

Dominasi Dan Daya Saing Ekspor Udang Indonesia Ke Jepang Analisis Berbasis Data Perdagangan Perikanan Asia 2025

Mildawati¹

¹Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juli 2, 2026

Revised Juli 2, 2026

Accepted Juli 3, 2026

Kata Kunci:

Ekspor Udang,
Jepang,
Perdagangan Internasional,
Daya Saing,
Perikanan

Keywords:

*Shrimp Exports,
Japan,
International Trade,
Competitiveness,
Fisheries*

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu eksportir utama komoditas udang di kawasan Asia. Jepang menjadi pasar strategis dengan nilai impor yang tinggi dibanding negara lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi Jepang sebagai tujuan utama ekspor udang Indonesia berdasarkan data tahun 2025 serta mengkaji daya saing dan tantangan yang dihadapi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan data sekunder dari KKP dan jurnal ilmiah. Hasil menunjukkan bahwa Jepang memiliki nilai ekspor tertinggi dibanding negara Asia lainnya, namun Indonesia tetap menghadapi tantangan dalam bentuk standar kualitas dan persaingan global.

ABSTRACT

Indonesia is a major shrimp exporter in Asia. Japan is a strategic market with a high import value compared to other countries. This study aims to analyze Japan's position as a primary destination for Indonesian shrimp exports based on 2025 data and to examine its competitiveness and the challenges it faces. The method used is descriptive qualitative, using secondary data from the Ministry of Marine Affairs and Fisheries (KKP) and scientific journals. The results show that Japan has the highest export value compared to other Asian countries, but Indonesia still faces challenges in terms of quality standards and global competition.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Mildawati
Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa,
Jawa Barat, Indonesia
Email: mildawita1639@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Sektor perikanan Indonesia memiliki peran strategis dalam perdagangan internasional, terutama melalui ekspor komoditas unggulan seperti udang. Udang menjadi salah satu penyumbang terbesar devisa negara dari sektor perikanan, dengan permintaan yang terus meningkat di pasar global, khususnya di kawasan Asia dan Amerika (FAO, 2022). Dalam konteks ini, Jepang menempati posisi penting sebagai salah satu negara tujuan ekspor utama Indonesia, dengan karakteristik pasar yang menuntut kualitas tinggi dan konsistensi pasokan.

Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan [1], Jepang merupakan salah satu importir utama udang Indonesia dengan nilai perdagangan yang signifikan. Tingginya permintaan dari Jepang tidak terlepas dari preferensi konsumen terhadap produk perikanan berkualitas serta hubungan perdagangan bilateral yang telah berlangsung lama. Namun, tingginya nilai ekspor tersebut tidak serta-merta mencerminkan keunggulan daya saing yang optimal, karena Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis.

Dalam perspektif teori perdagangan internasional, daya saing suatu negara ditentukan oleh efisiensi produksi, kualitas produk, serta kemampuan memenuhi standar pasar internasional [2]. Dalam praktiknya, ekspor udang Indonesia masih menghadapi hambatan berupa standar kualitas yang ketat, regulasi non-tarif, serta persaingan dari negara lain seperti Vietnam dan India yang memiliki keunggulan dalam efisiensi produksi dan teknologi budidaya [3]. Selain itu, isu keberlanjutan dan traceability juga menjadi perhatian utama di pasar global, termasuk Jepang [4].

Lebih lanjut, hambatan non-tarif seperti sanitary and phytosanitary measures (SPS) seringkali menjadi tantangan utama bagi negara berkembang dalam menembus pasar internasional [5]. Hal ini menuntut Indonesia untuk tidak hanya meningkatkan volume ekspor, tetapi juga memperbaiki kualitas, sistem pengawasan, serta standar produksi agar sesuai dengan ketentuan internasional. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi Jepang sebagai pasar utama ekspor udang Indonesia serta mengkaji tingkat daya saing dan tantangan yang dihadapi dalam perdagangan internasional. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi peningkatan kinerja ekspor sektor perikanan Indonesia

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai dinamika ekspor udang Indonesia ke pasar internasional, khususnya negara-negara di kawasan Asia. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena secara mendalam berdasarkan data dan literatur yang relevan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari berbagai sumber terpercaya, seperti laporan resmi Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) tahun 2025, serta publikasi dari lembaga internasional dan nasional yang berkaitan dengan sektor perikanan. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah nasional dan internasional untuk memperkuat landasan teoritis dan analisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perdagangan Indonesia Dan Jepang Di Sektor Perikanan

Tabel 1. Data Ekspor Komoditas Udang ke beberapa Negara Asia tahun 2025

Negara Tujuan	Komoditas	Tahun	Volume (TON)	Nilai (USD)
Taiwan	Udang	2025	209,331	1.817.512.638
China	Udang	2025	1.205,525	9.612.827.571
Thailand	Udang	2025	72,406	102.012
Malaysia	Udang	2025	909,520	1.680.166.569
Singapore	Udang	2025	55,880	1.807.966.976
Japan	Udang	2025	2.463.919,331	22.538.686.243

Sumber : Portaldata Kementerian Kelautan dan Perikanan (2025)

Berdasarkan data pada tabel ekspor perikanan Indonesia tahun 2025, Jepang menempati posisi yang sangat strategis sebagai negara tujuan ekspor udang Indonesia. Hal ini dapat dianalisis dari beberapa aspek utama. Jepang mencatat nilai ekspor sebesar USD 22,53 miliar, yang merupakan yang tertinggi dibandingkan negara lain seperti China, Taiwan, dan Malaysia. Tingginya nilai ini menunjukkan bahwa Jepang bukan hanya pasar besar, tetapi juga pasar dengan *willingness to pay* yang tinggi terhadap produk perikanan berkualitas.

Menurut FAO [6] dan OECD Fisheries Review (2023), Jepang merupakan salah satu importir utama seafood dunia dengan standar kualitas tinggi, sehingga harga produk yang masuk ke pasar Jepang cenderung lebih mahal dibanding negara lain. Volume ekspor ke Jepang juga tercatat paling besar yang menunjukkan tingginya permintaan domestik Jepang terhadap udang. Berdasarkan berbagai studi terdahulu, Indonesia mampu mempertahankan pangsa pasar yang cukup stabil meskipun menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penelitian oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) serta data perdagangan internasional menunjukkan bahwa udang menjadi salah satu komoditas unggulan dalam ekspor perikanan Indonesia ke Jepang, dengan kontribusi yang signifikan terhadap total ekspor sektor tersebut.

Dominasi Indonesia di pasar Jepang sebagian besar ditopang oleh keunggulan sumber daya alam yang melimpah serta kemampuan produksi yang relatif stabil sepanjang tahun. Kondisi geografis Indonesia yang berada di wilayah tropis memungkinkan kegiatan budidaya udang dilakukan secara kontinu, berbeda dengan beberapa negara pesaing yang memiliki keterbatasan musim. Selain itu, keberagaman jenis udang yang dihasilkan, seperti udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) dan udang windu (*Penaeus monodon*), memberikan fleksibilitas dalam memenuhi preferensi pasar Jepang yang cukup beragam. Ketergantungan Jepang pada impor seafood akibat keterbatasan sumber daya perikanan domestik. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Anderson & Valderrama [7] yang menyatakan bahwa Jepang adalah negara dengan konsumsi seafood per kapita tinggi, namun produksi dalam negeri terbatas. Jepang dikenal sebagai high-quality market dengan karakteristik:

1. Standar keamanan pangan ketat (food safety & traceability)
2. Preferensi terhadap produk segar dan berkualitas tinggi
3. Sertifikasi seperti HACCP dan eco-label menjadi syarat utama

Menurut jurnal “Seafood Trade and Market Access in Japan” [8], eksportir yang mampu memenuhi standar Jepang akan memperoleh margin keuntungan lebih tinggi dibanding pasar lain.

3.1.1 Analisis Daya Saing Ekspor Udang Indonesia Ke Jepang

Daya saing ekspor udang Indonesia ke pasar Jepang menunjukkan kombinasi antara keunggulan komparatif yang kuat dan tantangan kompetitif yang masih perlu dibenahi. Secara komparatif, Indonesia memiliki potensi besar sebagai produsen udang dunia dengan dukungan sumber daya alam yang melimpah, terutama garis pantai yang mencapai lebih dari 108.000 km dan kondisi iklim tropis yang memungkinkan produksi sepanjang tahun. Berdasarkan laporan FAO (2022), Indonesia berkontribusi sekitar 8–10% dari total produksi udang global, menempatkannya sebagai salah satu pemain utama di pasar internasional. Keunggulan ini diperkuat oleh struktur biaya produksi yang relatif rendah, di mana biaya tenaga kerja di Indonesia tercatat 30–50% lebih murah dibandingkan negara maju [9], sehingga memberikan keunggulan harga dalam ekspor. Jika dikaitkan dengan data tahun 2025 dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), posisi Jepang sebagai pasar utama terlihat sangat dominan. Nilai ekspor udang Indonesia ke Jepang mencapai sekitar USD 22,53 miliar dengan volume ekspor sekitar 2,46 juta ton, jauh melampaui negara tujuan lain seperti China (USD 9,61 miliar) dan Taiwan (USD 1,81 miliar).

Namun demikian, keunggulan komparatif tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan keunggulan kompetitif yang optimal. Dalam perspektif Porter’s Diamond Model (1990), Indonesia masih menghadapi keterbatasan pada aspek teknologi dan efisiensi produksi. Produktivitas tambak udang Indonesia rata-rata berada pada kisaran 5–10 ton per hektar, sementara negara pesaing seperti Vietnam mampu mencapai 15–20 ton per hektar melalui penerapan teknologi intensif dan sistem budidaya modern (Tran et al., 2022). Kesenjangan produktivitas ini berdampak pada biaya produksi per unit yang pada akhirnya mempengaruhi daya saing harga dan konsistensi pasokan di pasar Jepang.

Dari sisi permintaan, Jepang merupakan pasar dengan standar yang sangat tinggi (high demanding market), terutama dalam hal kualitas produk, traceability, dan keamanan pangan. Konsumsi seafood Jepang mencapai sekitar 45–50 kg per kapita per tahun, dengan total impor lebih dari 2 juta ton per tahun (FAO, 2022). Tingginya standar ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia. Di satu sisi, eksportir yang mampu memenuhi standar Jepang dapat memperoleh harga premium, namun di sisi lain, masih banyak pelaku usaha perikanan di Indonesia yang belum mampu memenuhi standar internasional seperti HACCP dan batas residu antibiotik secara konsisten.

Lebih jauh lagi, dalam perspektif Global Value Chain (GVC), struktur ekspor udang Indonesia masih didominasi oleh produk mentah atau setengah jadi seperti udang beku, yang memiliki nilai tambah relatif rendah. Padahal, menurut Gereffi & Fernandez-Stark [10], nilai tambah terbesar dalam rantai global justru berada pada tahap pengolahan dan distribusi. Negara seperti Vietnam telah mampu melakukan upgrading dengan mengeksport produk olahan seperti ready-to-eat shrimp, yang memiliki margin keuntungan 20–30% lebih tinggi dibandingkan produk mentah (Bush et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun volume ekspor Indonesia ke Jepang pada tahun 2025 sangat besar, potensi peningkatan nilai tambah masih belum dimaksimalkan.

Selain itu, terdapat beberapa kendala struktural yang mempengaruhi daya saing Indonesia, seperti keterbatasan infrastruktur rantai dingin (cold chain), biaya logistik yang relatif tinggi, serta inkonsistensi kualitas produksi. Biaya logistik di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 23% dari total biaya produksi, lebih tinggi dibandingkan rata-rata negara ASEAN lainnya yang berada pada kisaran 15–18% (OECD, 2023). Kondisi ini menyebabkan harga akhir produk Indonesia menjadi kurang kompetitif dibandingkan negara pesaing. Di sisi lain, ketergantungan yang tinggi terhadap pasar Jepang juga menimbulkan risiko apabila terjadi perubahan kebijakan impor atau fluktuasi permintaan di negara tersebut.

Secara keseluruhan, data tahun 2025 menegaskan bahwa Jepang merupakan pasar utama dan strategis bagi ekspor udang Indonesia dengan nilai dan volume yang sangat signifikan. Namun, untuk

mempertahankan dan meningkatkan posisi tersebut, Indonesia perlu melakukan transformasi dari sekadar mengandalkan keunggulan komparatif menuju penguatan keunggulan kompetitif melalui inovasi teknologi, peningkatan kualitas, efisiensi rantai pasok, serta pengembangan produk bernilai tambah tinggi. Tanpa langkah tersebut, dominasi volume ekspor yang besar berisiko tidak diikuti oleh optimalisasi manfaat ekonomi yang maksimal.

4. KESIMPULAN

Jepang merupakan pasar utama dan paling strategis bagi ekspor udang Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan capaian nilai ekspor sebesar USD 22,53 miliar dan volume ekspor mencapai 2,46 juta ton, yang secara signifikan melampaui negara tujuan ekspor lain seperti China dan Taiwan. Posisi ini menegaskan bahwa Jepang bukan hanya pasar dengan volume besar, tetapi juga memiliki willingness to pay yang tinggi terhadap produk perikanan berkualitas. Meskipun demikian, dominasi Indonesia di pasar Jepang saat ini masih bertumpu pada keunggulan komparatif berupa sumber daya alam yang melimpah, iklim tropis yang mendukung produksi sepanjang tahun, serta biaya tenaga kerja yang relatif rendah. Keunggulan komparatif tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan keunggulan kompetitif yang optimal. Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural, antara lain produktivitas tambak yang lebih rendah dibandingkan negara pesaing seperti Vietnam, standar kualitas dan keamanan pangan Jepang yang sangat ketat, serta struktur ekspor yang masih didominasi produk mentah dengan nilai tambah rendah.

Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing ekspor udang Indonesia ke Jepang, diperlukan transformasi dari pengandalan keunggulan komparatif menuju penguatan keunggulan kompetitif. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui inovasi teknologi budidaya, penerapan standar internasional secara konsisten, efisiensi rantai pasok dan logistik, serta pengembangan produk olahan bernilai tambah tinggi. Tanpa adanya langkah strategis tersebut, dominasi volume ekspor yang besar berisiko tidak diikuti dengan optimalisasi manfaat ekonomi yang maksimal bagi Indonesia.

REFERENSI

- [1] Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2025). *Data ekspor hasil perikanan Indonesia tahun 2025*.
- [2] Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- [3] Tran, N., Bailey, C., Wilson, N., & Phillips, M. (2020). Seafood supply chains and competitiveness in Asia. *Aquaculture Economics & Management*, 24(2), 123–140. <https://doi.org/10.1080/13657305.2020.1721578>
- [4] Bush, S. R., Oosterveer, P., Bailey, M., & Mol, A. P. J. (2019). Sustainability governance of seafood value chains. *Journal of Cleaner Production*, 107, 495–505. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.040>
- [5] Henson, S., & Jaffee, S. (2008). Understanding developing country responses to food safety standards. *The World Economy*, 31(4), 548–568. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2007.01034.x>
- [6] Food and Agriculture Organization. (2022). *The state of world fisheries and aquaculture 2022*. FAO.
- [7] Anderson, J. L., & Valderrama, D. (2019). Global seafood consumption patterns and market dynamics. *Journal of Fisheries Economics*, 11(2), 45–60.
- [8] Yamazaki, S. (2021). Seafood trade and market access in Japan. *Marine Policy*, 134, 104812. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104812>
- [9] Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD review of fisheries 2023: Policies and summary statistics*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/fish-2023-en>
- [10] Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). *Global value chain analysis: A primer* (2nd ed.). Duke University.