arghajata

Membuka Peluang Pasar Global bagi Perikanan Budidaya Indonesia:

Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih

REPORT





Budidaya perikanan Keramba Jaring Apung (KJA) di perairan pesisir Lampung, Indonesia (Foto: Arghajata Consulting)

Membuka Peluang Pasar Global bagi Perikanan Budidaya Indonesia:

Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih

Mengapa Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih membutuhkan strategi yang berbeda untuk bersaing di pasar ekspor?

Indonesia memiliki peluang bersaing di pasar global dengan potensi besar untuk mengembangkan perikanan budidaya sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi. Dengan wilayah perairan yang luas, keragaman komoditas, dan pengalaman dalam perdagangan hasil laut, negara kepulauan ini memiliki pondasi untuk memperluas perannya di pasar perikanan internasional.

Namun, potensi produksi yang besar tidak selalu berarti peluang ekspor dapat langsung ditangkap. Di pasar global, daya saing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan ikan, tetapi juga oleh harga, kualitas, bentuk produk, konsistensi pasokan, dan kesesuaian dengan kebutuhan pembeli.

Untuk memahami peluang tersebut, kajian *Feasibility and Market Assessment* yang didukung oleh **COAST Facility Indonesia dan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP)** mengevaluasi tiga komoditas perikanan budidaya Indonesia, yaitu **Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih.**

Kajian ini menggabungkan analisis pasar domestik dan internasional, penilaian kelayakan budidaya, konsultasi dengan eksportir dan pelaku industri, serta pengamatan lapangan di sejumlah sentra produksi, termasuk Lampung, Situbondo, Gili Ketapang - Probolinggo, dan Kepulauan Meranti.

Tujuannya bukan hanya mengidentifikasi negara tujuan ekspor, tetapi juga memahami apa yang perlu diperbaiki agar produksi perikanan budidaya di Indonesia dapat berkembang menjadi usaha yang kompetitif dan berkelanjutan.

Hasil kajian menunjukkan satu temuan utama

"ketiga komoditas memiliki peluang ekspor, tetapi masing-masing membutuhkan pendekatan pengembangan yang berbeda."

Untuk memahami lebih dalam mengenai ketiga komoditas ini, berikut pembahasan lengkap yang dapat Anda simak.



Pembudidaya menggunakan jaring di dalam bak fasilitas budidaya ikan kerapu cantang di pesisir Jawa Timur. (Foto: Arghajata Consulting)

Bawal Bintang

Membangun Penerimaan Pasar Sebelum Meningkatkan Produksi



Bawal adalah ikan yang bukan termasuk komoditas baru dalam perdagangan perikanan internasional. Biasanya, pasar seperti China, Hong Kong, Vietnam, dan sejumlah negara Timur Tengah telah mengenal dan memperdagangkan berbagai jenis bawal. Namun, permintaan tersebut masih didominasi oleh bawal hitam dan bawal putih yang telah memiliki pasar dan preferensi pembeli tersendiri.

Lain dengan Bawal Bintang hasil budidaya Indonesia yang memiliki kondisi berbeda. Meskipun peluang untuk memasuki pasar yang sudah terbentuk, penerimaan pembeli internasional terhadap komoditas ini masih perlu dibangun dan divalidasi.

Artinya, tantangan pada komoditas Bawal Bintang bukan sekadar menemukan negara dengan konsumen bawal, tetapi memastikan pembeli memiliki alasan untuk memilih Bawal Bintang dibandingkan produk yang sudah mereka kenal.

Peluang Pasar Sudah Ada, tetapi Daya Saing Harga Masih Terbatas

Salah satu tantangan utama Bawal Bintang adalah harga di tingkat pembudidaya yang masih relatif tinggi, yakni sekitar **Rp80.000–95.000 per kilogram.**

Sebagai perbandingan, indikator harga perdagangan bawal di beberapa pasar internasional berada pada kisaran **USD5,4/kg di Italia, USD5,0/kg di Hong Kong, dan USD4,6/kg di Amerika Serikat.** Meskipun menunjukkan peluang, angka tersebut merupakan acuan indikatif perdagangan berbagai jenis bawal, bukan tingkat harga yang sudah terkonfirmasi untuk Bawal Bintang Indonesia.

Negara Pengimpor	Harga Nilai per Volume (USD/kg)	
Italia	5,36	
Singapura	4,97	*3 harga impor tertinggi*
Britania Raya	4,61	
Amerika Serikat	4,47	
Portugal	3,74	
Jepang	3,60	
Spanyol	2,91	
Korea Selatan	2,77	
Malaysia	2,39	*3 harga impor terendah*
Thailand	1,40	

Negara Pengekspor	Harga Nilai per Volume (USD/kg)	
Singapura	4,98	
Belanda	4,59	*3 harga ekspor tertinggi*
Brasil	4,13	
Amerika Serikat	3,32	
Australia	2,73	
Korea Selatan	2,24	
Norwegia	2,17	
India	1,91	
Pakistan	1,79	*3 harga ekspor terendah*
Myanmar	1,30	

Sumber: Harga Perdagangan Bawal per Unit pada tahun 2024, Market Tridge

Dengan harga di tingkat pembudidaya yang mendekati indikator harga pasar internasional, ruang untuk menanggung biaya pengolahan, pengemasan, logistik, dan ekspor menjadi terbatas. Karena itu, kajian ini mengidentifikasi target harga di tingkat pembudidaya sekitar **Rp60.000–64.000/kg** untuk membuka ruang daya saing yang lebih baik.

Namun, menurunkan harga saja tidak cukup. Bawal Bintang juga perlu membangun posisi sebagai produk ikan budidaya pada segmen menengah hingga premium, dengan keunggulan pada kualitas yang konsisten, ketersediaan pasokan, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar.

Memilih Pasar yang Tepat Sebelum Melakukan Ekspansi

Preferensi Pasar Global					
Kawasan	**Negara**	**Preferensi Pasar**	**Bentuk Produk**	**Atribut Utama**	**Relevansi bagi Bawal Bintang Indonesia**
Asia Timur	China, Hong Kong	Preferensi terhadap spesies premium seperti bawal silver; permintaan didorong budaya konsumsi	Ikan hidup dan segar utuh	Kesegaran, tampilan, tekstur, kesan premium	**Sedang** — Berpotensi untuk format ikan utuh, tetapi validasi permintaan tetap diperlukan karena pasar cenderung memilih spesies premium
	Jepang	Preferensi pada produk berkualitas tinggi dan terstandarisasi, terutama untuk momen peringatan tertentu	Ikan hidup, segar utuh, fillet, dan potongan	Kualitas konsisten, tekstur lembut, rasa manis, standar keamanan pangan tinggi	**Sedang** — Berpotensi untuk ikan utuh, namun tetap memerlukan validasi permintaan di pasar premium
Asia Tenggara	Vietnam	Permintaan dari ritel tradisional dan modern; preferensi ukuran seragam, umumnya di bawah 1 kg	Ikan utuh segar dan produk beku	Kesegaran, mutu konsisten, daging putih bersih, rasa manis	**Sedang** — Relevan untuk produk segar dan beku apabila harga kompetitif dan pasokan konsisten
	Malaysia	Sudah dikenal dalam konsumsi lokal, tetapi pasar sensitif terhadap harga; segmen premium tetap cenderung memilih bawal silver	Ikan utuh segar dan produk beku	Tekstur daging padat, rasa manis	**Sedang** — Familiar secara pasar, tetapi daya saing harga tetap menjadi faktor utama
	Thailand	Preferensi pada black pomfret tangkapan alam, terutama dari Indonesia timur	Ikan utuh beku dan gutted fish	Tekstur padat, rasa gurih, ukuran ikan lebih besar	**Sedang** — Berpotensi untuk produk beku, tetapi Bawal Bintang memerlukan pengenalan pasar dan validasi pembeli

Timur Tengah	Arab Saudi, UEA, Yaman, Oman, Qatar, Kuwait	Pasar akhir cenderung menyerap fillet dan produk praktis; ada preferensi kuat pada white-fish species	Ikan utuh beku, gutted fish, serta porsi/fillet	Warna daging putih, tekstur padat, jaminan keamanan pangan	**Sedang** — Relevan untuk produk utuh beku atau gutted fish karena pasar sudah menunjukkan permintaan pada white-fish species
Amerika Utara	Amerika Serikat	Banyak digunakan di foodservice; preferensi pada whole/gutted fish di BBQ dining dan fillet/ porsi di HORECA	Ikan utuh beku, gutted fish, porsi/ fillet	Tekstur konsisten dan padat, daging tebal, rasa bersih, tampilan menarik	**Rendah–Sedang** — Potensi ada, tetapi akses pasar lebih terbatas karena familiaritas pembeli, positioning spesies, dan kepatuhan pangan
Eropa	Inggris, Spanyol, Portugal, Italia	Preferensi pada spesies premi-um seperti silver pomfret	Ikan hidup dan segar	Kesegaran, tampilan, tekstur, mutu premium, daging padat, rasa manis	**Rendah–Sedang** — Potensial untuk ikan utuh, tetapi tetap me-merlukan validasi per-mintaan karena pasar cenderung menyukai spesies premium

Sumber: Analisis Arghajata

Hasil kajian menunjukkan bahwa peluang pasar Bawal Bintang perlu dikembangkan secara bertahap. **China** menjadi salah satu prioritas awal karena telah memiliki permintaan terhadap bawal Indonesia. Namun, permintaan yang teridentifikasi terutama berasal dari jenis bawal lain, sehingga minat pembeli terhadap Bawal Bintang tetap perlu divalidasi.

Vietnam dan **Timur Tengah** dapat dikembangkan sebagai pasar berikutnya dengan mempertimbangkan preferensi pembeli terhadap jenis dan bentuk produk. Sementara itu, **Hong Kong** dan **Italia** menawarkan indikator harga yang relatif menarik, tetapi membutuhkan validasi penerimaan produk.

Selanjutnya, **Amerika Serikat** menjadi peluang pengembangan lebih lanjut, khususnya untuk produk ikan utuh maupun olahan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pendekatan pemilihan pasar untuk Bawal Bintang tersebut menegaskan pentingnya memvalidasi permintaan sebelum meningkatkan skala produksi, di mana, pengembangan dapat dimulai melalui promosi produk, komunikasi langsung dengan calon pembeli, pengiriman sampel, pengujian kualitas, hingga pengiriman percobaan.

Nantinya, hasilnya ini menjadi dasar untuk menentukan pasar prioritas dan kesiapan ekspansi. Apabila permintaan ekspor belum cukup kuat, pasar domestik melalui hotel, restoran, katering, ritel modern, dan pasar penjualan ikan premium dapat diperkuat sebagai jalur pertumbuhan alternatif.

Menekan Biaya Produksi untuk Meningkatkan Daya Saing

Di sisi produksi, kajian menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi dapat membantu Bawal Bintang mencapai harga yang lebih kompetitif.

Model Optimalisasi Biaya Produksi Bawal Bintang			
Komponen	**Kondisi Saat Ini**	**Skenario Moderat**	**Skenario Terbaik**
1. Input dan Skala Produksi			
Lama siklus produksi (bulan/siklus)	8	8	8
Volume pakan (ton/siklus)	22,95	24,30	24,30
Rasio konversi pakan (FCR)	2,50	2,50	2,50
Jumlah petak keramba	60	60	60
Total luas petak keramba (m^2)	540	540	540
2. Kinerja Produksi			
Tingkat kelangsungan hidup (%)	85	90	90
Bobot panen rata-rata (kg/ekor)	0,60	0,60	0,60
Total volume panen (kg/siklus)	9.180	9.720	9.720
3. Biaya Variabel			
Harga benih (Rp/ekor)	1.800	1.500	1.500
Total biaya benih (Rp/siklus)	32.400.000	27.000.000	27.000.000
Harga pakan (Rp/kg)	22.500	18.000	16.000
Total biaya pakan (Rp/siklus)	516.375.000	437.400.000	388.800.000

4. Biaya Lainnya			
Suplemen dan obat-obatan (Rp/siklus)	200.000	200.000	200.000
Biaya tenaga kerja (Rp/siklus)	32.000.000	32.000.000	32.000.000
Biaya pemeliharaan fasilitas (Rp/siklus)	790.000	790.000	790.000
Biaya bahan bakar (Rp/siklus)	12.000.000	12.000.000	12.000.000
5. Kinerja Ekonomi			
Total biaya produksi (Rp)	593.765.000	509.390.000	460.790.000
Biaya produksi per kg (Rp/kg)	64.680,28	52.406,38	47.406,38
Harga jual pembudidaya (Rp/kg)	80.000	64.000	60.000
Total pendapatan (Rp)	734.400.000	622.080.000	583.200.000
Laba per siklus (Rp)	140.635.000	112.690.000	122.410.000
Margin laba bersih (%)	19,15%	18,12%	20,99%

Sumber: Analisis Arghajata

Catatan: Skenario moderat dan terbaik merupakan simulasi optimalisasi biaya produksi, bukan hasil perbaikan yang telah terealisasi. Perhitungan profitabilitas mengasumsikan seluruh hasil panen dapat terjual pada harga masing-masing skenario.

Simulasi perbaikan mencakup penurunan harga pakan dari **Rp22.500** menjadi **Rp16.000/kg**, penurunan harga benih dari **Rp1.800** menjadi **Rp1.500/ekor**, serta peningkatan tingkat kelangsungan hidup ikan (*survival rate*) dari **85%** menjadi **90%**. Peningkatan *survival rate* tersebut, berpotensi menaikkan hasil panen dari **9.180 kg** menjadi **9.720 kg** per siklus, tanpa menambah jumlah benih awal yang ditebar.

Jika perbaikan tersebut dapat dicapai, biaya produksi per kilogram diperkirakan turun sekitar **19–27%**, dari Rp64.680 menjadi sekitar **Rp47.406–52.406/kg.** Angka ini merupakan hasil simulasi, sehingga pencapaiannya tetap bergantung pada kondisi budidaya, efektivitas kemitraan pasokan, serta kemampuan menyerap hasil panen.

Dengan demikian, strategi Bawal Bintang perlu berjalan melalui dua jalur yang saling mendukung, yaitu dengan membangun permintaan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi produksi.

Kerapu Cantang

Memperkuat Rantai Pasok untuk Memanfaatkan Pasar yang Sudah Ada



Berbeda dengan Bawal Bintang, Indonesia sudah memiliki pengalaman dan jaringan perdagangan kerapu di pasar internasional. Pasar Asia Timur, khususnya China dan Hong Kong, dikenal memiliki permintaan kuat terhadap kerapu hidup. Namun, segmen tersebut masih didominasi jenis premium seperti kerapu sunu, macan, dan mosso.

Dalam hal ini, Kerapu Cantang memiliki peluang yang berbeda karena potensi ekspansinya lebih besar pada pasar yang terbuka terhadap produk kerapu beku dan olahan, dengan penekanan pada spesifikasi produk, kualitas, serta harga yang kompetitif.

Preferensi Pasar Global dan Relevansinya terhadap Kerapu Cantang Indonesia					
Kawasan	**Negara**	**Preferensi Pasar**	**Bentuk Produk**	**Atribut Produk Utama**	**Relevansi terhadap Kerapu Cantang**
Amerika Utara	Amerika Serikat	Pembeli lebih mengutamakan tekstur, warna, rasa, keamanan pangan, dan konsistensi pasokan dibandingkan jenis kerapu tertentu.	Fillet beku, potongan, produk olahan	Daging putih, rasa ringan, tekstur padat, kualitas konsisten, pasokan beku yang andal	**Tinggi** – Kerapu Cantang berpotensi menjadi bahan baku budidaya untuk fillet beku dan produk olahan dengan pasokan yang konsisten.
Asia Tenggara	Vietnam, Malaysia, Singapura	Preferensi spesies relatif fleksibel; Vietnam juga berpotensi menjadi pusat pengolahan dan redistribusi.	Ikan hidup, segar utuh, beku utuh, fillet	Harga kompetitif, ketersediaan pasokan, keseragaman ukuran	**Sedang–Tinggi** – Berpotensi masuk apabila harga kompetitif dan pasokan konsisten, dengan permintaan bergantung pada saluran pembeli dan preferensi spesies.
Asia Timur	China, Hong Kong	Preferensi kuat terhadap kerapu hidup premium, terutama Sunu dan Tungsing, dengan perdagangan terpusat di Hong Kong dan China.	Ikan hidup utuh, ikan segar utuh	Kesegaran, tampilan, jenis premium, tekstur padat, persepsi kualitas ikan tangkap	**Rendah–Sedang** – Berpotensi memasuki segmen ikan hidup/segar dengan harga lebih terjangkau, tetapi kurang relevan bagi pembeli premium.
Timur Tengah	Arab Saudi, UEA, Yaman, Oman, Qatar, Kuwait	Pembeli cenderung memilih Kerapu Mosso hasil tangkap dibandingkan Kerapu Cantang budidaya.	Ikan utuh segar/ beku, tanpa kepala, tanpa isi perut	Tekstur padat, ukuran besar, cita rasa kuat, persepsi kualitas ikan tangkap	**Rendah–Sedang** – Potensi masih terbatas karena preferensi pembeli terhadap Kerapu Mosso hasil tangkap lebih kuat.

Eropa	Negara-negara Uni Eropa	Pasar mengutamakan kepatuhan standar dan kualitas produk, dengan kecenderungan permintaan terhadap produk perikanan terstandarisasi.	Fillet beku, potongan, produk olahan	Ketertelusuran, sertifikasi, keamanan pangan, penanganan higienis, konsistensi kualitas	**Rendah–Sedang** – Berpotensi untuk produk olahan, tetapi akses pasar terkendala persyaratan ketat dan terbatasnya pengenalan pembeli.

Sumber: Market Assessment Kerapu Cantang; hasil in-depth interview (IDI) dan analisis pasar.

Amerika Serikat menjadi salah satu pasar prioritas untuk fillet beku dan produk olahan. Sementara itu, **Vietnam** dan negara-negara **Timur Tengah** menawarkan peluang untuk berbagai bentuk produk, termasuk ikan utuh beku. Italia juga menarik dari sisi harga, meskipun persyaratan akses pasar dan keamanan pangan lebih ketat.

Karena itu, pengembangan Kerapu Cantang tidak perlu dimulai dari pembentukan pasar baru, melainkan dari penyesuaian produk dengan kebutuhan pembeli dan penguatan jalur perdagangan yang sudah tersedia.



Sumber: Alur Perdagangan Ikan Kerapu Hidup, (ADMCF, 2017) (Volga, 2026)

Harga yang Kompetitif Perlu Didukung Produksi yang Lebih Efisien

Indikasi Harga Pasar pada Jalur Ekspor Kerapu Indonesia				
Bentuk Produk	**Pasar Utama**	**Sumber Bahan Baku**	**Harga Bahan Baku (Rp/kg)**	**Indikasi Harga Ekspor (Rp/kg)**
Fillet beku	AS, Eropa, Singapura	Kerapu jenis lain – hasil tangkap dari berbagai wilayah	70.000	**200.000**
Fillet beku	AS, Eropa, Singapura	Kerapu Cantang – budidaya Bali	100.000–150.000	**300.000–400.000**
Ikan utuh beku	Malaysia, Vietnam, Singapura, Timur Tengah	Kerapu Cantang – budidaya Jawa Timur	90.000	**130.000–160.000**
Ikan utuh beku	Malaysia, Vietnam, Singapura, Timur Tengah	Kerapu Mosso – hasil tangkap Indonesia Timur	100.000–150.000	**300.000–400.000**
Ikan hidup premium	China, Hong Kong	Kerapu Tungsing – hasil tangkap Indonesia Timur	250.000	**400.000**
Ikan hidup premium	China, Hong Kong	Kerapu Sunu – hasil tangkap Jawa dan Natuna	400.000	**900.000**

Catatan: Harga merupakan indikasi dari berbagai jalur perdagangan, bukan harga rata-rata nasional. Perbedaan harga bahan baku dan harga ekspor tidak secara langsung mencerminkan margin keuntungan karena belum memperhitungkan rendemen, pengolahan, logistik, dan biaya ekspor.

Tercatat harga Kerapu Cantang di tingkat pembudidaya sekitar **Rp85.000–95.000/kg**, dengan target pengembangan pada kisaran **Rp70.000–75.000/kg**. Untuk mendekati target tersebut, pembudidaya memerlukan peningkatan produktivitas, efisiensi pakan, dan ketersediaan benih yang lebih baik.

Salah satu tantangan produksi adalah ketergantungan pada ikan rucah sebagai pakan. Penggunaan pakan tersebut dapat menimbulkan variasi dalam efisiensi pemberian pakan, kualitas hasil panen, dan pengelolaan operasional.

Transisi bertahap menuju pakan pelet komersial dapat membantu meningkatkan standarisasi budidaya. Namun, penerapannya perlu mempertimbangkan harga pakan dan performa pertumbuhan ikan agar manfaat efisiensinya benar-benar tercapai.

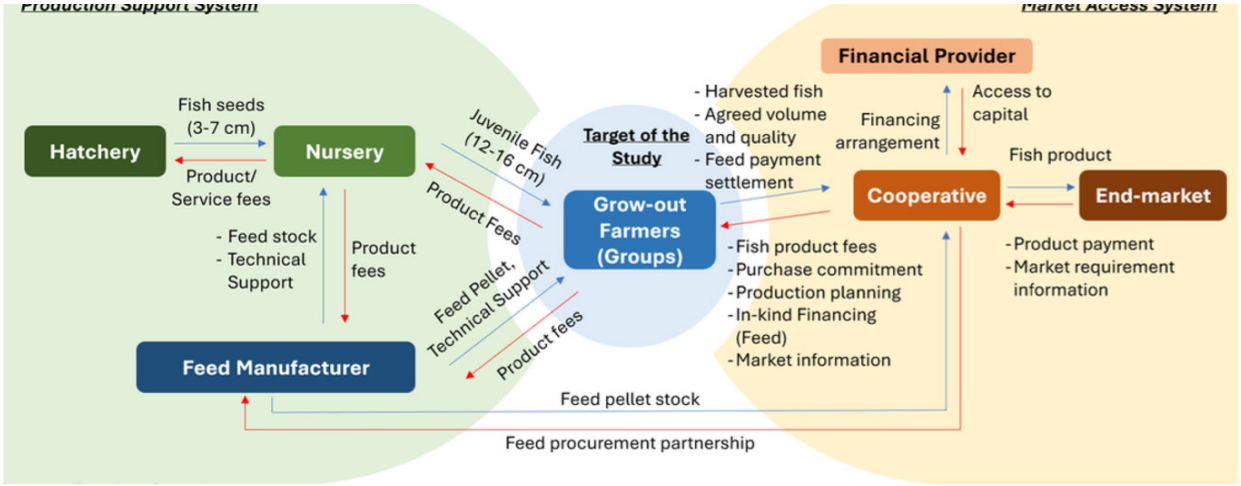
Pada saat yang sama, peningkatan kualitas benih dan praktik budidaya diperlukan untuk memperbaiki survival rate dan menjaga hasil panen tetap konsisten.

Model Bisnis yang Menghubungkan Produksi dan Pasar

Peluang Kerapu Cantang tidak hanya bergantung pada perbaikan di tingkat pembudidaya. Dalam kajian ini juga menekankan pentingnya model bisnis terintegrasi yang menghubungkan seluruh pelaku rantai nilai.

Model yang dikembangkan mencakup unit pembenihan (*hatchery*), pendederan (*nursery*), produsen pakan, pembudidaya, pedagang atau koperasi, hingga pembeli akhir. Dalam model ini, produsen pakan tidak hanya berfungsi sebagai pemasok. Produsen pakan juga dapat mendukung perencanaan kebutuhan pakan, pendampingan teknis, dan peningkatan produktivitas pembudidaya.

Rekomendasi Model Bisnis untuk Industri Ikan Kerapu Cantang



Sementara itu, pedagang atau koperasi berperan sebagai penghubung antara produksi dan kebutuhan pasar, termasuk mengumpulkan hasil panen, mengoordinasikan volume, menjaga mutu, serta memastikan distribusi sesuai persyaratan pembeli.

Kolaborasi tersebut penting karena pembeli ekspor membutuhkan kepastian atas jumlah, kualitas, dan jadwal pengiriman. Melalui koordinasi yang lebih baik, pembudidaya dapat merencanakan produksi berdasarkan kebutuhan pasar, sementara pedagang dan eksportir memiliki pasokan yang lebih terukur.

Untuk itu, peluang pertumbuhan terbesar Ikan Kerapu Cantang bukan sekadar meningkatkan jumlah ikan yang diproduksi, melainkan membangun rantai pasok yang mampu bekerja secara konsisten dari hulu hingga hilir.

Kakap Putih

Mengubah Peluang Harga Menjadi Pasokan Ekspor yang Andal



Lain halnya dengan Bawal Bintang dan Kerapu Cantang, Ikan Kakap Putih (Barramundi) memiliki kondisi pasar yang berbeda dibandingkan dua komoditas sebelumnya. Komoditas ini sudah dikenal di sejumlah pasar internasional, terutama Australia, yang memiliki tingkat familiaritas tinggi terhadap Barramundi sebagai ikan konsumsi.

Amerika Serikat, Timur Tengah, Eropa, serta beberapa **negara Asia** juga menawarkan peluang, meskipun kebutuhan bentuk produk dan standar kualitasnya berbeda. Selain itu, pasar Australia dan Amerika Serikat, memiliki peluang untuk produk fillet dan potongan siap olah. Di lain sisi, pasar **Asia** dan **Timur Tengah** lebih relevan untuk produk ikan utuh, segar, maupun beku.

Dengan pasar yang relatif lebih terbentuk, tantangan utama Kakap Putih bukan lagi memperkenalkan produknya dari awal, tetapi memastikan pasokan budidaya mampu memenuhi kebutuhan pembeli secara konsisten dan kompetitif.

Preferensi Pasar Global dan Relevansinya terhadap Kakap Putih Indonesia					
Kawasan	**Negara**	**Preferensi Pasar**	**Bentuk Produk**	**Atribut Produk Utama**	**Relevansi terhadap Kakap Putih**
Oseania	Australia	Kakap Putih telah dikenal luas sebagai ikan konsumsi lokal, dengan permintaan dari ritel, restoran, dan rumah tangga. Impor berpotensi melengkapi pasokan domestik.	Ikan utuh segar/dingin, fillet beku, potongan, fillet dengan kulit	Rasa ringan, daging putih padat, kesegaran, ukuran seragam, penanganan higienis, pasokan andal	**Tinggi** – Familiaritas pasar mendukung ekspor, tetapi Indonesia perlu bersaing dengan produsen domestik dan memenuhi standar kualitas, ketertelusuran, serta keamanan pangan yang ketat.
Amerika Utara	Amerika Serikat	Meningkatnya minat terhadap Kakap Putih sebagai ikan berdaging putih yang praktis diolah, terutama untuk segmen ritel dan restoran.	Fillet beku, potongan, fillet dengan kulit, produk bernilai tambah	Rasa ringan, kualitas konsisten, kemudahan pengolahan, keberlanjutan, pasokan andal	**Tinggi** – Relevan untuk produk beku dan olahan, dengan kebutuhan penguatan keamanan pangan, positioning produk, dan konsistensi pasokan.
Asia Tenggara	Singapura, Malaysia	Familiaritas tinggi terhadap Asian Seabass, dengan permintaan yang didukung konsumsi makanan laut dan sektor restoran.	Ikan utuh segar, ikan hidup/ dingin, ikan utuh beku	Kesegaran, pasokan rutin, ukuran konsumsi, keseimbangan harga dan kualitas	**Sedang** – Didukung kedekatan geografis, familiaritas pasar regional, dan keberadaan jalur pasokan Kakap Putih Indonesia.

Asia Timur	China, Hong Kong, Jepang	Permintaan produk perikanan premium tersedia, tetapi Kakap Putih belum sepopuler jenis ikan berdaging putih atau seafood hidup lainnya.	Ikan utuh segar/dingin, ikan utuh beku, fillet	Kesegaran, cita rasa bersih, kualitas konsisten, keamanan pangan	**Rendah** – Peluang pasar tersedia, tetapi membutuhkan pengenalan produk dan penguatan positioning kepada pembeli.
Asia Tenggara	Vietnam	Kakap Putih diposisikan sebagai fillet ikan berdaging putih premium dan digunakan dalam produk perikanan berorientasi ekspor.	Ikan utuh, fillet beku, fillet dengan/ tanpa kulit	Tekstur padat, rasa ringan, fleksibilitas pengolahan, kualitas fillet premium	**Rendah** – Berpotensi bersaing apabila harga dan bentuk produk sesuai, tetapi Vietnam juga merupakan pemasok pesaing yang kuat.
Eropa	Negara-negara Uni Eropa, Inggris	Pasar mengutamakan kualitas dan kepatuhan standar. Kakap Putih berpotensi diposisikan sebagai ikan budidaya berdaging putih, dengan kebutuhan pelabelan yang jelas.	Fillet beku, potongan, ikan utuh beku	Ketertelusuran, sertifikasi, keberlanjutan, akurasi pelabelan, kualitas konsisten	**Rendah** – Berpotensi untuk produk budidaya tersertifikasi dan tertelusur, tetapi akses pasar lebih sulit karena standar ketat dan sensitivitas pelabelan spesies seabass.

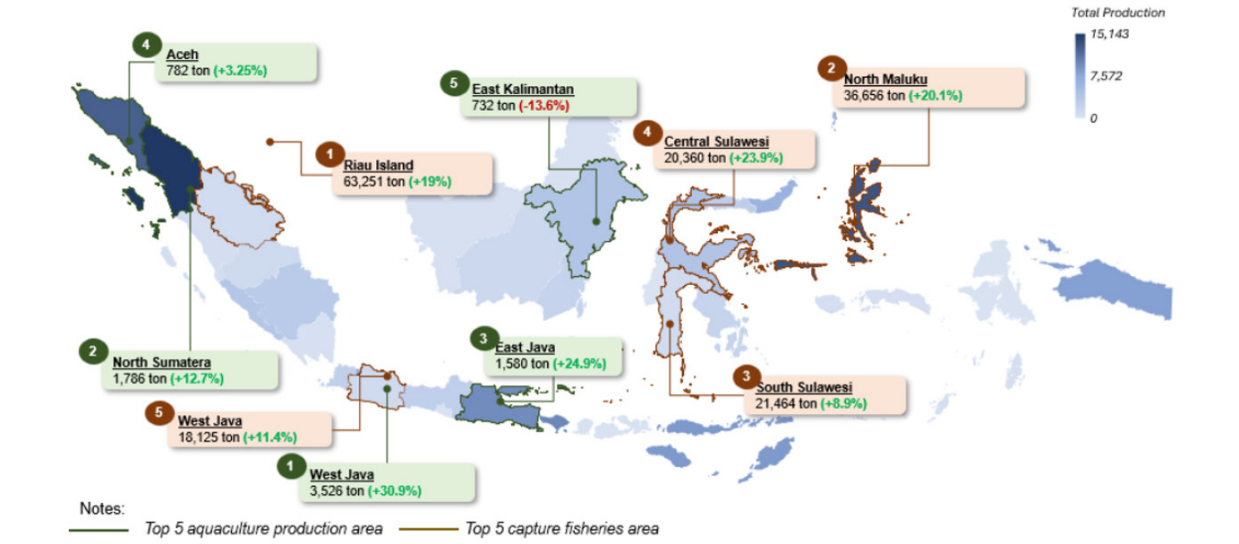
Sumber: Analisis Arghajata

Peluang Ekspor Sudah Terlihat, tetapi Sumber Pasokannya Masih Perlu Diperkuat

Salah satu temuan penting dalam kajian ini adalah perbedaan antara perdagangan Kakap Putih hasil budidaya dan produk olahan yang telah memasuki pasar ekspor.

Di Kepulauan Meranti, hasil budidaya Kakap Putih sebagian besar diperdagangkan dalam bentuk ikan hidup, termasuk melalui pedagang di Batam yang terhubung dengan pasar Malaysia dan Singapura. Di sisi lain, produk ekspor berupa ikan utuh beku, fillet, dan potongan olahan masih banyak menggunakan bahan baku dari perikanan tangkap.

Total Production	CAGR (20-24)	Production from Aquaculture	CAGR (20-24)	Production from Capture Fisheries	CAGR (20-24)
385,199 ton	6.94%	10,565 ton	7.29%	395,764 ton	6.94%



Sumber: Sebaran Produksi Kakap di Indonesia Berdasarkan Jenis Produksi Perikanan (KKP data portal, 2024)

Artinya, keberadaan pasar ekspor untuk produk Kakap Putih belum otomatis menunjukkan kesiapan pasokan Kakap Putih hasil budidaya pada skala yang sama. Untuk memperluas peran hasil budidaya dalam ekspor, diperlukan sistem produksi yang lebih stabil serta fasilitas pengolahan yang mampu memenuhi spesifikasi pembeli.

Efisiensi Produksi Menjadi Kunci untuk Memanfaatkan Harga Ekspor

Indikasi Harga Pasar Ekspor Kakap Putih (Barramundi) di Indonesia				
Bentuk Produk	**Pasar Utama**	**Sumber Bahan Baku**	**Harga Bahan Baku**	**Indikasi Harga Ekspor**
Ikan utuh beku	Australia, Timur Tengah	Hasil tangkap dari Sumatra, Jawa Timur, Bali, dan Indonesia Timur	Rp60.000–70.000/kg	**Rp100.000/kg**
Fillet dan potongan beku	Australia, Amerika Serikat, Eropa	Hasil tangkap dari Sumatra, Jawa Timur, Bali, dan Indonesia Timur	Rp60.000–70.000/kg	**Rp200.000/kg**

Sumber: Analisis Arghajata

Kajian mencatat harga Kakap Putih di tingkat pembudidaya umumnya sekitar **Rp80.000–90.000/kg**, dan dapat mencapai sekitar **Rp100.000/kg** pada jalur perdagangan tertentu di Batam. Sementara itu, indikasi harga ekspor berada di sekitar **Rp100.000/kg** untuk ikan utuh dan **Rp200.000/kg** untuk fillet atau potongan.

Namun, harga ekspor produk olahan tidak dapat dibandingkan secara langsung dengan harga pembudidaya tanpa memperhitungkan bahan baku, hasil pengolahan, biaya fasilitas, logistik, dan persyaratan ekspor.

Untuk meningkatkan daya saing, kajian mengidentifikasi target harga pembudidaya sekitar **Rp65.000–70.000/kg**, yang dapat didukung melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi produksi.

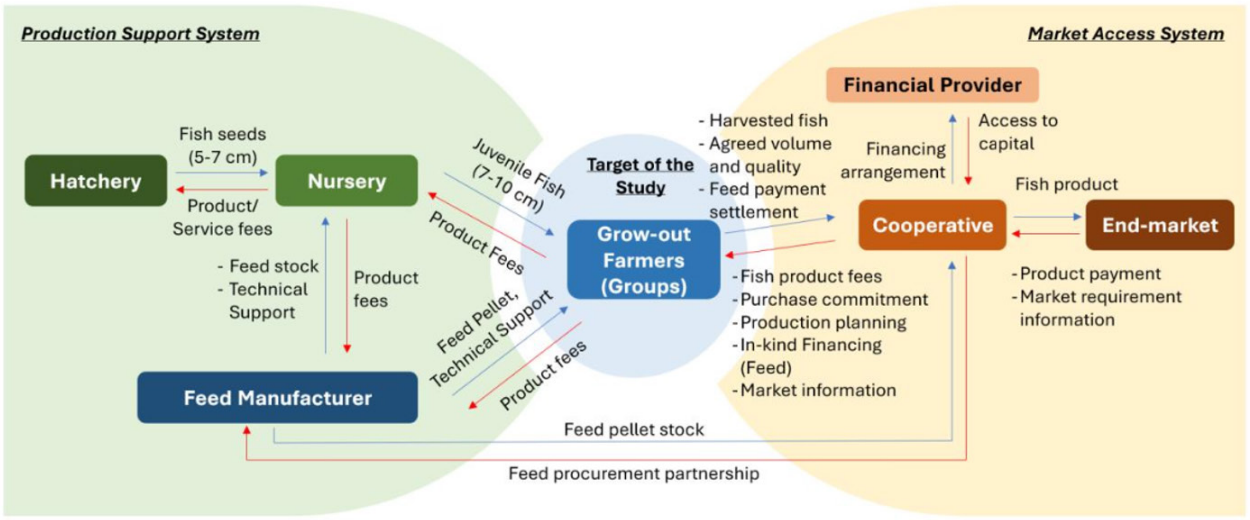
Perbaikan yang diperlukan meliputi penyediaan benih berkualitas, peningkatan survival rate, penggunaan pakan yang lebih efisien, serta penguatan pengelolaan budidaya.

Namun, peningkatan produksi saja belum cukup. Konsistensi kualitas, kesiapan pengolahan, dan fasilitas rantai dingin menjadi penentu apakah peluang harga dapat dikonversi menjadi pesanan ekspor yang berulang.

Menghubungkan Pembudidaya, Pengolah, dan Eksportir

Model bisnis Kakap Putih perlu menghubungkan perencanaan produksi dengan kebutuhan pengolahan dan pasar akhir. Pembudidaya perlu mengetahui ukuran, kualitas, dan jumlah ikan yang dibutuhkan pembeli. Di sisi lain, fasilitas pengolahan dan eksportir perlu memiliki kepastian pasokan untuk memenuhi jadwal pengiriman.

Rekomendasi Model Bisnis untuk Industri Ikan Kakap Putih



Koordinasi tersebut mencakup ketersediaan benih, pasokan pakan, jadwal panen, pengendalian mutu, proses pembekuan, penyimpanan, hingga pengiriman. Dengan ini, kemitraan jangka panjang menjadi penting agar perdagangan tidak hanya bergantung pada transaksi sesekali, tetapi dapat berkembang menjadi hubungan komersial yang lebih stabil dengan peluang permintaan berulang.

Karena model yang lebih terintegrasi, Kakap Putih hasil budidaya berpotensi memperbesar kontribusinya dalam rantai pasok ekspor yang selama ini juga mengandalkan hasil tangkapan alam.



Ikan Burrundi yang baru dipanen di dalam keramba jaring apung.
(Foto: Arghajata Consulting)

Dari Peluang Pasar Menuju Strategi Pengembangan yang Terarah

Kajian terhadap Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih memperlihatkan bahwa peluang ekspor tidak selalu diikuti oleh tingkat kesiapan pasar dan produksi yang sama. Ketiganya memiliki potensi untuk berkembang di pasar internasional, tetapi menghadapi tantangan yang berbeda dalam mewujudkan peluang tersebut.

Bagi **Bawal Bintang**, tantangan utamanya adalah membangun penerimaan pembeli dan meningkatkan daya saing harga sebelum memperluas produksi. **Kerapu Cantang** telah memiliki akses ke jalur perdagangan internasional, tetapi membutuhkan koordinasi rantai pasok dan kesesuaian produk yang lebih baik. Sementara itu, **Kakap Putih** memiliki peluang pasar yang relatif lebih terbentuk, sehingga pengembangannya perlu berfokus pada peningkatan daya saing pasokan budidaya, kesiapan pengolahan, dan konsistensi pengiriman.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan produksi bukan satu-satunya jawaban untuk memperluas ekspor perikanan budidaya. Setiap komoditas memerlukan urutan pengembangan yang disesuaikan dengan kesiapan pasar, kemampuan produksi, dan kebutuhan pembeli.

Meski memiliki prioritas yang berbeda, ketiga komoditas menunjukkan satu kebutuhan yang sama, yaitu menyelaraskan permintaan pasar dengan kapasitas produksi dan kemampuan distribusi. Tanpa keterhubungan tersebut, peningkatan kapasitas budidaya belum tentu menghasilkan penjualan yang berkelanjutan, sementara peluang pasar yang tersedia juga sulit dimanfaatkan tanpa pasokan yang kompetitif dan konsisten.

Oleh karena itu, strategi pengembangan perlu menghubungkan upaya di sisi pasar dan produksi. Validasi permintaan, penguatan hubungan dengan pembeli, serta pemenuhan persyaratan ekspor perlu berjalan seiring dengan peningkatan kualitas benih, efisiensi pakan, produktivitas budidaya, dan kesiapan fasilitas pengolahan.

Dalam pelaksanaannya, kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha menjadi faktor pendukung penting. Pemerintah dapat memfasilitasi akses pasar, penyelarasan standar, pengembangan kawasan, dan akses pembiayaan. Sementara itu, pembudidaya, produsen pakan, koperasi, pengolah, dan eksportir perlu memperkuat kemitraan komersial agar produksi dapat mengikuti kebutuhan pasar secara lebih terencana.

Dengan demikian, pendekatan pengembangan tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas masing-masing komoditas, tetapi juga pada pembentukan rantai nilai yang mampu menghubungkan peluang pasar dengan kesiapan produksi dan distribusi secara berkelanjutan.

Memperluas Manfaat Ekspor bagi Industri dan Ekonomi Pesisir

Ketika permintaan pasar dan rantai produksi semakin terhubung, pengembangan ekspor berpotensi menciptakan manfaat yang melampaui peningkatan volume perdagangan. Kepastian permintaan dan perencanaan produksi yang lebih baik dapat memberikan dasar bagi pelaku usaha untuk memperluas kapasitas, meningkatkan efisiensi, serta membangun kemitraan jangka panjang.

Perkembangan tersebut juga dapat mendorong aktivitas ekonomi di sepanjang rantai nilai, mulai dari pembenihan dan penyediaan pakan hingga pengolahan, penyimpanan dingin, logistik, dan distribusi. Dengan kapasitas pengolahan yang lebih baik, Indonesia berpeluang meningkatkan nilai tambah produk perikanan melalui pengembangan fillet, potongan, dan produk olahan sesuai kebutuhan pasar internasional.

Bagi masyarakat pesisir, penguatan rantai nilai ini berpotensi membuka peluang usaha dan lapangan kerja yang lebih luas. Manfaat ekonomi tidak hanya berasal dari kegiatan budidaya, tetapi juga dari berkembangnya industri dan layanan pendukung yang terhubung dengan aktivitas produksi dan ekspor.

Di sisi lingkungan, peningkatan efisiensi pakan dan penerapan praktik budidaya yang lebih baik dapat mendukung penggunaan sumber daya secara lebih bertanggung jawab. Penguatan pasokan hasil budidaya juga berpotensi mengurangi ketergantungan pada bahan baku hasil tangkapan alam, sepanjang pengembangan produksi tetap memperhatikan standar budidaya dan daya dukung lingkungan.

Pada akhirnya, pengembangan ekspor Bawal Bintang, Kerapu Cantang, dan Kakap Putih bukan sekadar upaya memperluas pasar tujuan, tetapi juga peluang untuk memperkuat daya saing industri perikanan budidaya Indonesia.

Melalui strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing komoditas dan didukung rantai nilai yang terintegrasi, peluang pasar global dapat menjadi landasan bagi pertumbuhan industri serta penciptaan nilai ekonomi yang lebih luas bagi kawasan pesisir.

Catatan Sumber dan Metodologi:

Artikel ini dikembangkan berdasarkan kajian kelayakan dan pasar untuk Bawal Bintang, Kerapu Cantang, Kakap Putih. Analisis mencakup konsultasi dengan pelaku industri, pengamatan lapangan, serta data sekunder nasional dan internasional. Sebagian data perdagangan menggunakan kategori perikanan yang lebih luas karena keterbatasan data spesifik per spesies. Angka harga merupakan indikator pasar atau temuan kajian, sedangkan target efisiensi dan produksi merupakan hasil simulasi, bukan capaian yang telah terealisasi.