negara (ASEAN Secretariat, 2022). Bagi eksportir udang Indonesia, kerangka kerja sama ini memberikan akses pasar yang lebih mudah ke China dengan tarif yang lebih kompetitif.

3. Keunggulan Komparatif Indonesia

   Dari perspektif keunggulan komparatif, Indonesia memiliki beberapa faktor produksi yang mendukung pengembangan industri udang. Ketersediaan lahan pesisir yang luas dengan karakteristik yang sesuai untuk budidaya udang merupakan aset yang tidak dimiliki oleh banyak negara kompetitor. Iklim tropis dengan suhu yang stabil sepanjang tahun memungkinkan siklus produksi yang berkelanjutan tanpa terganggu oleh faktor musiman.

   Diversitas spesies udang yang dapat dibudidayakan di Indonesia juga memberikan fleksibilitas dalam merespons dinamika permintaan pasar. Udang vaname (Litopenaeus vannamei) dan udang windu (Penaeus monodon) merupakan dua spesies utama yang dibudidayakan dengan karakteristik dan segmen pasar yang berbeda (KKP, 2023). Kemampuan untuk menawarkan variasi produk ini dapat menjadi nilai tambah dalam memenuhi preferensi konsumen China yang beragam.

4. Perkembangan Teknologi dan Inovasi Budidaya

   Kemajuan teknologi dalam industri akuakultur membuka peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas udang yang dihasilkan. Penerapan sistem budidaya superintensif dengan teknologi biofloc dan recirculating aquaculture system (RAS) telah menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam meningkatkan efisiensi produksi (Boyd et al., 2020). Beberapa perusahaan akuakultur besar di Indonesia telah mengadopsi teknologi canggih ini dan berhasil meraih sertifikasi internasional.

   Era digitalisasi juga membawa transformasi dalam rantai pasok perdagangan udang. Platform e-commerce lintas batas (cross-border e-commerce) seperti Alibaba dan JD.com telah menjadi kanal distribusi yang semakin penting bagi produk seafood impor di China

(Alibaba Research, 2022). Eksportir Indonesia dapat memanfaatkan platform-platform ini untuk menjangkau konsumen China secara langsung, memotong rantai distribusi yang panjang, dan memperoleh marjin yang lebih baik.

Analisis Ancaman terhadap Ekspor Udang Indonesia

Di samping peluang yang telah diuraikan, Indonesia juga menghadapi berbagai ancaman yang berpotensi menghambat kinerja ekspor udang ke pasar China. Pemahaman yang komprehensif terhadap ancaman-ancaman ini diperlukan untuk merumuskan strategi mitigasi yang tepat. Beberapa ancaman perdagangan sektor perikanan Indonesia ke China di antaranya:

1. Persaingan yang Semakin Ketat dari Negara Kompetitor

   Pasar udang global telah menjadi arena persaingan yang sangat kompetitif dengan kehadiran pemain-pemain kuat dari berbagai belahan dunia. Ekuador telah membuktikan diri sebagai eksportir udang paling sukses ke China dengan strategi yang fokus pada efisiensi produksi, konsistensi kualitas, dan penetrasi pasar yang agresif. Industri udang Ekuador diuntungkan oleh kondisi perairan yang bersih, biaya produksi yang rendah, dan dukungan pemerintah yang kuat (Bonilla-Jaime et al., 2022).

   India, sebagai eksportir udang terbesar di dunia, juga terus memperluas pangsa pasarnya di China. Keunggulan India terletak pada skala produksi yang masif, biaya tenaga kerja yang kompetitif, dan pengalaman panjang dalam industri pengolahan udang. Vietnam, dengan kedekatan geografis ke China, memiliki keunggulan logistik berupa waktu pengiriman yang lebih singkat dan biaya transportasi yang lebih rendah (Mitayani, 2018).

   Persaingan harga menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi Indonesia. Negara-negara kompetitor, terutama Ekuador dan India, mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif karena efisiensi produksi yang lebih tinggi dan skala ekonomi yang lebih besar. Dalam kondisi pasar yang oversupply, persaingan harga yang ketat ini menekan marjin keuntungan eksportir Indonesia dan mengancam keberlanjutan industri dalam jangka panjang.

2. Hambatan Non-Tarif dan Standar Mutu yang Ketat

   China menerapkan standar keamanan pangan yang semakin ketat untuk produk impor, termasuk udang. General Administration of Customs of China (GACC) memberlakukan persyaratan registrasi bagi seluruh fasilitas pengolahan seafood yang mengekspor ke China, lengkap dengan audit dan inspeksi berkala (GACC, 2023). Prosedur registrasi yang kompleks dan biaya compliance yang tinggi menjadi hambatan bagi eksportir Indonesia, terutama pelaku usaha skala kecil dan menengah.

   Selain persyaratan registrasi, China juga menerapkan pengawasan ketat terhadap residu antibiotik, logam berat, dan kontaminan lainnya dalam produk perikanan impor. Beberapa kasus penolakan produk udang Indonesia di pelabuhan China akibat terdeteksinya residu antibiotik yang melebihi ambang batas telah menimbulkan kekhawatiran serius bagi eksportir (Hasyim, 2022). Insiden-insiden penolakan ini tidak hanya menimbulkan kerugian finansial langsung, tetapi juga berdampak pada reputasi udang Indonesia di pasar internasional.

3. Fluktuasi Nilai Tukar dan Ketidakpastian Ekonomi Global

   Volatilitas nilai tukar Rupiah terhadap Dollar AS dan Yuan China merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi daya saing harga ekspor udang Indonesia. Depresiasi Rupiah secara teoretis dapat meningkatkan daya saing harga produk ekspor, namun di sisi lain juga meningkatkan biaya impor input produksi seperti pakan, benih, dan obat-obatan yang sebagian besar masih bergantung pada impor (Dewi & Hartono, 2020). Ketidakpastian nilai tukar mempersulit perencanaan bisnis dan kalkulasi harga jual yang kompetitif.

Faktor-Faktor Penentu Daya Saing Ekspor Udang Indonesia

Untuk memahami posisi daya saing Indonesia secara lebih komprehensif, analisis terhadap faktor-faktor determinan menjadi sangat penting. Berdasarkan kerangka diamond model Porter yang diadaptasi untuk konteks perdagangan internasional, terdapat beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kemampuan Indonesia bersaing di pasar udang global. Berikut penjelasannya:

1. Kondisi Faktor Produksi

   Indonesia dianugerahi faktor-faktor produksi dasar yang mendukung industri udang, namun masih menghadapi keterbatasan dalam faktor-faktor produksi lanjutan. Ketersediaan tenaga kerja yang melimpah dengan upah yang kompetitif merupakan keunggulan, tetapi kualitas sumber daya manusia di sektor akuakultur masih perlu ditingkatkan (Sugiyanto, 2019). Keterbatasan tenaga ahli dalam bidang budidaya intensif, pengolahan pasca panen, dan manajemen mutu menjadi hambatan dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.
2. Kondisi Permintaan Domestik

   Pasar domestik yang besar dan terus berkembang memberikan fondasi yang kuat bagi industri udang Indonesia. Peningkatan konsumsi udang domestik mendorong industri untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperbaiki kualitas produk. Namun demikian, karakteristik permintaan domestik yang cenderung kurang demanding terhadap standar kualitas dapat menjadi pedang bermata dua—di satu sisi memberikan fleksibilitas bagi produsen, di sisi lain kurang mendorong inovasi dan peningkatan standar yang diperlukan untuk bersaing di pasar ekspor premium.
3. Industri Terkait dan Pendukung

   Kekuatan klaster industri merupakan determinan penting dalam daya saing. Indonesia masih menghadapi tantangan dalam membangun klaster industri udang yang terintegrasi dan efisien. Ketergantungan pada impor untuk input-input penting seperti pakan berkualitas tinggi, benih unggul, dan probiotik mengindikasikan kelemahan dalam industri pendukung domestik (Nurhadi & Wibowo, 2021). Pengembangan industri hulu yang kuat akan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing dalam jangka panjang.

Strategi Penguatan Daya Saing Ekspor Udang Indonesia

Berdasarkan analisis peluang, ancaman, dan faktor-faktor penentu daya saing yang telah diuraikan, berikut dapat dirumuskan beberapa strategi untuk memperkuat posisi ekspor udang Indonesia di pasar China:

1. Peningkatan Kualitas dan Konsistensi Produk

   Investasi dalam teknologi budidaya modern dan penerapan praktik manajemen mutu yang ketat merupakan prasyarat untuk menembus pasar premium China. Adopsi sistem budidaya superintensif dengan kontrol lingkungan yang baik dapat meningkatkan produktivitas sekaligus menjamin kualitas produk yang konsisten (Boyd et al., 2020). Pelatihan dan sertifikasi bagi pembudidaya tentang Good Aquaculture Practices (GAP) perlu ditingkatkan untuk memastikan keseragaman standar di tingkat hulu.

   Penguatan sistem traceability dari tambak hingga ke konsumen akhir menjadi semakin penting untuk memenuhi tuntutan pasar internasional. Teknologi blockchain dan IoT (Internet of Things) dapat dimanfaatkan untuk membangun sistem pelacakan yang transparan dan dapat dipercaya (World Economic Forum, 2021). Transparansi dalam rantai pasok akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses ke segmen pasar premium yang lebih menguntungkan.
2. Diversifikasi Produk dan Pengembangan Nilai Tambah

   Ketergantungan pada ekspor udang beku dalam bentuk mentah perlu dikurangi dengan mengembangkan kapasitas pengolahan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi. Produk olahan seperti udang kupas, udang butterfly, dan ready-to-cook products memiliki

marjin keuntungan yang lebih tinggi dan permintaan yang terus meningkat di pasar China (Pranoto & Lestari, 2020). Investasi dalam fasilitas pengolahan modern dan pengembangan produk baru harus menjadi prioritas.

Diversifikasi juga dapat dilakukan dalam hal spesies udang yang dibudidayakan. Selain udang vaname yang sudah menjadi komoditas utama, pengembangan budidaya udang spesifik untuk segmen pasar tertentu dapat menjadi strategi diferensiasi yang efektif. Udang organik dan udang premium dengan atribut khusus dapat menargetkan segmen konsumen kelas atas di China yang bersedia membayar harga premium untuk kualitas superior.

3. Penguatan Diplomasi Perdagangan dan Akses Pasar

   Pemerintah Indonesia perlu lebih proaktif dalam melakukan negosiasi perdagangan bilateral dengan China untuk mengatasi hambatan-hambatan non-tarif yang menghambat ekspor. Dialog reguler antara otoritas keamanan pangan kedua negara diperlukan untuk membahas isu-isu teknis terkait standar dan prosedur impor (Kusnadi, 2021). Harmonisasi standar dan mutual recognition agreement dapat memfasilitasi arus perdagangan yang lebih lancar.

   Penguatan jaringan promosi dan pemasaran di China juga sangat diperlukan. Partisipasi aktif dalam pameran-pameran seafood internasional seperti China Fisheries and Seafood Expo, serta pembukaan trade office atau showroom di kota-kota utama China, dapat meningkatkan visibilitas dan membangun hubungan dengan importir dan distributor lokal. Kampanye pemasaran yang menonjolkan keunggulan udang Indonesia perlu dirancang untuk membangun brand awareness di kalangan konsumen China.

4. Penguatan Kelembagaan dan Koordinasi Stakeholder

   Fragmentasi dalam industri udang Indonesia memerlukan upaya konsolidasi dan penguatan kelembagaan. Pembentukan asosiasi atau konsorsium eksportir udang yang kuat dapat meningkatkan posisi tawar dalam negosiasi dengan pembeli dan memfasilitasi standarisasi kualitas (Wibisono & Sari, 2020). Koordinasi yang erat antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan lembaga penelitian diperlukan untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi pengembangan industri yang komprehensif.

KESIMPULAN

Pasar udang China menawarkan peluang yang sangat besar bagi Indonesia, didorong oleh pertumbuhan permintaan yang pesat seiring dengan ekspansi kelas menengah dan perubahan pola konsumsi. Kerangka kerja sama perdagangan regional seperti RCEP dan ACFTA memberikan keuntungan akses pasar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekspor. Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif berupa ketersediaan lahan, iklim yang mendukung, dan diversitas spesies udang yang dapat menjadi fondasi pengembangan industri.

Ancaman utama yang dihadapi Indonesia meliputi persaingan yang semakin ketat dari negara-negara kompetitor seperti Ekuador, India, dan Vietnam yang memiliki keunggulan dalam hal efisiensi produksi dan penetrasi pasar. Hambatan non-tarif berupa standar mutu dan keamanan pangan yang ketat dari China, fluktuasi nilai tukar, serta tuntutan pasar terhadap praktik budidaya berkelanjutan merupakan tantangan yang harus diatasi.

Posisi daya saing Indonesia di pasar udang China masih relatif lemah dibandingkan kompetitor utama, tercermin dari pangsa pasar yang rendah. Kelemahan struktural seperti fragmentasi industri, keterbatasan infrastruktur, dan inkonsistensi kualitas produk menjadi faktor penghambat yang perlu dibenahi secara sistematis.

Penguatan daya saing ekspor udang Indonesia ke China memerlukan pendekatan multidimensi yang mencakup peningkatan kualitas dan konsistensi produk, diversifikasi ke produk bernilai tambah, penguatan diplomasi perdagangan, serta konsolidasi kelembagaan industri.

DAFTAR PUSTAKA

Alibaba Research. (2022). *Cross-Border E-Commerce Trends in Fresh Seafood Trade*. Alibaba Group.

Anisa, S., & Aviny, E. Y. (2024). Daya Saing Ekspor Udang Beku Indonesia dan Negara Kompetitor Utama di Tiga Negara Tujuan Ekspor. *Repository IPB University*.

ASEAN Secretariat. (2022). *Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) Agreement: Legal Text*. ASEAN.

Bonilla-Jaime, H., Soto-Zarazúa, G. M., & Guevara-González, R. G. (2022). Aquaculture in Latin America and the Caribbean: A Review of Current Status and Future Perspectives. *Reviews in Fisheries Science & Aquaculture*, 30(2), 189-212.

Boyd, C. E., D'Abramo, L. R., Glencross, B. D., Huyben, D. C., Juarez, L. M., Lockwood, G. S., ... & Valenti, W. C. (2020). Achieving Sustainable Aquaculture: Historical and Current Perspectives and Future Needs and Challenges. *Journal of the World Aquaculture Society*, 51(3), 578-633.

China Fisheries Association. (2023). *China Seafood Market Report 2022*. CFA Publications.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Dewi, L. A., & Hartono, B. (2020). Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Ekspor terhadap Volume Ekspor Perikanan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Maritim*, 12(4), 112-120.

FAO. (2022). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2022: Towards Blue Transformation*. Rome: Food and Agriculture Organization.

GACC. (2023). *Import and Export Food Safety Regulations*. General Administration of Customs of the People's Republic of China.

Hasyim, A. (2022). Analisis Hambatan Nontarif dalam Ekspor Hasil Perikanan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Maritim*, 8(3), 110-119.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). *Laporan Kinerja Ekspor Perikanan Tahun 2022*. Jakarta: KKP RI.

Kusnadi, A. (2021). Peran Perjanjian Perdagangan Bilateral Indonesia-Jepang terhadap Ekspor Sektor Perikanan. *Jurnal Hubungan Internasional dan Ekonomi Global*, 7(2), 89-98.

Kusuma, F. E. P., & Sari, L. K. (2021). Analisis Daya Saing Ekspor Udang Indonesia ke Delapan Negara Tujuan Terbesar Tahun 2000-2019. *Seminar Nasional Official Statistics*, 695-706.

Marine Stewardship Council. (2022). *Global Seafood Sustainability Report*. MSC.

Mashari, S., Nurmalina, R., & Suharno. (2019). Dinamika Daya Saing Ekspor Udang Beku dan Olahan Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(1), 37-52.

McKinsey Global Institute. (2021). *China Consumer Report 2021: Understanding Chinese Consumers*. McKinsey & Company.

Mitayani, R. (2018). Analisis Permintaan Udang Indonesia di Negara Tujuan Ekspor. *Jurnal Ekonomi Perikanan*, 6(2), 78-92.

Nurhadi, F., & Wibowo, S. (2021). Analisis SWOT Ekspor Hasil Perikanan Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Perikanan*, 5(2), 45-56.

Porter, M. E. (2020). *The Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Pranoto, Y., & Lestari, R. (2020). Standar Mutu Hasil Perikanan Ekspor: Tantangan dan Strategi Indonesia. *Jurnal Teknologi Perikanan*, 10(1), 15-23.

Sugiyanto, D. (2019). Strategi Penguatan Daya Saing Produk Perikanan Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 14(2), 75-85.

UN Comtrade. (2023). *International Trade Statistics Database*. United Nations.

Wibisono, A., & Sari, N. (2020). Perbandingan Ekspor Produk Perikanan Indonesia dan Vietnam ke Jepang. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 6(1), 34-49.

World Bank. (2022). *Indonesia Economic Prospects: Financial Deepening for Stronger Growth*. Washington, DC: World Bank.
World Economic Forum. (2021). *Traceability in Seafood Value Chains*. WEF.