

**Analisis Pengembangan Industri Pengolahan Rumput Laut Ekspor di
Sulawesi Selatan**

***Analysis of The Development of The Export Seaweed Processing Industry
in South Sulawesi***

TESIS

REZA GUSTIYANI AYU



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**Analisis Pengembangan Industri Pengolahan Rumput Laut Ekspor di
Sulawesi Selatan**

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Master

Program Studi
Ilmu Perikanan

Disusun dan diajukan oleh:

REZA GUSTIYANI AYU

Kepada

**PROGRAM MAGISTER ILMU PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

TESIS

**Analisis Pengembangan Industri Pengolahan Rumput Laut Ekspor di
Sulawesi Selatan**

Disusun dan diajukan oleh:

REZA GUSTIYANI AYU

Nomor Pokok P3300216005

**Telah dipertahankan di depan panitia ujian Tesis
Pada tanggal, 28 Juli 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Menyetujui

Komisi Penasihat,

Prof. Dr. Ir. Sutinah, M.Si
Ketua

Prof. Dr. Ir. Aris Baso, M.Si
Anggota



**Dekan Fakultas Ilmu Kelautan
dan Perikanan Universitas Hasanuddin**

Dr. Ir. St. Aisjah Farhum, M. Si.

**Ketua Program Studi
Ilmu Perikanan**

Dr. Ir. Zainuddin, M. Si.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Gustiyani Ayu
Nomor Pokok : P3300216005
Program Studi : Ilmu Perikanan,

menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 Agustus 2020

Yang menyatakan



Reza Gustiyani Ayu

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillahirabbil Alamin. Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkah, rahmat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Analisis Pengembangan Industri Pengolahan Rumput Laut Ekspor di Sulawesi Selatan**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar magister pada program studi Ilmu Perikanan, Pascasarjana Unhas.

Awal hingga akhir menjalani kegiatan penelitian hingga penyusunan tesis tentu tak luput dari peranan berbagai pihak yang telah memberikan banyak bantuan, masukan, arahan maupun bimbingan yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Sutinah, M.Si selaku Ketua Komisi Penasihat dan Prof. Dr. Ir. Aris Baso, M.Si. sebagai anggota komisi penasihat atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, mulai dari penyusunan proposal hingga selesainya penulisan tesis ini.
2. Tim penilai/ penguji Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si, Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si dan Dr. Abdul Wahid, S.Pi, M.Si, yang telah banyak memberikan masukan dan saran.
3. Dr. Ir. Zainuddin, M.Si. selaku ketua program studi Magister Ilmu Perikanan yang telah memberikan arahan.
4. Kedua orang tua penulis Ayahanda Mukdi Alang dan Ibunda Nurbaya atas segala dukungan moril maupun materil selama ini kepada penulis.
5. Teman-teman Program Studi Ilmu Perikanan, dan seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf bila ada kesalahan dalam penulisan tesis ini. Kritik dan saran penulis hargai demi perbaikan penulisan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan bernilai positif bagi semua pihak yang membaca. Terima Kasih.

Penulis,

Reza Gustiyani Ayu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Industri Rumput Laut.....	7
B. Ekspor	8
C. Tujuan Ekspor	9
D. Faktor Pendorong Pemasaran Ekspor	10
E. Faktor Penghambat Pemasaran Ekspor	12
F. Kebijakan Pemasaran Ekspor.....	14
G. Kerangka Pikir Penelitian	22
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Waktu dan Tempat.....	23

B.	Jenis Penelitian	23
C.	Metode Pengumpulan Data	23
D.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	24
E.	Analisis Data	24
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A.	Gambaran Umum Wilayah	31
B.	Potensi Lahan Budidaya	32
C.	Potensi Rumput Laut di Sulawesi Selatan	33
D.	Industri Rumput Laut di Sulawesi Selatan	37
E.	Nilai Tambah Rumput Laut	47
F.	Strategi Pengembangan Industri Rumput Laut	54
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	72
A.	Kesimpulan	72
B.	Saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR GAMBAR

No.		Halaman
1.	Kerangka konseptual	12
2.	Produksi perikanan budidaya rumput laut dari tahun 2012-2018	33
3.	Volume dan nilai produksi perikanan	34
4.	Peta sentra produksi rumput laut Sulawesi Selatan	35
5.	Volume ekspor perikanan Sulawesi Selatan	36
6.	Volume produksi komoditi rumput laut menurut kabupaten kota tahun 2017	37
7.	Pohon industri hasil pengolahan rumput laut	40
8.	Bagan proses pengolahan rumput laut menjadi karaginan	41
9.	Jalur pemasaran rumput laut di Sulawesi Selatan	44
10.	Manfaat pengenaan bea keluar di Indonesia	57
11.	Posisi industri	70

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
1.	Faktor penghambat ekspor	13
2.	Prosedur perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami	25
3.	Pembobotan SWOT	27
4.	Matriks analisis SWOT	29
5.	Luas lahan budidaya rumput laut di Sulawesi Selatan 2014-2016	32
6.	Daftar perusahaan eksportir di Sulawesi Selatan	42
7.	Hasil perhitungan nilai tambah rumput laut menjadi tepung karageenan (SRC)	47
8.	Faktor internal analisis SWOT	63
9.	Faktor eksternal analisis SWOT	65
10.	Perhitungan bobot dan rating	65
11.	Alternatif strategi	68
12.	Volume produksi komoditi rumput laut menurut kabupaten kota tahun 2017	80

DAFTAR LAMPIRAN

No.		Halaman
1.	Volume produksi komoditi rumput laut menurut kabupaten/kota	80
2.	Daftar perusahaan ekportir rumput laut	81
3.	Kuisisioner	82

ABSTRAK

REZA GUSTIYANI AYU. P3300216005. Analisis Pengembangan Industri Pengolahan Rumput Laut Ekspor di Sulawesi Selatan, dibimbing oleh Sutinah dan Aris Baso.

Penelitian ini dilakukan di industri-industri rumput laut yang ada di Sulawesi Selatan, khususnya di kawasan industri Makassar (KIMA). Tujuan dari penelitian ini yaitu menyusun strategi pengembangan industri pengolahan komoditas rumput laut untuk peningkatan nilai tambah. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT. Dengan analisis SWOT akan dapat menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi dalam pengambilan keputusan yang baik untuk dijalankan. Sehingga dapat menentukan strategi pengembangan industri rumput laut. Hasil penelitian menunjukkan nilai IFAS sebesar 2.79 dan skor untuk hasil EFAS sebesar 2.85. Apabila dikonversikan kedalam gambar diagram IE Matriks, maka terletak di kuadran V, di mana hasilnya perusahaan masuk ke dalam fase Pertumbuhan dan Stabilitas (growth and stability). Strategi yang tepat untuk perusahaan yang berada di kuadran V adalah strategi S-O, menggunakan strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan mendaya gunakan kekuatan yang dimiliki yaitu dengan intensifikasi dan ekstensifikasi lahan budidaya, diversifikasi produk olahan rumput laut dan pengembangan industri hasil perikanan yang memiliki nilai tambah tinggi termasuk industri berbasis bioteknologi.

Kata Kunci : Rumput Laut, Strategi Pengembangan Industri, Analisis SWOT, Matriks IFAS-EFAS

ABSTRACT

REZA GUSTIYANI AYU. P3300216005. Analysis of The Development of The Export Seaweed Processing Industry in South Sulawesi, supervised by Sutinah and Aris Baso.

This research was conducted in the seaweed industries in South Sulawesi, especially in the Makassar industrial area (KIMA). The purpose of this study is to develop a strategy for developing seaweed commodity processing industries to increase added value. Analysis of the data used is using SWOT analysis. With SWOT analysis, it can produce several alternative strategies in making good decisions to be carried out. So that it can determine the development strategy of the seaweed industry. The results showed an IFAS score of 2.79 and a score for the EFAS results of 2.85. When converted into IE Matrix diagram, it is located in quadrant V, where the results of the company enter into the phase of Growth and Stability. The right strategy for companies in quadrant V is SO strategy, using a strategy that utilizes existing opportunities by utilizing the strengths they possess, namely by intensification and extensification of cultivated land, diversification of seaweed processed products and development of fishery products that have high added value including the biotechnology-based industry.

Keywords— Seaweed, Industrial Development Strategy, SWOT Analysis, IFAS-EFAS Matrix

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rumput laut (*seaweed*) merupakan tumbuhan laut yang tergolong dalam ganggang (*alga*) multiseluler divisi *thallophyta*. Tidak seperti tanaman sempurna pada umumnya, rumput laut tidak memiliki akar, batang dan daun. Rumput laut hidup di dasar samudera yang dapat tertembus cahaya matahari sehingga memiliki beragam warna yang kemudian digunakan untuk menggolongkan rumput laut. Secara umum, rumput laut yang dapat dimakan adalah jenis ganggang biru (*cyanophyceae*), ganggang hijau (*chlorophyceae*), ganggang merah (*rodophyceae*) dan ganggang coklat (*phaeophyceae*) (Atmadja, 2012).

Istilah rumput laut lebih sering digunakan untuk alga merah dan alga coklat. Alga coklat yang merupakan sumber *alginate* banyak hidup di wilayah perairan dingin (*temperate regions*). Beberapa jenis alga coklat yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah *Sargasum* dan *Laminaria*. Alga merah memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dibanding alga coklat. Alga merah umumnya lebih cocok hidup pada iklim subtropis sehingga jenis alga merah ini tidak terdapat dalam jumlah banyak di daerah-daerah yang memiliki iklim tropis termasuk Indonesia. Beberapa jenis alga merah yang memiliki nilai komersial adalah *Phorphyra* yang merupakan bahan baku makanan khas Jepang nori/laver, *Gelidium* dan *Gracilaria* (menghasilkan agar-agar), dan *Eucheuma* (menghasilkan karaginan). Namun, alga merah sebagai sumber karaginan, agar-agar, dan *fulcelaran* banyak hidup di wilayah perairan tropis (Dahuri, 2011).

Rumput laut merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Sebagai negara kepulauan yang mempunyai lebih dari 17 ribu pulau dan panjang garis pantai mencapai 81 ribu km. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar bagi pengembangan dan budidaya komoditas rumput laut. Memiliki kondisi alam yang baik dan cocok untuk pengembangan rumput laut menjadikan rumput laut Indonesia memiliki kualitas yang baik sehingga permintaan dunia akan rumput laut Indonesia baik berupa *raw material* maupun produk olahan terus meningkat (Ditjen PEN, 2013).

Rumput laut merupakan salah satu komoditi perdagangan internasional yang telah di ekspor ke lebih dari 35 negara. Potensi budidaya rumput laut di Indonesia terdapat di provinsi yaitu Aceh, Sumatera Utara, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, NTT, NTB, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Maluku dan Papua (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2012).

Rumput laut sebagai komoditas potensial untuk dikembangkan juga karena teknik produksi budidaya rumput laut relatif mudah dan murah dengan resiko gagal panen sangat rendah, produktivitas tinggi, dan panen bisa dilakukan setiap 45-60 hari sekali atau sekitar 4 kali panen dalam setahun. Harga jual rumput laut yang cukup tinggi juga merupakan salah satu faktor pendorong untuk budidaya rumput laut. Usaha budidaya rumput laut juga dapat menyerap banyak tenaga kerja dan menciptakan *multiplier effects* ekonomi yang besar dan luas. Rumput laut umumnya diperdagangkan dalam bentuk : (1) rumput laut kering, (2) produk yang dapat langsung dikonsumsi, dan (3) produk hidrokolid (karaginan, agar-agar, dan alginat). Dari seluruh produksi rumput laut dunia, 65% merupakan jenis yang dapat langsung

dikonsumsi; 15% bahan hidrokoloid; dan 20% sebagai bahan pupuk, kertas, biofuel (Dahuri, 2011).

Sulawesi Selatan memiliki tiga produk unggulan yaitu rumput laut, udang dan ikan tuna. Khusus untuk komoditi rumput laut, Sulawesi Selatan menempatkan pada posisi tertinggi karena potensinya besar dan pasar prospektif namun belum dimanfaatkan secara optimal. Ada 2 jenis rumput laut dari 37 jenis yang ekonomis dominan dikembangkan di Sulawesi Selatan melalui integrasi program revitalisasi dan program daerah yaitu *Eucheuma cottonii* (budidaya laut) dan *Gracillaria varrucosa* (budidaya tambak). Areal budidaya di laut 193.700 ha dan tambak 32.000 ha. Luas budidaya rumput laut di laut maupun di tambak terus mengalami peningkatan. Provinsi Sulawesi Selatan merupakan daerah penghasil rumput laut terbesar di Indonesia. Sumber daya lahan untuk pengembangan rumput laut masih cukup luas yaitu 193 700 hektar untuk budidaya *Eucheuma sp* di sepanjang 1.973 Kilometer garis pantai. Apabila luas areal potensial yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan baik maka berpotensi menghasilkan rumput laut sebesar 785.000 ton per tahun dari jenis *Eucheuma cottoni* (Hidayati, 2009).

Jumlah produksi rumput laut yang sangat besar tetapi penyerapan di dalam negeri masih relatif kecil karena sebagian besar industri pengolahan rumput laut yang ada di dalam negeri juga masih terbatas pada tingkatan *base product* dan belum berkembang ketingkat *end product* maupun produk formulasi (*produk blended*). Hal tersebut mengakibatkan beberapa kerugian antara lain inefisiensi industri pengolahan rumput laut akibat kurangnya bahan baku, hilangnya potensi nilai tambah, lapangan kerja serta potensi penerimaan pajak. Oleh karena itu, ekspor rumput laut dalam bentuk bahan baku perlu di atur untuk menjamin

ketersediaan bahan baku industri pengolahan rumput laut dalam negeri yang menghasilkan *end product* maupun produk formulasi.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Selatan dari tahun 2016-2018 bahwa volume ekspor telah mengalami peningkatan mencapai 10.205 ton. Peningkatan volume ekspor tersebut menunjukkan posisi perdagangan di pasar dunia semakin baik. Akan tetapi kondisi ini masih terkendala daya saing yang rendah dibandingkan dengan ekspor rumput laut dari negara lain. Dalam upaya peningkatan ekspor rumput laut olahan, pemerintah berupaya menggiatkan program hilirisasi rumput laut. Selain bahan baku yang banyak diekspor, salah satu kendala utama dalam pengolahan produk rumput laut adalah mesin pengolah yang masih diimpor, namun pemerintah siap memberikan dukungan bagi para investor yang berminat pada industri pengolahan rumput laut dengan membebaskan pajak impor mesin pengolahan rumput laut (Luwuraya, 2011).

Permasalahan lain dalam industri rumput laut yang ada di Sulawesi Selatan adalah masih rendahnya kualitas rumput laut yang dihasilkan oleh pembudidaya, masih minimnya diversifikasi produk, persyaratan pasar global, persaingan antar produsen, efisiensi biaya, dukungan teknologi, penanganan limbah, (Setyawan,2018).

Disisi lain, rencana penerapan tarif Bea Keluar (BK) terhadap rumput laut kering dan pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) terhadap ekspor produk rumput laut diduga akan mengganggu kinerja ekspor rumput laut, meskipun tujuannya adalah untuk mendorong hilirisasi di sektor industri rumput laut dalam negeri. Wacana penerapan bea keluar terhadap rumput laut pernah muncul dan

dibahas pada tahun 2013, namun demikian masih perlu dilakukan kajian yang mendalam oleh kementerian dan lembaga terkait tentang potensi dan kelayakan penelesaian bea keluar atas ekspor rumput laut.

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penetapan bea keluar rumput laut terhadap permintaan ekspor rumput laut ?
2. Berapa besar nilai tambah komoditi ekspor rumput laut mentah dan rumput laut olahan ?
3. Bagaimana strategi pengembangan industri pengolahan komoditas rumput laut untuk meningkatkan nilai tambah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh penetapan Bea Keluar terhadap permintaan ekspor rumput laut Indonesia
2. Menganalisis berapa besar nilai tambah komoditi ekspor rumput laut mentah dan rumput laut olahan
3. Menyusun strategi pengembangan industri pengolahan komoditas rumput laut untuk peningkatan nilai tambah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat diantaranya adalah :

1. Mengetahui pengaruh penetapan bea keluar terhadap permintaan ekspor rumput laut Indonesia
2. Mengetahui nilai tambah komoditi ekspor rumput laut mentah dan rumput laut olahan
3. Mendapatkan formula dan strategi pengembangan industri pengolahan komoditas rumput laut untuk peningkatan nilai tambah
4. Memberikan informasi strategi pengembangan industri pengolahan karaginan untuk optimalisasi industri keraginan.
5. Diharapkan dapat menjadi media untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan bagi penulis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Industri Rumput Laut

Keberlanjutan industri rumput laut ditentukan oleh jaminan kualitas dan kontinuitas produksi (sistem produksi), pasar (jejaring), modal usaha, dan jaminan untuk berusaha (regulasi) (Anggadiredja, 2007). Sedangkan untuk strategi pengembangannya, menurut Keppel (2008), dapat di tempuh melalui pemetaan dan penataan kawasan budidaya, pengembangan sistem usaha dalam kawasan, penguatan kelembagaan dan pemberdayaan pembudidaya. Sementara Pandelaki (2012) menyatakan pengembangan industri budidaya rumput laut harus pula di ikuti dengan pengembangan industri pengolahannya, karena nilai tambah rumput laut sebagian besar terletak pada industri pengolahannya.

Menurut Asosiasi Industri Rumput Laut Indonesia (ASTRULI) (2014), produksi rumput laut di Indonesia sebagian besar masih diekspor yaitu sekitar 64,31% dari total produksi, sementara sisanya 35,69% dari total produksi diserap oleh industri rumput laut dalam negeri. Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab rendahnya serapan industri rumput laut dalam negeri antara lain adalah harga rumput laut produksi dalam negeri yang lebih tinggi sehingga industri pengolahan rumput laut kesulitan mendapatkan bahan baku dengan harga yang murah.

Terbatasnya jumlah rumput laut produksi dalam negeri terjadi karena produsen rumput laut menilai bahwa ekspor rumput laut ke RRT lebih menguntungkan. Kebijakan Pemerintah RRT yang memberi stimulus berupa pengembalian fiskal sebesar 15-35% membuat industri rumput laut dalam negeri

otomatis kalah bersaing dalam mendapatkan bahan baku. Pemberian stimulus fiskal ini secara tidak langsung juga menyebabkan importir RRT mampu membeli dengan harga yang 15-35% lebih mahal sehingga produsen rumput laut Indonesia lebih memilih menjual produk mentah ke RRT karena ekspor rumput laut bebas. Dengan kata lain, pemberian insentif fiskal itu, telah menyebabkan harga rumput laut lebih tinggi (jika diekspor ke RRT) dibandingkan dijual di pasar dalam negeri. Kondisi ini membuat pelaku industri rumput laut lokal harus membeli sesuai harga pembelian yang secara tidak langsung ditentukan oleh RRT, dimana pelaku usaha harus membayar 15-35% lebih tinggi dari harga rumput laut sesungguhnya. Hal lain yang juga merupakan faktor rendahnya serapan industri dalam negeri adalah industri rumput laut di Indonesia yang masih relatif kurang berkembang sehingga produksi turunan rumput laut kurang bervariasi (ASTRULI, 2014).

Berdasarkan data Asosiasi Industri Rumput Laut Indonesia (ASTRULI) (2014), rumput laut kering di Indonesia lebih banyak digunakan untuk industri agar-agar dan karaginan. Perkembangan industri pengolahan rumput laut di Indonesia sebagai bahan pangan khususnya agar-agar dimulai sejak tahun 1930. Tahun 1989 dikembangkan industri karaginan dan selanjutnya pada 1993 berkembang industri alginat (berbahan baku rumput laut jenis *Sargassum*).

B. Ekspor

Ekspor merupakan proses transportasi barang atau komoditas dari suatu Negara ke Negara lain. Proses ini seringkali digunakan oleh perusahaan dengan skala bisnis kecil sampai menengah sebagai strategi utama untuk bersaing di tingkat internasional. Strategi ekspor digunakan karena resiko lebih rendah, modal lebih kecil dan lebih mudah bila dibandingkan dengan strategi lainnya. (Sulthan, 2014)

Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah Negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi, dengan tingkat output yang lebih tinggi lingkaran setan kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan (Jhingan, 2008).

Ekspor juga dapat membantu semua Negara dalam menjalankan usaha-usaha pembangunan mereka melalui promosi serta penguatan sektor-sektor ekonomi yang mengandung keunggulan komperatif, baik itu berupa ketersediaan faktor-faktor produksi tertentu dalam jumlah yang melimpah, atau keunggulan efisiensi alias produktifitas tenaga kerja. Ekspor juga dapat membantu semua Negara dalam mengambil keuntungan dari skala ekonomi yang mereka miliki. Untuk komoditi ekspor, permintaan komoditi yang bersangkutan akan dialokasikan untuk memenuhi permintaan masyarakat dalam negeri (konsumsi domestik) atau luar negeri (ekspor), sedangkan yang tersisa akan menjadi persediaan yang akan dijual pada tahun berikutnya. Sebagai sebuah permintaan, maka ekspor suatu Negara akan dipengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Negara tujuan ekspor terhadap komoditi yang akan dihasilkan, yaitu harga impor Negara tujuan ekspor, pendapatan perkapita penduduk negara tujuan ekspor, dan selera penduduk Negara tujuan ekspor (Sulthan, 2014).

C. Tujuan Ekspor

Adapun tujuan dari kegiatan ekspor adalah sebagai berikut (Amir MS,2004) :

- a. Meningkatkan laba perusahaan melalui perluasan pasar serta untuk memperoleh harga jual yang lebih baik (optimalisasi laba)

- b. Membuka pasar baru diluar negeri sebagai perluasan pasar domestik (membuka pasar ekspor)
- c. Memanfaatkan kelebihan kapasitas terpasang (idle capacity)
- d. Membiasakan diri bersaing dalam pasar internasional sehingga terlatih dalam persaingan yang ketat

D. Faktor Pendorong Pemasaran Ekspor

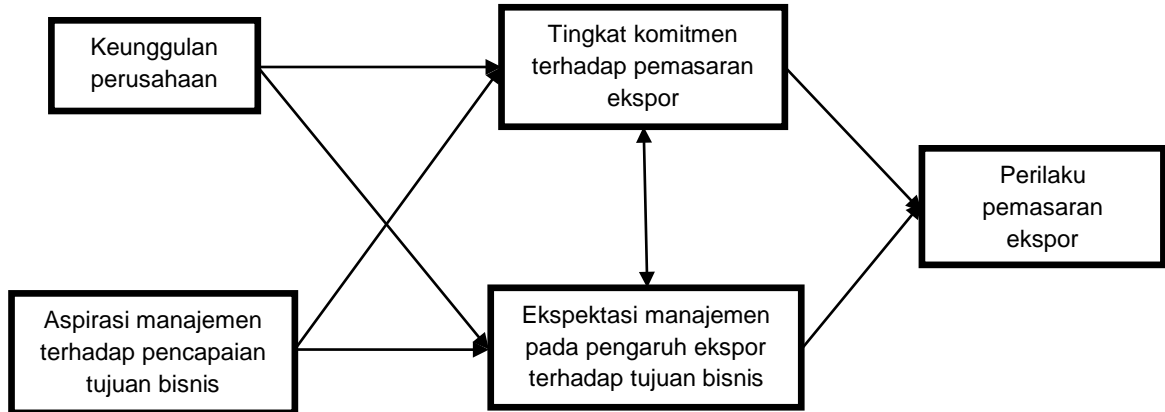
Kemampuan ekspor suatu Negara telah di ketahui memiliki pengaruh yang positif terhadap perekonomian Negara bersangkutan, termasuk juga perusahaan yang telah melakukannya. Kendati demikian, masih banyak perusahaan yang ragu dan enggan melakukan ekspor. Secara umum ada dua jenis hambatan yang membuat perusahaan enggan melakukan ekspor.

1. Kurangnya insentif pada skala makro dan kurangnya kebijakan nasional yang berpihak pada ekspor
2. Kendala yang berasal dari perusahaan sendiri, yaitu sikap para pemimpin dan manajer perusahaan terhadap ekspor, dimana ekspor tidak menjadi prioritas. Kurangnya pemahaman terhadap pemasaran ekspor, sikap yang acuh tak acuh (indifference) terhadap ekspor, kurangnya keinginan untuk memberikan komitmen sumber daya perusahaan terhadap ekspor dan berbagai masalah internal lainnya diyakini merupakan penyebabnya (Gregorius, dkk, 2004).

Cavusgil dan Nevil dalam Gregorius (2004) mengemukakan empat kelompok besar faktor yang merupakan penentu perusahaan untuk terlibat dalam ektivitas pemasaran ekspor :

1. Keunggulan perusahaan (*differential firm advantage*) yang berasal dari karakteristik produk, pasar, orientasi teknologi dan sumberdata perusahaan. Misalnya, produk dengan harga bersaing, produk dengan teknologi superior dan penggunaan teknologi canggih dalam berproduksi. Keunggulan unik semacam ini dinamakan “*attention avokers*” yang menjadikan ekspor sebagai strategi yang layak bagi perusahaan.
2. Tingkat aspirasi manajemen untuk mencapai berbagai tujuan bisnis, seperti pertumbuhan, laba dan perkembangan pasar. Berbagai penentu dari perilaku yang berani mengambil resiko.
3. Ekspektasi manajemen terhadap pengaruh ekspor atas pencapaian tujuan bisnis. Ekspektasi ini ditunjukkan oleh seberapa tinggi tingkat pengetahuan para pengambil keputusan dan persepsi terhadap masa depan yang ditimbulkan oleh kegiatan ekspor. Seringkali para pengambil keputusan membentuk opini dan ekspektasi tentang keuntungan dan resiko ekspor berdasarkan pengalaman mereka dari pengalaman perusahaan di masa lalu. Pengaruh lingkungan, seperti *unsolicited orders* dari pembeli asing dan fluktuasi kurs mata uang asing, juga tercermin dalam kegiatan manajemen untuk melakukan ekspor.
4. Komitmen perusaan untuk melakukan ekspor. Keinginan secara umum untuk memberikan komitmen sumberdaya perusahaan untuk mendorong ekspor merupakan hal penting, terutama karena banyak aktivitas ekspor merupakan hal penting, banyak aktivitas ekspor merupakan hal baru bagi perusahaan dan melibatkan banyak sumberdaya finansial maupun manajerial, misalnya mengumpulkan informasi tentang pasar asing, penilaian terhadap potensi pasar asing pembuatan kebijakan pemasaran ekspor dan perencanaan pemasaran.

Faktor-faktor yang diidentifikasi oleh Cavusgil dan Nevin dalam Gregorius (2004) ini tercermin dalam kerangka koseptual yang tersaji dalam Gambar 1.



Sumber : Cavusgil & Nevin dalam Gregorius (2004).

E. Faktor Penghambat Pemasaran Ekspor

Metode paling populer yang digunakan oleh perusahaan untuk memasuki pasar international adalah ekspor karena metode ini melibatkan resiko bisnis kecil, membutuhkan komitmen sumberdaya yang kecil, serta memberikan fleksibilitas dan keleluasaan untuk bergerak. Namun ada banyak pula faktor-faktor sikap, struktural, procedural dan operasional yang menghambat perusahaan untuk memulai, melakukan dan mempertahankan aktivitas ekspor. Selain itu, ada juga faktor penghambat penting lainnya yang membuat aktivitas ekspor menjadi sulit dan kurang efektif baik itu pada tingkat pembuatan keputusan, maupun lingkungan.

Yang menjadi perhatian para peneliti di bidang ini adalah peranan faktor penghambat dalam memulai ekspor, terutama pada tahap pra-ekspor, karena ketidakmampuan untuk mengatasi kendala-kendala pada tahap awal ini sering membuat perusahaan bersikap pasif terhadap bisnis di luar negeri menyebabkan kegagalan dalam aktivitas ekspor selanjutnya, dan bahkan membuat perusahaan

mengundurkan diri dari kegiatan ekspor. Berdasarkan sudut pandang noneksporir, faktor-faktor penghambat ekspor bisa di klasifikasikan sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Faktor Penghambat Ekspor

	Internal	Eksternal
Domestik	<ul style="list-style-type: none"> • Staf ekspor yang terbatas/tidak terlatih • Kapasitas produksi terbatas • Personal manajemen dan waktu yang terbatas • Informasi untuk mencari/menganalisa pasar asing terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesulitan menangani urusan dokumentasi/prosedur • Kurangnya bantuan dan insentif dari pemerintah
Asing	<ul style="list-style-type: none"> • Standar/spesifikasi produk yang berbeda di luar negeri • Lambatnya/sulitnya menagih pembayaran dari luar negeri • Sulit mencari representative yang sesuai • Resiko/biaya yang besar dengan menjual di luar negeri • Tidak mampu menawarkan harga bersaing di luar negeri • Tidak mampu menyediakan <i>technical/after sales service</i> • Terbatasnya saluran distribusi di luar negeri • Kesulitan transportasi/tingginya biaya pengapalan/pengiriman 	<ul style="list-style-type: none"> • Kebiasaan dan sikap konsumen asing yang berbeda • Sulit memahami praktek bisnis luar negeri • Masalah bahasa dan komunikasi • Adanya biaya tarif dan nontarif yang tinggi • Persaingan ketat di pasar luar negeri • Kurs nilai tukar yang terlalu berfluktuasi/merugikan • Peraturan/hukum asing yang merugikan

Sumber : Leonidou dalam Gregorius (2004).

Sementara itu, di dalam penelitian terhadap 112 perusahaan noneksporir di Cyprus, Leonidou dalam Gregorius (2004) menyimpulkan enam faktor terpenting yang menghambat noneksporir untuk memulai kegiatan ekspor, yaitu :

1. Persaingan yang ketat di pasar asing, baik dari pesaing domestik maupun pesaing asing
2. Tidak mampu menawarkan harga yang bersaing di luar negeri

3. Informasi untuk mencari/menganalisis pasar asing terbatas
4. Personel manajemen dan waktu yang terbatas
5. Resiko/biaya yang besar dengan menjual ke luar negeri
6. Kurangnya bantuan dan intensif dari pemerintah

F. Kebijakan Pemasaran Ekspor

Perusahaan yang berkecimpung di berbagai pasar internasional, umumnya menghadapi pilihan strategi yang berbeda-beda di tiap-tiap Negara yang dimasuki. Posisi kompetitif perusahaan di pasar luar negeri yang diperoleh pada waktu tertentu biasanya secara langsung mempengaruhi kemampuan perusahaan bersangkutan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, yang pada gilirannya berdampak pada tujuan korporat. Apabila perusahaan yang belum memiliki kemampuan seperti itu, maka perusahaan tersebut harus mengembangkan posisi kompetitif yang mampu memberikan kemampuan yang di harapkan itu.

Posisi perusahaan saat ini di pasar luar negeri akan menentukan berbagai alternatif posisi yang tersedia dan pilihan startegi pemasaran kompetitif internasional akan sangat bergantung pada posisi perusahaan dalam industri yang dimasuki pada waktu tertentu.

a. Dokumen-dokumen Ekspor

Adapun yang termasuk dalam dokumen-dokumen ekspor adalah sebagai berikut (Amir M.S, 2004) :

1. *Packing List*

Packing List merupakan dokumen yang di dalamnya menjelaskan tentang isi barang-barang yang telah di bungkus atau di pak di dalam peti, kardus dan juga

berisi jenis bahan pembungkus/pengepak serta cara pengepakan yang berfungsi mempermudah pemeriksaan bea cukai

2. *Invoice*

Invoice merupakan dokumen perincian nota tentang keterangan barang-barang yang di jual serta harga dari barang-barang tersebut, kemudian di tunjukkan kepada pembeli dan alamatnya sesuai dengan L/C

3. *Letter of Credit (L/C)*

Letter of Credit merupakan dokumen yang di terbitkan oleh bank devisa atas permintaan importir kepada eksportir untuk menarik uang sesuai yang tercantum dalam L/C tersebut dan juga merupakan bukti pembayaran atas transaksi yang dilakukan oleh eksportir dan importir

4. *Shipping Instruction (SI)*

Shipping Instruction merupakan dokumen yang dikeluarkan oleh *shipper* (eksportir) kepada *karier* (maskapai pengangkutan) sebagai perintah untuk mengapalkan barang

5. *Bill of Lading*

Bill of Lading merupakan dokumen yang di keluarkan oleh pihak pelayaran yang merupakan tanda terima penyerahan barang bahwa barang telah di muat di atas kapal

6. *Air Waybill*

Air Waybill merupakan dokumen yang di keluarkan oleh maskapai penerbangan sebagai bukti bahwa barang telah di terima oleh maskapai penerbangan yang di kirim melalui udara untuk orang dan dalam alamat yang ada, fungsi *air waybill* sama dengan *bill of lading* hanya saja *air waybill* untuk transportasi udara

7. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

Pemberitahuan ekspor barang merupakan dokumen pabean yang di gunakan untuk pemberitahuan ekspor yang di tulis oleh eksportir dan di ajukan kepada bea cukai sebagai syarat melakukan ekspor

8. *Certificate of Origin (COO)*

Certificate of Origin atau surat keterangan asal (SKA) merupakan dokumen yang menyebutkan negara asal suatu barang tersebut di produksi yang diterbitkan oleh pemerintah yaitu kantor wilayah departemen perdagangan dan perindustrian.

b. Pihak-pihak yang Terlibat Dalam Ekspor

Para pelaksana dalam perdagangan international, dalam arti kata pelaksana ekspor-impor dapat di bagi dalam 5 (lima) kelompok sebagai berikut (Amir M.S. 2006) :

1. Kelompok Indentor

Telah dikemukakan bahwa biila mana kebutuhan atau suatu barang belum dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri, maka terpaksa di impor dari luar negeri. Diantara barang-barang kebutuhan itu ada yang di impor untuk konsumsi sendiri dan adakalanya untuk di jual kembali. Perlu dikemukakan bahwa tidak semua peminat barang impor melaksanakan impornya sendiri langsung dari luar negeri, tapi malah sebagian besar pelaksanaan impor itu mereka serahkan pada perusahaan yang sudah biasa mengimpor jenis barang yang di butuhkan itu.

Tegasnya adalah bahwa para peminat ini menempatkan pesanan kepada importer yang sudah biasa. Para indentor ini pada umumnya terdiri dari :

a. Para pemakai langsung

Kontraktor minyak dari Amerika sudah biasa memesan makanan dan minuman kaleng langsung dari negaranya, yang di impor untuk kebutuhan konsumsi tenaga asing yang berekerja di Indonesia. Begitu pula pabrik-pabrik yang memesan suku cadang yang di butuhkan ke luar negeri.

b. Para pedagang

Pengusaha toko maupun supermarket-supermarket di kota-kota besar termasuk juga para grosir, biasanya melakukan indent (pemesanan).

c. Pengusaha perkebunan, industriawan dan instansi pemerintah

Kebanyakan para pengusaha industri dan perkebunan serta instansi pemerintah dalam memenuhi kebutuhan barang impor, biasanya menempatkan indent para importer, mengadakan kontrak pengadaan barang impor ataupun menunjuk para importer sebagai handle impor mereka dalam menyusun dan menandatangani kontrak indent antara indentor dan importer kedua belah pihak seyogyanya sangat berhati-hati. Dalam praktek tidak jarang kontrak-kontrak indent membawa keributan dan sering kali di jadikan alat manipulasi impor baik oleh indentor maupun oleh importer.

2. Kelompok Importer

Dalam perdagangan internasional, importer memikul tanggung jawab kontraktual atau terlaksananya dengan baik barang yang di impor. Hal ini berarti importer memikul resiko atas segala sesuatu mengenai barang yang di impor baik resiko kerugian, kerusakan dan keterlambatan dari barang yang di pesan, termasuk resiko penipuan dan manipulasi. Karena sebaiknya importer berhati-hati dalam menyusun kontrak dalam menilai indentor pemasok serta dalam mengambil tindakan pengamanan atas resiko kerugian seperti dalam penentuan persyaratan

asuransi, pengangkutan superior dalam penentu jasa transportasi, angkutan dan lain sebagainya.

Pelimpahan ini misal kerusakan dan kerugian di limpahkan pada maskapai asuransi. Para importer ini umumnya terdiri dari :

a. Pengusaha impor

Pengusaha impor atau lazim disebut dengan Impor-Merchant adalah badan usaha yang di beri izin oleh pemerintah dalam bentuk TAPPI (Tanda Pengenal Pangkuan Importir) untuk mengimpor barang yang khusus disebut dalam izin tersebut, dan tidak berlaku untuk barang lain di luar yang disebut dalam TAPPI tersebut.

b. Approved Importer (Approved Traders)

Yang di maksud dengan Approved Importer atau lebih dikenal dengan istilah Approved Traders, sesungguhnya hanyalah pengusaha impor biasa yang secara khusus diistimewakan oleh pemerintah.

c. Importir terbatas

Pemerintah telah memberikan izin khusus kepada perusahaan PMA dan PMDN dalam rangka UU PMA/PMDN untuk mengimpor mesin-mesin dan bahan baku yang diperlukannya sendiri (tidak diperdagangkan). Izin yang diberikan dalam bentuk APIT (Angka Pengenal Import Terbatas) yang dikeluarkan oleh BKPM atas nama Menteri Perdagangan.

d. Importir umum

Importir umum adalah sebuah perusahaan impor yang khusus mengimpor aneka macam barang dagangan. Perusahaan ini biasanya memperoleh status sebagai importir umum, yaitu Perusahaan Perseorangan atau Persero Niaga yang sering disebut *Trading House* atau Wisma Dagang

yang dapat mengimpor barang-barang mulai dari barang kelontong sampai instalasi lengkap suatu pabrik.

e. Agent Importers

Yaitu perusahaan asing yang memiliki minat untuk memasarkan barang di Indonesia yang seringkali mengangkat perusahaan daerah/setempat sebagai Kantor Perwakilannya. Atau menunjuk suatu Agen Tunggal yang akan mengimpor hasil produksinya di Indonesia.

3. Kelompok Promosi

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan export dan import selalu dihadapkan pada masalah pergadangan internasional yang merupakan bagian dari masalah ekonomi nasional. Supaya kegiatan perdagangan internasional dalam export dan import dapat berjalan. Diperlukan dukungan dari berbagai pihak yang secara tidak langsung terlibat dalam kegiatannya. Semua ini bertujuan untuk mendatangkan devisa yang besar bagi sebuah negara. salah satunya yaitu pihak promosi, yang terdiri dari :

- a. Kantor Perwakilan dari produsen/eksportir asing di negara konsumen/importir.
- b. Kantor Perwakilan Kamar Dagang dan Industri dalam dan luar negeri.
- c. *Trade Fair* (Misi perdagangan dan pameran dagang internasional) yang senantiasa diadakan di pusat perdagangan dunia seperti Jakarta Fair, Jakarta International Expo (JIExpo), ASIA EXPO-SINGAPORE, Kenfair Exhibition (Hong Kong) dan sebagainya.
- d. Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), yaitu sebuah Instansi khusus yang didirikan oleh Department Perdagangan untuk melakukan kegiatan pengembangan dan promosi komoditi Indonesia ke luar negeri.

- e. Kantor Bank Devisa (DN/LN)
- f. Majalah Dagang dan Industri
- g. Brosur dan Leaflet serta pricelist dari masing-masing pengusaha.

4. Kelompok Eksportir

Kalau Importir dengan kata lain disebut pembeli (buyer) maka eksportir lazim pula disebut sebagai penjual (seller) ataupun juga sebagai pemasok (pemasok) atau supplier.

Antara kedua kelompok inilah sesungguhnya terjadi ikatan kontrak perdagangan internasional. Kedua kelompok inilah, importir dan eksportir yang merupakan pelaku utama perdagangan internasional.

Para Eksportir ini pada umumnya terdiri dari (Amir MS, 2006) :

a. Ekportir

Ekportir/produsen merupakan pihak yang sebagian hasil produksinya diperuntukkan untuk pasar internasional. Yaitu pengurusan ekspor yang dilakukan oleh produsen/perusahaan yang bersangkutan.

b. Confirming House

Confirming house yaitu perusahaan domestik (lokal) yang beroperasi sesuai dengan hukum dan undang-undang daerah. Dan bekerja untuk dan atas perintah kantor pusat yang berada diluar negeri. Perusahaan luar negeri (asing) banyak yang mendirikan kantor cabang atau bekerja sama dengan perusahaan daerah untuk mendirikan anak perusahaan di dalam negeri. Kantor cabang ini bekerja atas perintah kantor pusat untuk kepentingan kantor pusatnya. Badan usaha semacam ini disebut dengan *confirming house*. Tugas kantor cabang atau anak perusahaan biasanya melakukan

usaha pengumpulan, sortasi, *up grading*, dan pengepakan ekspor dari komoditi lokal.

c. Pedagang Export (Export-Merchant)

Yaitu sebuah badan usaha yang memiliki izin dari pemerintah berupa kartu Angka Pengenal Ekspor (APE) dalam bentuk Surat Pengakuan Eksportir. Dan memiliki izin untuk melaksanakan ekspor komoditi yang dicantumkan dalam surat tersebut. *Export Merchant* beroperasi untuk dan atas kepentingan dari produsen dalam negeri yang diwakilinya.

d. Agen Export (Export-Agent)

Dalam hal ini export agent disebut juga sebagai export merchant. Tidak hanya dalam hal bisnis dalam ruang lingkup export-import tapi hubungan ini lebih kepada ikatan perjanjian.

e. Wisma Dagang (Trading House)

Yaitu perusahaan yang telah memiliki status. Dalam hal ini tidak ada pembatasan pada satu atau dua komoditi saja, tetapi suatu perusahaan atau eksportir dapat mengembangkan ekspornya menjadi beraneka macam komoditi. Maka eksportir demikian mendapat status *General Exporters*. Perusahaan yang telah memiliki status seperti ini sering disebut dengan Wisma Dagang (*Trading House*) yang dapat mengekspor aneka komoditi dan mempunyai jaringan pemasaran dan kantor perwakilan di pusat-pusat dagang dunia. Perusahaan ini memperoleh fasilitas tertentu dari pemerintah baik dalam bentuk fasilitas perbankan maupun perpajakan.

G. Kerangka Pikir Penelitian

