

Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Olah Indonesia di Pasar Internasional

Competitiveness Improvement Strategy of Indonesia Processed Tuna in the International Market

Wiji Lestari¹, Rizal Syarif² dan Komar Sumantadinata³

¹ Ditjen P2HP, Kementerian Kelautan dan Perikanan

Gd. Mina Bahari III Lt. 3 Jl. Medan Merdeka Timur No. 16, Jakarta Pusat 10110

² Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

³ Departemen Budidaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor
Jl. Agatis, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

ABSTRAK

Tuna Indonesia sebagian besar diekspor dalam segar dan beku (55%), dan 45% di tuna olahan. Oleh karena itu diperlukan untuk mempelajari daya saing tuna. Metode yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM). Pada tahun 2006-2010, Indonesia memiliki indeks RCA tuna segar 4,56-8,18, tuna beku 0,49-1,43 dan proses ikan tuna 1,25-2,68. Berdasarkan analisis profil kompetitif, tiga faktor produksi dan pemasaran sangat berpengaruh terhadap daya saing ikan tuna yaitu (1) mutu ikan tuna yang dihasilkan diproses dengan berat 0,143, (2) tarif dan non tarif dengan berat 0,114 dan (3) pengembangan dan pasar promosi dengan berat 0,110. Faktor-faktor manusia dan kelembagaan, faktor yang memiliki peranan penting dalam peningkatan daya saing adalah (1) Peran Pemerintah dalam pengembangan industri pengolahan tuna dengan berat 0,147, (2) Ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang mampu menangani mutu dengan bobot 0,135, dan (3) peran pemerintah dalam pencegahan dan penanganan *illegal fishing* berat 0,130. Berdasarkan analisis RCA dan analisis matriks profil kompetitif strategi prioritas yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing tuna Indonesia yang diproses dengan faktor-faktor produksi dan pemasaran seperti (1) Meningkatkan mutu olahan tuna Indonesia, (2) Mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tarif, (3) meningkatkan pengembangan pasar dan pengetahuan promosi; Prioritas strategik untuk faktor-faktor manusia dan kelembagaan adalah (1) Meningkatkan Peran Pemerintah dalam pengembangan industri pengolahan tuna, (2) Meningkatkan kapasitas SDM yang mampu menangani mutu, (3) pemberantasan dan pengendalian *illegal fishing*.

Kata Kunci: RCA, CPM, illegal fishing

ABSTRACT

Tuna Indonesia mostly exported in fresh and frozen (55%), and 45% in processed tuna. It is therefore necessary to study the competitiveness of processed tuna. The method used is the Revealed Comparative Advantage (RCA) and the analysis of the *Competitive Profile Matrix* (CPM) Analysis. In the year 2006 to 2010, Indonesia has a fresh tuna RCA index between 4.56 to 8.18, tuna frozen at 0.49 to 1.43 and processed tuna fish ranged from 1.25 to 2.68. Based on the analysis of the competitive profile, three factors of production and marketing of highly influential on the competitiveness of tuna fish are (1) the quality of the resulting processed tuna fish with a weight of 0.143, (2) tariff and non tariff barriers with a weight of 0.114, and (3) Development and Promotion Intelligence market with the weight of 0.110. As for the human and institutional factors, factors which have an important role in increasing competitiveness is (1) The Role of Government in the development of the tuna processing industry with a weight of 0.147, (2) Availability of human resources capable of handling quality with weights 0.135, and (3) the role of government in the prevention and handling of illegal fishing by weight of 0.130. Based on the analysis of RCA analysis and matrix analysis of the competitive profiles of priority strategies that can be done to improve the competitiveness of Indonesia's processed tuna to the factors of production and marketing are as follows (1) Improve the quality of processed tuna Indonesia; (2) Encourage overcome tariff and non tariff barriers; (3) enhance market development and promotion Intelligence. The strategic priorities for the human and institutional factors are (1) Increase the Role of Government in the development of the tuna processing industry, (2) Improving the human resources capable of handling quality, (3) Eradication and control of illegal fishing.

Key word: RCA, CPM, illegal fishing

^{*)} Korespondensi:

Gd. Mina Bahari III Lt. 3 Jl. Medan Merdeka Timur No. 16, Jakarta Pusat 10110; e-mail: wlestari10@gmail.com

PENDAHULUAN

Ikan tuna termasuk dalam keluarga *scombroidea* yang tergolong ikan perenang cepat, bertubuh seperti cerutu dengan kondisi badan yang kuat dan kekar. Memiliki dua sirip punggung, sirip depan biasanya pendek dan terpisah dari sirip belakang, pada bagian punggung berwarna biru kehitaman dan berwarna keputih-putihan pada bagian perut. Ikan ini termasuk ke dalam kelompok ikan pelagis besar dan sebagian besar memiliki jari-jari sirip tambahan (finlet) di belakang punggung dan dubur berwarna kuning cerah dengan pinggiran berwarna gelap. Sirip dada terletak agak ke atas, sirip perut kecil, sirip ekor bercagak agak ke dalam dengan jari-jari penyokong menutup seluruh hipural. Sirip-sirip punggung, dubur, perut dan dada pada pangkalnya mempunyai lekukan pada tubuh (DKP, 2009).

Volume ekspor tuna Indonesia periode tahun 2006-2009 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2010 volume ekspor tuna Indonesia mengalami penurunan 7%. Hampir 60% ekspor ikan tuna Indonesia dalam bentuk ikan segar dan beku. Negara tujuan ekspor tuna segar adalah Jepang yang mencapai hampir 80% dari total ekspor tuna segar, kemudian disusul Amerika Serikat, Belanda dan Yemen. Negara pesaing Indonesia untuk produk tuna segar adalah Kroasia, Malta, Tunisia, Turki, Australia, Spanyol, Jepang USA dan Equador (www.uncomtrade, 2011).

Sebagian besar produksi ikan tuna Indonesia di ekspor ke beberapa negara tujuan seperti Jepang, Uni Eropa dan Amerika. Permintaan tuna di Jepang dan Amerika Serikat dari tahun ke tahun tidak pernah mengalami penurunan. Pasar Jepang lebih memilih *fresh* tuna karena cocok untuk digunakan sebagai bahan baku pembuatan Sashimi yang digemari oleh konsumen Jepang. Sementara itu, konsumen tuna di Amerika Serikat lebih suka makan *sandwich* sehingga pasar tuna Amerika lebih banyak mengimpor tuna *frozen*.

Ekspor tuna olahan memberikan nilai tambah dan mendorong tumbuhnya industri pengolahan ikan di dalam negeri, maka perlu dilakukan upaya meningkatkan nilai tambah ekspor ikan tuna. Dukungan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan industri pengolahan tuna ini sangat diperlukan, sehingga ekspor tuna olahan akan meningkat dan pada akhirnya akan meningkatkan devisa negara.

Nilai ekspor ikan tuna tersebut masih dapat ditingkatkan dengan jalan meningkatkan daya saing produk tuna Indonesia, khususnya tuna olahan. Untuk meningkatkan daya saing tuna olahan Indonesia di pasar dunia, maka perlu *political will* pemerintah untuk mendukung industrialisasi tuna, sehingga daya saing tuna dapat ditingkatkan.

Mengingat permasalahan di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menjawab

bagaimana daya saing tuna olahan Indonesia di pasar dunia dan bagaimana strategi pengembangan industri tuna Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah ekspor tuna olahan. Guna memberikan gambaran bagaimana daya saing tuna olahan Indonesia di pasar internasional dibandingkan dengan negara-negara pesaing Indonesia dan bagaimana strategi peningkatan daya saing tuna Indonesia, maka dilakukan penelitian.

Tujuan penelitian ini: (1) mengetahui daya saing produk ikan tuna olahan dibandingkan dengan ikan tuna segar dan beku di pasar internasional dan dibandingkan dengan negara-negara pesaing, (2) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing industri pengolahan ikan tuna, (3) merumuskan prioritas strategi pengembangan industri tuna Indonesia untuk meningkatkan daya saing tuna olahan di pasar Internasional.

METODOLOGI

Daya saing di antara negara-negara negara-negara eksportir dapat dihitung dengan menggunakan Indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Indeks ini menunjukkan keunggulan komparatif, atau daya saing ekspor suatu komoditas dari suatu negara. RCA adalah perbandingan pangsa ekspor suatu komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia.

Faktor yang digunakan adalah faktor-faktor yang memengaruhi daya saing ikan tuna Indonesia di pasar internasional. Berbeda dengan analisis RCA, dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing, maka nilai-nilai dari faktor dari negara-negara yang berada pada level sama dan memiliki persaingan dengan Indonesia pada industri ikan tuna akan dapat diketahui.

Faktor-faktor yang memengaruhi daya saing yang akan dianalisis adalah faktor sumber daya, faktor mutu, faktor harga, faktor SDM, regulasi/kebijakan pemerintah, faktor hambatan perdagangan dan faktor pengembangan informasi dan promosi.

Tahapan yang akan dilakukan adalah:

a. Penentuan Bobot

Penentuan bobot dilakukan dengan cara mengajukan faktor-faktor kekuatan bersaing kepada pakar yang telah dipilih menjadi responden, pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode "*Paired Comparison*". Pembobotan ini akan memberikan gambaran tingkat kepentingan faktor-faktor yang dianalisis, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan alternatif strategi peningkatan daya saing industri ikan tuna.

b. Penentuan Ranking

Tiap-tiap faktor untuk masing-masing negara diberikan nilai rating yang mempunyai

skala antara 1 (*poor*) untuk negara yang sangat lemah posisinya untuk faktor tertentu dibandingkan negara lain dan diberi nilai rating 4 (*outstanding*) untuk negara yang sangat baik posisinya untuk faktor tersebut dibandingkan dengan negara lain.

c. Penentuan Nilai

Nilai bobot dikalikan dengan nilai rating untuk masing-masing negara dan menghasilkan nilai bobot skor. Negara yang mempunyai total bobot skor paling tinggi mempunyai daya saing lebih tinggi secara keseluruhan dibandingkan dengan negara-negara lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran Keunggulan Daya Saing

Daya saing produk suatu negara di pasar internasional dapat diukur dari beberapa macam cara. Salah satu cara tersebut adalah dengan melihat *indeks RCA*. Indeks RCA menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing ekspor suatu komoditas dari suatu negara dengan membandingkan nilai ekspor komoditas suatu negara terhadap nilai ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Sedangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi daya saing dilakukan dengan analisis profil kompetitif.

RCA

Indeks RCA dihitung berdasarkan rumus total ekspor ikan tuna kode *Harmonized System* (HS) tertentu suatu negara pada tahun ke-t dibandingkan dengan total ekspor seluruh komoditas perikanan negara tersebut pada tahun yang sama, lalu langkah terakhir membandingkan nilai tersebut dengan nilai total ekspor ikan tuna kode HS tertentu di dunia yang dibandingkan dengan total ekspor perikanan dunia pada tahun tersebut.

Pada tahun 2006-2010 tuna segar memiliki keunggulan komparatif sangat baik dengan indeks RCA 4,56-8,18. Namun demikian, bila dibandingkan dengan negara pesaing seperti Kroasia, Malta, Tunisia dan Turki, daya saing produk ikan tuna segar Indonesia masih lebih rendah dan Indonesia hanya mampu menduduki posisi kelima. Daya saing ikan tuna segar Indonesia sangat tinggi khususnya untuk jenis ikan tuna bersirip kuning, atau *yellowfin* tunas (HS 030232), tuna *skipjack* atau *stripe-bellied bonito* (HS 030233) dan ikan tuna lainnya seperti cakalang, sirip kuning dan *albacore* (HS 030239). Indonesia tidak mengekspor ikan tuna segar dari jenis ikan tuna bermata besar, ikan tuna bersirip biru dan ikan tuna bersirip biru selatan.

Sementara itu, tuna segar Kroasia memiliki keunggulan komparatif yang lebih baik dibandingkan dengan negara pengekspor tuna segar lainnya dengan indeks RCA 38,55-72,85. Jenis tuna yang memiliki daya saing cukup tinggi di

Kroasia adalah jenis ikan tuna bermata besar (HS 030235) dan untuk jenis ini ekspor dari negara pesaing sangat kecil. Pesaing Kroasia untuk jenis ini adalah Malta, Tunisia dan Turki. Tingginya daya saing tuna segar Kroasia disebabkan merupakan komoditas utama perikanan yang diekspor dan nilai ekspor komoditas tuna segar mencapai 31% dari total ekspor perikanan Kroasia. Selain mengekspor tuna bermata besar, Kroasia juga mengekspor tuna untuk jenis tuna *albacore*, atau tuna bersirip biru panjang (HS 030231) dan ikan tuna segar lainnya seperti cakalang (HS 030239).

Seperti halnya Kroasia, pada tahun 2006-2010, ikan tuna segar Malta, Tunisia dan Turki memiliki keunggulan komparatif yang sangat baik dengan indeks RCA berturut-turut 40,79-115,35 (Malta), 19,96-48,08 (Tunisia) dan 13,05-38,79 (Turki). Jenis tuna dari ketiga negara tersebut yang memiliki keunggulan komparatif sangat tinggi adalah jenis ikan tuna bermata besar (030235).

Besar kecilnya indeks RCA suatu komoditas juga dipengaruhi oleh besarnya nilai ekspor komoditas perikanan suatu negara. Semakin besar nilai ekspor komoditas perikanan suatu negara menyebabkan semakin kecilnya nilai indeks RCA suatu komoditas. Oleh karena itu, sangat penting untuk melihat pangsa pasar suatu negara untuk melihat besarnya daya saing negara tersebut kuat atau lemah. Dilihat dari pangsa pasar ikan tuna segar di pasar internasional, Indonesia menduduki peringkat I dengan pangsa pasar 16,86% dari total ekspor dunia. Sementara itu, Malta, Spanyol, Kroasia dan Turki menduduki posisi ke 2, 3, 4, dan 5 dengan pangsa pasar berturut-turut 15,28%, 9,60%, 6,52% dan 6,25%.

Pada tahun 2005-2010, nilai indeks RCA untuk tuna beku Indonesia 0,49-1,43, sehingga untuk produk tuna beku Indonesia belum mempunyai keunggulan komparatif dibandingkan negara pengekspor lainnya, kecuali untuk tahun 2009. Pada tahun 2009, indeks RCA untuk tuna beku Indonesia mengalami peningkatan menjadi 1,43. Indonesia hanya menduduki peringkat ke-9 untuk indeks RCA di antara negara pengekspor. Pada tahun 2010, nilai ekspor tuna beku Indonesia masih lebih besar dibandingkan dengan Australia dan Kolumbia, yaitu mencapai 86.478 US\$ atau 3,11% dari total nilai ekspor produk perikanan Indonesia sebesar 2.778.800 US\$. (www.uncomtrade, 2011).

Rendahnya indeks RCA ikan tuna beku Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia tidak memiliki keunggulan komparatif untuk tuna beku, sehingga daya saingnya rendah. Hal tersebut disebabkan rendahnya nilai ekspor ikan tuna beku untuk jenis-jenis ikan tuna tertentu seperti tuna bersirip kuning, atau *yellowfin* tunas, tuna *skipjack* atau *stripe-bellied bonito* dan ikan tuna lainnya seperti cakalang, sirip kuning, *albacore* yang lebih banyak diekspor dalam bentuk segar.

Rendahnya daya saing tuna beku Indonesia juga dapat dilihat dari rendahnya penguasaan

pangsa pasar di pasar internasional. Indonesia hanya menduduki posisi ke-8 dengan pangsa pasar 5,21% dari total ekspor ikan tuna beku dunia. Seperti halnya dengan ikan tuna segar, jenis ikan tuna beku Indonesia yang diekspor adalah dari jenis tuna bersirip kuning, atau *yellowfin* tunas (HS 030232), tuna *skipjack*, atau *stripe-bellied bonito* (HS 030233) dan ikan tuna lainnya seperti cakalang, sirip kuning dan *albacore* (HS 030239).

Kolombia dan Philipina, memiliki daya saing cukup baik dengan indeks RCA pada tahun 2006 - 2010 masing-masing 8,83- 21,14 dan 2,68-5,88. Namun demikian, untuk pangsa pasar kedua negara tersebut hanya menduduki peringkat 7 dan 10 dengan pangsa pasar masing-masing 5,80% dan 3,78% dari total ekspor ikan tuna beku dunia, karena ekspor tuna beku Kolombia dan Philipina memberikan kontribusi besar terhadap total ekspor produk perikanan di kedua negara tersebut. Pada tahun 2010, ekspor tuna beku Kolombia 62.657 US\$, atau 34,77% dari total nilai ekspor produk perikanan negara tersebut (180.193 US\$). Sedangkan, nilai ekspor tuna beku Philipina 96.221 US\$, atau 13,87% dari nilai total ekspor produk perikanan negara 693.602 US\$ (www.uncomtrade, 2011).

Pada tahun 2006-2010, nilai indeks RCA ikan tuna beku untuk negara Spanyol 2,02-4,11, atau berada di urutan ke 4 di antara negara-negara pengeksport tuna beku. Namun demikian, Spanyol merupakan negara pengeksport ikan tuna beku nomor satu di dunia dengan pangsa pasar 14,18%. Nilai RCA yang lebih rendah dibandingkan dengan Kolombia, Rep. Korea dan Philipina disebabkan nilai total ekspor produk perikanan Spanyol cukup besar. Nilai ekspor produk tuna beku Spanyol pada tahun 2010 sebesar 235.193 US\$, atau 7,05 % dari nilai total ekspor produk perikanan 3.337.172 US\$. Ekspor ikan tuna beku Republik Korea menduduki peringkat ke 2 dilihat dari indeks RCA, maupun dari pangsa pasarnya. Pada tahun 2010, pangsa pasar ikan tuna beku Korea mencapai 20,47% dari total ekspor dunia.

Indeks RCA untuk tuna olahan Indonesia dari tahun 2006-2010 berkisar 1,25-2,68, sehingga dapat dikatakan bahwa ikan tuna olahan Indonesia memiliki daya saing cukup baik. Namun demikian, bila dibandingkan dengan negara-negara pesaing, keunggulan komparatif tuna olahan Indonesia masih jauh lebih rendah, karena menduduki peringkat ke 7 dilihat dari indeks RCA tuna olahan. Dari sisi penguasaan pasar dan dilihat dari besarnya nilai ekspor tuna olahan, Indonesia menduduki peringkat ke 6 dengan pangsa pasar 4,63%. Meskipun Mauritius memiliki indeks RCA paling tinggi dibanding negara pengeksport lainnya, namun dari sisi penguasaan pasar menduduki posisi ke 4. Nilai RCA yang tinggi disebabkan total nilai ekspor produk perikanan Mauritius sangat kecil, atau ekspor produk perikanan Mauritius sebagian berasal dari tuna olahan. Nilai ekspor tuna olahan Mauritius

203 ribu US\$, atau 74,76% dari total ekspor perikanan Mauritius 334 ribu US\$.

Seperti halnya Mauritius, indeks RCA untuk tuna olahan El Salvador berkisar 16,28-26,07, sehingga dapat dikatakan bahwa tuna olahan El Salvador memiliki keunggulan komparatif sangat tinggi. Namun demikian, dari sisi penguasaan pasar El Salvador hanya mampu menduduki posisi ke 10 dengan pangsa pasar 1,62. Tingginya indeks RCA tuna olahan El Salvador disebabkan oleh rendahnya total nilai ekspor perikanan negara tersebut, atau tuna olahan merupakan komoditas yang mempunyai sumbangan besar terhadap nilai ekspor perikanan El Salvador, atau 81,47% dari total ekspor produk perikanan El Salvador.

Indeks RCA tuna olahan Thailand lebih kecil dari Mauritius dan El Salvador, namun dalam hal penguasaan pasar, Thailand merupakan negara pengeksport tuna olahan terkuat di dunia. Thailand mampu menguasai pasar dunia dengan pangsa 46,75%. Strategi Thailand untuk menjadi penguasa nomor satu di dunia sangat bagus dan Thailand dengan prinsipnya sebagai *kitchen of the world*. Pangsa pasar terbesar kedua setelah Thailand adalah Spanyol dengan pangsa pasar 10,01%, kemudian diikuti oleh Ecuador, Mauritius dan Philipina dengan pangsa pasar masing masing 8,03%, 6,04% dan 5,75%.

Rendahnya indeks RCA tuna olahan Indonesia dibandingkan dengan negara pengeksport ikan tuna olahan yang disebabkan oleh rendahnya nilai ekspor tuna olahan. Rendahnya nilai RCA Indonesia disebabkan sebagian tuna tersebut diekspor dalam bentuk segar dan beku. Jaminan bahan baku terhadap industri pengolahan tuna, juga merupakan salah satu kendala ekspor tuna olahan. Berdasarkan penghitungan RCA tuna segar, tuna beku dan tuna olahan, ternyata daya saing tuna segar Indonesia masih lebih tinggi dibandingkan dengan tuna beku dan tuna olahan. Hal ini disebabkan oleh besarnya nilai ekspor tuna segar dibandingkan dengan tuna beku dan olahan. Hal tersebut berarti Indonesia masih lebih banyak mengeksport tuna segar.

Untuk produk tuna beku, meskipun masih memiliki indeks RCA lebih dari satu, artinya Indonesia mempunyai daya komparatif yang cukup baik, namun dibanding negara-negara pesaing keunggulan komparatif tuna beku Indonesia masih jauh berada di bawah. Ketersediaan dan keterjaminan bahan baku untuk pengolahan tuna juga menjadi salah satu kendala dalam peningkatan ekspor ikan tuna olahan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing tuna olahan Indonesia, perlu dilakukan analisa terhadap faktor-faktor yang memengaruhi daya saing tuna olahan di pasar internasional dan dibandingkan dengan negara-negara pesaing.

Analisis Profil Kompetitif

Analisis ini digunakan untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi daya saing ikan tuna Indonesia di pasar internasional. Berbeda dengan analisis RCA yang menganalisis daya saing berdasarkan nilai ekspor, maka analisis profil kompetitif menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing. Analisis profil kompetitif dilakukan terhadap ikan tuna olahan dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing negara Indonesia dan negara-negara pesaing Indonesia:

Faktor Produksi dan Pemasaran

a. Sumber daya ikan tuna

Potensi lestari, atau MSY akan sangat memengaruhi volume produksi ikan tuna suatu negara. Semakin besar potensinya, maka semakin besar kemungkinan negara tersebut meningkatkan produksi. Secara umum dan mengabaikan faktor lainnya, besarnya produksi ikan tuna akan memengaruhi besarnya nilai ekspor tuna olahan, karena adanya keterjaminan bahan baku. Urutan hasil tangkapan yang terbesar di dunia berdasarkan jenis adalah *skipjack*, *yelooowfin*, *bigeye*, *albacore* dan *bluefin*. Urutan negara menurut jumlah tangkapannya adalah Jepang, Taiwan, Indonesia, Spanyol, Philipina dan Korea Selatan.

b. Mutu ikan tuna olahan yang dihasilkan

Mutu produk yang dihasilkan akan memengaruhi harga jual dan besarnya permintaan akan produk tersebut. Semakin baik mutu suatu produk yang dihasilkan suatu negara, maka semakin mudah produk tersebut menembus pasar internasional, karena dapat lolos dari persyaratan yang ditetapkan oleh negara-negara tujuan ekspor.

c. Persyaratan impor di negara-negara tujuan ekspor

Negara-negara tujuan ekspor ikan tuna mempunyai persyaratan impor yang berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu, dalam memproduksi produk perlu direncanakan dulu produk dimaksud akan menembus pasar negara mana, sehingga pada saat memproduksi produk perlu diusahakan produk yang memenuhi persyaratan di negara yang akan dituju. Sebagai contoh negara-negara Timur Tengah mensyaratkan adanya sertifikasi halal. Persyaratan ini langsung dipenuhi oleh Thailand, Meskipun Thailand bukan negara yang mayoritas Islam, untuk produk olahan, Thailand telah menjadi produsen produk pangan halal terbesar, sehingga dapat menguasai pangsa pasar di kawasan Timur Tengah.

d. Harga ikan tuna segar dan harga bahan baku pendukung

Harga ikan tuna segar sebagai bahan baku tuna olahan akan memengaruhi biaya total produksi. Semakin tinggi harga bahan baku,

maka semakin tinggi biaya produksi dan akibatnya harga produk olahan tidak dapat bersaing di pasar internasional. Komponen harga bahan pendukung untuk tuna olahan diantaranya kaleng. Apabila asal bahan baku dan bahan baku pendukung diperoleh dari impor, maka pada umumnya harga bahan baku menjadi lebih tinggi dan ini akan mempertinggi biaya produksi. Dengan kata lain, negara yang mempunyai sumber daya tinggi ikan tuna dan bahan baku pendukung mampu diproduksi dalam negeri, secara logika akan menyebabkan rendahnya biaya produksi, sehingga produk yang dihasilkan menjadi efisien dan mampu bersaing dengan harga di pasar internasional.

e. Harga ikan tuna olahan di negara-negara tujuan ekspor

Harga ikan tuna di negara-negara tujuan ekspor akan memengaruhi besarnya nilai ekspor ikan tuna. Harga di pasar luar negeri akan berkaitan dengan mutu produk yang diekspor dan juga dipengaruhi oleh kemampuan suatu negara mengatasi hambatan-hambatan di pasar tujuan ekspor. Semakin tinggi mutu ikan tuna olahan yang dijual, maka semakin tinggi harganya. Harga ikan tuna olahan Thailand nilainya dua kali lipat daripada harga bahan baku tuna mentahnya, maka produk olahan tuna Thailand memiliki mutu sangat baik.

f. Hambatan tarif dan non tarif

Negara pengimpor suatu produk akan melindungi negaranya dari serbuan barang impor dan melindungi keamanan pangan, khususnya untuk impor produk pangan. Untuk itu, negara-negara tujuan ekspor tersebut menerapkan penetapan tarif bea masuk. Semakin besar bea masuk yang diterapkan akan menyebabkan kenaikan biaya bagi negara produsen. Hubungan bilateral yang baik, ataupun menjadi anggota organisasi internasional dapat dilakukan dengan menurunkan hambatan tarif ini. Sebagai contoh negara-negara yang tergabung dalam kelompok ACP (*African, Caribbean and Pacific*) memperoleh fasilitas penurunan tarif yang berlaku di *European Union* (EU). Hambatan non tarif menyangkut tentang isu mutu, sanitasi, keamanan pangan, kesehatan, terorisme, isu lingkungan dan hambatan administratif.

g. Organisasi perdagangan dunia, regional dan bilateral

Keikutsertaan dalam organisasi dunia, regional dan bilateral sangat mendukung kinerja ekspor suatu produk. Sebagai contoh untuk ikan tuna adalah organisasi *Commission for conservation of Southern Bluefin Tuna* (CCSBT). CCSBT mempunyai wewenang untuk mengatur pemberlakuan kuota ekspor khususnya untuk tuna siirip biru selatan. Anggota CCSBT adalah Australia, Selandia Baru, Korea Selatan, Jepang dan Taiwan. Beberapa organisasi lain

- yang mengatur konservasi, manajemen penangkapan dan perdagangan tuna yaitu *Indian Ocean Tuna Commission (IOTC)*, *International Convention on Conservation of Atlantic Tuna (ICCAT)* dan *Western and Central Pacific Fisheries Commission (WCPFC)*. Anggota IOTC adalah China, Comoros, Komisi Eropa, Eritria, Perancis, Guinea, India, Iran, Jepang, Kenya, Korea Selatan, Thailand, Vanuatu, United Kingdom dan Malaysia. Indonesia belum masuk menjadi anggota IOTC, yang mengakibatkan nelayan Indonesia tidak dapat menangkap tuna di Samudera Hindia dan Pasifik. Padahal jarak nelayan Indonesia ke *fishing ground* ini relatif dekat dibanding beberapa negara lain.
- h. Penyebaran informasi prosedur ekspor dan persyaratan impor yang berlaku di negara-negara tujuan ekspor
Pemerintah perlu menyebarkan informasi terkait prosedur ekspor dan persyaratannya, sehingga para eksportir ikan tuna olahan mempunyai pedoman dan pengetahuan jelas terkait prosedur ekspor. Penyebaran informasi terkait persyaratan impor dari negara-negara tujuan ekspor juga perlu disosialisasikan kepada para pengusaha (eksportir maupun pengolah). Dengan pengetahuan tersebut maka pengolah dapat memproduksi tuna olahan sesuai dengan apa yang diminta pasar.
- i. Pengembangan *market intelligence* dan Promosi
Market intelligence adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui kondisi pasar internasional terkait apa produk yang diminta, berapa volume permintaan, persyaratan produk yang diinginkan pasar, kapan pasar tersebut membutuhkan produk dan informasi lainnya terkait kebutuhan pasar untuk produk tuna di negara-negara tujuan ekspor maupun penajagan negara-negara lain yang mungkin sebenarnya potensial, tetapi belum teridentifikasi

Faktor manusia dan kelembagaan

- a. Tingkat Upah Minimum yang diberlakukan
Upah tenaga kerja sangat memengaruhi biaya produksi. Dilihat dari ketersediaan SDM maka Indonesia memiliki keunggulan karena penduduk Indonesia yang besar. Upah tenaga kerja di Indonesia yang masih relatif rendah juga sangat mendukung pengembangan industri pengolahan ikan tuna. Untuk menghemat tenaga kerja, kalangan industri Thailand melakukan mekanisasi
- b. Ketersediaan SDM yang mampu dalam penanganan mutu
Dalam pengembangan industri olahan tuna yang berdaya saing, ketersediaan SDM yang mampu menangani mutu sangat diperlukan, sehingga pabrik pengolahan dapat menghasilkan produk bermutu. SDM yang mampu dalam penanganan mutu ini juga diperlukan dalam
- pengawasan mutu produk yang dihasilkan oleh industri pengolahan. Penanganan mutu untuk olahan tuna dilakukan mulai dari saat penangkapan sampai dengan saat pemasaran.
- c. Kemampuan manajerial
Kemampuan manajerial sangat diperlukan dalam mengelola suatu industri pengolahan. Kemampuan manajerial menyangkut manajemen produksi, termasuk bagaimana mengatur ketersediaan bahan baku, mengatur berapa produksi harus dihasilkan pada periode tertentu, sehingga kontinuitas ketersediaan produk terjamin, bagaimana mengatur manajemen terkait profit dan keberlangsungan perusahaan.
- d. Peran Pemerintah dalam pengembangan Industri olahan tuna
Pengembangan industri olahan tuna sangat memerlukan dukungan penuh dari pemerintah, yaitu berupa keterjaminan bahan baku, dukungan terhadap bahan baku pendukung lainnya seperti fasilitasi impor terhadap kaleng, dan lain-lain.
- e. Peran Pemerintah dalam regulasi pengaturan ekspor dan persyaratan impor
Regulasi pengaturan ekspor dan impor sangat mempengaruhi daya saing produk suatu negara. Sebagai contoh Indonesia mempunyai sumber daya alam (SDA), khususnya ikan tuna yang cukup baik. Namun demikian, regulasi ekspor yang masih dalam penataan menyebabkan Indonesia masih mengekspor tuna segar kepada Thailand. Thailand mendapat pasokan bahan baku ikan tuna segar dari Indonesia dan kemudian mengolah dan akhirnya Thailand menguasai pasar tuna kaleng dunia.
- f. Peran Pemerintah dalam penanggulangan dan penanganan *illegal fishing*
Illegal fishing merupakan masalah krusial yang perlu penanganan khusus, karena akibat *illegal fishing* negara mengalami kerugian cukup besar. Ketersediaan bahan baku untuk industri pengolahan juga sangat dipengaruhi oleh *illegal fishing*. *Illegal fishing* yang dilakukan nelayan asing di wilayah Indonesia dengan sasaran penangkapan tuna sangat marak.
- g. Peran Pemerintah dalam pembinaan mutu olahan tuna
Pembinaan Pemerintah sangat diperlukan untuk peningkatan dan pengawasan mutu produk olahan tuna, terutama terhadap pengusaha skala menengah ke bawah yang biasanya kurang pengetahuan terhadap penanganan mutu produk.
- h. Peran Pemerintah terhadap peningkatan akses terhadap lembaga keuangan dan asuransi
Peran pemerintah dalam peningkatan akses terhadap lembaga permodalan dan asuransi sangat diperlukan, khususnya bagi para pengolah tingkat menengah ke bawah.

Alternatif Strategi Peningkatan Daya Saing Ikan Tuna Olah Indonesia

Berdasarkan analisis RCA dan matriks kompetitif diperoleh hasil gambaran daya saing tuna olah di Indonesia dan teridentifikasi faktor-faktor penting yang memengaruhi daya saing ikan tuna olah Indonesia di pasar internasional. Berdasarkan kedua analisis tersebut, dapat dirumuskan alternatif-alternatif strategi dalam meningkatkan daya saing industri tuna olah Indonesia. Strategi-strategi dimaksud dapat dilihat pada Tabel 1.

Sebagai bahan pangan, produk agro-industri diharuskan mempunyai persyaratan standar cukup ketat. Persyaratan standard tersebut bukan hanya terhadap mutu produknya, sehingga ada beberapa hal yang menjadi perhatian, yaitu (1) mutu produk, (2) keamanan pangan, dan (3) ketertelusuran (*traceability*). Untuk itu peningkatan standar produk agro-industri pangan olah sangat penting sebagai faktor penguat daya saing produk (Panjaitan, Syamsun dan Kadarisman., 2011).

Faktor Produksi dan Pemasaran

1. Meningkatkan mutu tuna olah Indonesia. Strategi ini perlu segera dilakukan terutama

oleh pelaku usaha pengolahan tuna, karena mutu produk olah tuna akan sangat menentukan penguasaan pasar internasional. Peningkatan mutu perlu dilakukan dari sisi hulu sampai dengan hilir. Penanganan ikan tuna pada saat penangkapan, pasca penangkapan, distribusi/selama transportasi dari pelabuhan ke tempat pengolahan sampai dengan penerapan GMP dan HACCP perlu dilakukan dengan baik. Thailand yang sudah memelopori dan menguasai pasar internasional dapat dijadikan contoh bagaimana negara tersebut menghasilkan ikan tuna olah bermutu. Padahal dilihat dari sumber daya, Indonesia memiliki keunggulan komparatif sangat baik. Salah satu faktor daya peningkatan daya saing produk adalah melakukan promosi. Dalam pemasaran diperlukan promosi untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk, dengan harapan konsumen dapat membeli produk yang dipromosikan (Yulianti, Mudikdo dan Sarma, 2008).

2. Mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tarif. Pemerintah dapat mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tarif. Untuk hambatan tarif dapat dilakukan dengan mengadakan lobi-lobi dengan negara eksportir, maupun yang

Tabel 1. Matriks Prioritas Strategi Peningkatan Daya Saing Ikan Tuna Olah Indonesia

NO	HASIL ANALISIS	PRIORITAS STRATEGI	ALASAN
1.	RCA Ikan Tuna Olah Indonesia (2010) 1,48		
2.	Matriks Profil Kompetitif		
	a. Faktor Produksi dan pemasaran		
	1) Daya saing faktor produksi dan pemasaran Indonesia (2,218) lebih rendah dibandingkan negara Thailand (2,899), Spanyol (2,743) dan Equador (2,409).	1) Meningkatkan mutu tuna olah Indonesia.	1) Mutu tuna olah Indonesia masih dapat ditingkatkan dengan menerapkan <i>Hazard Analysis and Critical Control Points</i> (HACCP) dan <i>Good Manufacturing Practice</i> (GMP)
	2) Mutu ikan Olah (0,315).	2) Mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tariff	2) Ikan tuna Indonesia masih mengalami hambatan-hambatan, baik tariff maupun non tariff, sebagai contoh dengan tidak menjadi anggota CCSBT, menyebabkan Indonesia tidak mendapatkan kouta ekspor.
	3) Hambatan tarif dan non tarif (0,215).	3) Meningkatkan pengembangan <i>market intelligence</i> dan promosi	3) Kurangnya kegiatan <i>market intelligence</i> dan promosi, sehingga ekspor ikan tuna olah Indonesia diekspor ke negara-negara tertentu yang memang sudah menjadi negara tujuan ekspor sebelumnya
	4) Pengembangan <i>Market intelligence</i> dan Promosi (0,220).		
	b. Faktor Manusia dan kelembagaan		
	1) Daya saing faktor manusia dan kelembagaan, Indonesia (2,208) lebih rendah dibandingkan negara Thailand (2747), Spanyol (2,486), Equador (2,372) dan Mauritius (2,320)	1) Meningkatkan Pemerintah dalam mengembangkan industri pengolahan.	1) Ketersediaan bahan baku yang tidak kontinu menyebabkan kerugian dan besarnya biaya produksi.
	2) Peran Pemerintah dalam pengembangan industri tuna olah (0,147).	2) Peningkatan kapasitas SDM dalam penanganan mutu ikan tuna olah.	2) Peningkatan kapasitas SDM akan sangat mendukung peningkatan mutu produk.
	3) Ketersediaan SDM yang mampu dalam penanganan mutu (0,135).	3) Pemberantasan dan pengawasan <i>illegal fishing</i>	3) <i>Illegal fishing</i> menyebabkan kerugian negara yang sangat besar dan para pelaku industri kekurangan bahan baku.
	4) Peran Pemerintah dalam Penanganan <i>Illegal fishing</i> (0,130).		

terlibat dalam organisasi bilateral, maupun multilateral. Sebagai contoh, negara-negara yang ter-gabung dalam kelompok ACP dapat fasilitas penurunan tarif yang berlaku di EU. Hambatan non tarif menyangkut tentang isu mutu, sanitasi, keamanan pangan, kesehatan, terorisme, isu lingkungan dan hambatan administratif. Untuk mengatasi hambatan non tarif para pelaku harus meningkatkan mutu olahan tunanya, sehingga dapat menembus pasar tujuan. Dalam mengeksport produk perikanan ke luar negeri, pembeli dan pemerintah negara importir menerapkan ketentuan impor produk yang ketat dan harus diikuti oleh para produsen (Yuwono, Zakaria dan Panjaitan, 2012).

3. Meningkatkan pengembangan *market intelligence* dan Promosi. Hasil dari *market intelligence* digunakan sebagai pedoman bagi pelaku untuk menghasilkan produk sesuai dengan keinginan pasar. Pemasaran produk ikan sebaiknya dilakukan dengan membentuk suatu divisi pemasaran sendiri (Andriyani, Hubeis dan Munandar, 2011).

Faktor Manusia dan Kelembagaan

1. Meningkatkan Peran Pemerintah dalam pengembangan industri olahan tuna. Pengembangan industri olahan tuna sangat memerlukan dukungan penuh dari pemerintah. Dukungan tersebut baik berupa keterjaminan bahan baku, dukungan terhadap bahan baku pendukung lainnya seperti fasilitasi impor terhadap kaleng maupun dukungan di sisi hulu khususnya dalam penangkapan tuna. Dukungan yang juga amat penting adalah mempermudah proses birokrasi dan tatalaksana ekspor, mendorong maskapai penerbangan untuk memberikan pelayanan khusus serta menjaga kestabilan kondisi ekonomi dan keamanan. Perbaikan kebijakan dan kelembagaan dimaksudkan untuk memberikan dukungan terhadap perkembangan usaha (Friyantini, Hubeis dan Munandar, 2012)
2. Peningkatan kapasitas SDM yang mampu dalam penanganan mutu. Dalam pengembangan industri olahan tuna yang berdaya saing maka ketersediaan SDM yang mampu menangani mutu sangat diperlukan, sehingga pabrik pengolahan dapat menghasilkan produk bermutu. SDM yang mampu dalam penanganan mutu ini juga diperlukan dalam pengawasan mutu produk yang dihasilkan oleh industri pengolahan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM sangat diperlukan dan dilakukan pelatihan berkelanjutan untuk memperkuat budaya perusahaan (Susilo, Eriyatno dan Affandi, 2011). Strategi ini dapat dilakukan dengan jalan mengadakan pelatihan HACCP, GMP dan lain lain.
3. Pemberantasan dan pengawasan *illegal fishing*. Perlu dilakukan pengawasan terus menerus terhadap perairan Indonesia untuk

menghindari adanya *illegal fishing*. Penindakan yang tegas terhadap pelaku *illegal fishing*, sehingga negara terselamatkan dari kerugian besar dan produksi tuna dapat ditingkatkan. Disamping itu, melakukan lobi-lobi dengan negara-negara tujuan ekspor untuk menerapkan peraturan untuk mencegah masuknya produk hasil kegiatan *Illegal, Unreported and Unregulated (IUU) fishing*. Uni Eropa telah mensyaratkan bahwa impor produk perikanan yang berasal dari luar UE (kecuali produk air tawar dan budidaya serta beberapa jenis kerangan) harus dilengkapi dengan dokumen penangkapan yang menjamin bahwa produk tersebut ditangkap sesuai dengan status bendera kapal penangkap. Negara berdasarkan bendera kapal penangkap berkewajiban menyusun verifikasi sertifikat penangkapan dan memastikan bahwa kiriman tersebut dapat ditelusuri dengan jelas, baik asal kapalnya, tempat pemindahan muatan sampai kepada pengolahannya.

KESIMPULAN

Tuna olahan Indonesia mempunyai daya saing lebih tinggi bila dibandingkan dengan tuna beku, namun lebih rendah bila dibandingkan dengan tuna segar. Namun demikian, bila dibandingkan dengan negara pesaing, tuna olahan Indonesia mempunyai daya saing lebih rendah dan hanya mampu menduduki posisi ke-7.

Faktor produksi dan pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap daya saing ikan tuna olahan adalah: (1) Mutu ikan tuna olahan yang dihasilkan, (2) Hambatan tarif dan non tarif dan (3) Pengembangan *market intelligence* dan Promosi. Faktor manusia dan kelembagaan yang mempunyai peranan penting dalam peningkatan daya saing adalah (1) Peran Pemerintah dalam pengembangan Industri olahan tuna, (2) Ketersediaan SDM yang mampu dalam penanganan mutu, (3) Peran Pemerintah dalam penanggulangan dan penanganan *illegal fishing*

Prioritas strategi untuk meningkatkan daya saing tuna olahan Indonesia terkait faktor produksi dan pemasaran adalah (1) Meningkatkan mutu tuna olahan Indonesia, (2) Mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tarif, (3) Meningkatkan pengembangan *market intelligence* dan Promosi. Prioritas strategi terkait faktor manusia dan kelembagaan adalah (1) Meningkatkan Peran Pemerintah dalam pengembangan Industri olahan tuna, (2) Meningkatkan kapasitas SDM yang mampu dalam penanganan mutu serta (3) Pemberantasan dan pengawasan *illegal fishing*

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, R. M. Hubeis dan A. Munandar. 2011. Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Pembudidaya Ikan Melalui

- Program Replika Skim Modal Kerja di Kelompok Tani Ikan Mekar Jaya Lido, Bogor. *Jurnal Manajemen IKM*, 6(1): 9-19.
- Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP). 2009. Nama dan Species Ikan Indonesia. Jakarta.
- Friyanti, T. A. F. S. Hubeis dan A. Munandar. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Sektor Wisata Bahari di Pulau Kecil (Studi Kasus Pulau Bunaken, Kota Manado, Sulawesi Utara). *Jurnal Manajemen IKM*, 6(1): 55-63.
- Panjaitan, L. E. M. Syamsun dan D. Kadarisman. 2011. Kajian Tingkat Penerapan Manajemen Mutu Terhadap Kinerja UMKM Sektor Agro-Industri Pangan Olah Nata de Coco di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen IKM*, 6(2): 117-124.
- Susilo, W. Eriyatno, M. J. Affandi dan D. A. Goenawan. 2011. Rancang Bangun Model Audit Manajemen Sumber Daya Manusia, Menggunakan Pendekatan Sistem. *Jurnal Manajemen IKM*, 6(2): 133-142.
- www.uncomtrade.org. 2011. Commodity Trade Statistics Database. United Nation.
- Yulianti, M., K. Mudikdjo dan M. Sarma. 2008. Kajian Strategi dan Bauran Pemasaran Batik Garutan (Studi Kasus: Perusahaan Batik Tulis Garutan RM, Garut, Jawa Barat). *Jurnal MPI*, 3(1): 11-24.
- Yuwono, B, F. R. Zakaria dan N. K. Panjaitan. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Cara Produksi yang Baik dan Standar Prosedur Operasi Sanitasi Pengolahan *Fillet* Ikan di Jawa. *Jurnal Manajemen IKM*, 7(1): 10-19.