



PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN EKSPOR HASIL PERIKANAN DARI ACEH KE PASARAN REGIONAL.

Oleh Sudari Pawiro-INFOFISH Kuala Lumpur

(Bagian 2)

I. Ekspor Hasil Perikanan Indonesia ke Pasar Regional

Pada tahun 2007 total ekspor hasil perikanan dari seluruh Indonesia ke Malaysia berjumlah 49 984 ton bernilai US\$ 51.6 juta. Sedang ekspor ke Singapore dan Thailand mencapai masing-masing sebesar 54 527 ton dan 111 758 ton. Ekspor ke Thailand sebagian besar adalah ikan cakalang dan tuna untuk bahan baku pengalengan di Negara tersebut.

Tabel 4: Total ekspor hasil perikanan Indonesia ke pasaran regional

Ekspor ke	Ton	US\$1000
Malaysia	49 984	51 552
Thailand	111 758	55 022
Singapore	54 527	73 599

II. Peluang dan Tantangan untuk Aceh.

Aceh memiliki potensi yang besar untuk mengeksploitasi pertumbuhan permintaan ikan di pasaran regional. Ekspor hasil perikanan dari Aceh sudah menembus pasar Malaysia dan Singapura sejak sekian lama, meskipun secara tidak langsung yaitu melalui Belawan, Medan. Ikan-ikan seperti tenggiri, tongkol, kakap, kerapu, udang windu dan udang karang, cumi-cumi dan lain-lain banyak diekspor ke pasaran regional melalui pedagang atau pengolah di Medan. Hanya saja keinginan untuk melakukan ekspor secara langsung dari

Aceh ke pasaran regional banyak mengalami hambatan dan tantangan antara lain:

- ❑ Skala produksi yang terbatas terutama untuk jenis-jenis yang layak ekspor sehingga pelaku pasar sulit untuk mendapatkan volume yang mencukupi untuk dikirim langsung ke luar negeri
- ❑ Pelaku pemasaran (misalnya pedagang ikan Aceh) memiliki ketergantungan yang sangat besar pada agen atau eksportir di Medan dalam hal keuangan, akses pasar, kepastian bisnis/pembayaran
- ❑ Tersedianya prasarana perikanan yang terbatas seperti prasarana pasca panen (cold room/cold storage), pelabuhan ekspor, pengangkutan
- ❑ Pedagang ikan Aceh banyak yang melakukan praktek dagang secara tradisional (cash and carry), antara lain karena keterbatasan modal, pengetahuan yang terbatas mengenai perbankan (pembukaan letter of credit) dll.
- ❑ Pasar lokal di Aceh kadang-kadang memberikan insentif yang lebih baik untuk jenis-jenis ikan tertentu seperti harga yang lebih tinggi dibandingkan harga di pasaran ekspor sehingga tidak ada insentif bagi pedagang untuk melakukan ekspor untuk jenis tersebut.
- ❑ Selain itu banyak faktor-faktor lain yang berkaitan dengan kondisi sosio-ekonomi-politik yang kadang-kadang menjadi tantangan tersendiri dalam mengembangkan ekspor langsung dari Aceh.

III. Strategi umum dalam pengembangan ekspor untuk Aceh

Berikut adalah strategi-strategi umum yang perlu dijajagi lebih lanjut yang mungkin dapat dilaksanakan untuk pengembangan ekspor hasil perikanan dari Aceh:

1. Focus kepada komoditi ikan bernilai tinggi: mengingat produksi yang terbatas dan pasar lokal yang begitu besar, maka pengembangan ekspor diharapkan tidak mengurangi atau mengganggu pasokan ikan untuk pasaran lokal. Oleh karena itu, pengembangan ekspor perlu difokuskan untuk komoditi bernilai tinggi yang kurang mendapat sambutan di pasar lokal seperti kerapu, lobster, udang windu, tuna, layur dan lain-lain. Komoditi bernilai tinggi seperti kerapu dan lobster juga dapat diekspor hidup ke pasaran regional baik melalui cargo udara atau kapal pengangkut ikan hidup.
2. Pemerintah daerah perlu menetapkan dan mengembangkan pelabuhan perikanan yang dapat dikembangkan sebagai pelabuhan

- ekspor, misalnya Pelabuhan Idi atau Langsa yang secara geografis dekat dengan Lumut, Perak, Malaysia. Oleh karena itu perundingan dan negosiasi untuk kerjasama perdagangan dengan pihak Lumut, Malaysia perlu diintensifkan.
3. Alternatif lainnya adalah dengan memanfaatkan kapal cargo dari Penang-Langsa di mana kapal tersebut yang membawa barang dari Penang dan kembali ke Penang dalam keadaan kosong mungkin dapat digunakan untuk mengangkut hasil perikanan ke Malaysia.
 4. Karena adanya hambatan untuk memenuhi jumlah yang mencukupi untuk ekspor produk perikanan secara langsung, maka perlu dijajagi kemungkinan melakukan ekspor bersama-sama dengan produk pertanian lainnya yang berpotensi dari Aceh seperti emping melinjo, keripik pisang, dan produk-produk makanan traditional dari Aceh untuk disasarkan ke konsumen masyarakat Aceh di Malaysia atau negara lainnya.
 5. Untuk memberdayakan dan menyatukan pelaku-pelaku pemasaran ikan maka perlu dibentuk organisasi atau asosiasi pedagang seluruh Aceh yang kuat. Pembentukan asosiasi penting antara lain untuk menyatukan kekuatan dalam menghadapi persaingan dan untuk melakukan promosi bersama, perundingan dagang dengan pihak (Asosiasi) di luar negeri dan usaha-usaha pembinaan internal terhadap anggota.
 6. Dalam jangka menengah perlu mendorong investasi di bidang pengolahan hasil perikanan yang berorientasi ekspor di Aceh dan juga pembangunan sarana cold room untuk menampung hasil tangkapan tuna yang mempunyai potensi besar di pasaran international.
 7. Secara umum perlu adanya kerjasama dan koordinasi yang erat antar instansi pemerintah dan stakeholders perikanan di Aceh untuk bersama-sama mengembangkan ekspor secara langsung dari Aceh.
-