

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR SARANG BURUNG DI INDONESIA

Annisa Harapuspa

annisa_harapuspa@yahoo.com

Universitas Ahmad Dahlan

Dyah Fitriani

dhifa_dhe@yahoo.com

Universitas Ahmad Dahlan

ABSTRAK

Indonesia is a country rich in natural resources and with a wealth of this nature, Indonesian people are able to get care from nature. Indonesia is the largest swallow nest producer in the world, with an average production of 500-600 tons (2011 period). The purpose of this study was to find out the factors of Indonesian bird nest exports to China. SWOT is the analytical method used in this study. Strategic planning methods are used to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threats in a project or business speculation. A target pattern of structure that is mutually supportive and complementary leads to a comprehensive goal. As preparation for planning, in order to be able to choose and set strategies and objectives so that programs and projects are arranged that are effective and efficient. The results of the analysis using SWOT show that the strategy can be applied by swallow nest breeders in Indonesia is a strategy that uses the power to take advantage of opportunities and instead take advantage of opportunities and make them a force. This strategy uses the company's internal strength to take advantage of external opportunities. Swallow nest farmers can use the strategy of previous breeders who have exported swallow nest products by fixing some weaknesses and avoiding or surviving against the threat of the company by creating a more competitive strategy.

Keywords : Export, Nest, International Trade.

PENDAHULUAN

Sarang burung walet merupakan hasil dari air liur burung walet yang saat ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi oleh karenanya dibudidayakan. Sarang burung walet memiliki efek kesehatan yang baik, dapat menjaga kesegaran tubuh, obat sakit pernapasan, meningkatkan vitalitas, obat awet muda, memelihara kecantikan, menambah tenaga dalam menghambat pertumbuhan kanker, menghilangkan pengaruh alkohol, meningkatkan konsentrasi, obat diabetes, sumber protein, dan menurunkan demam.

Sarang burung walet dikonsumsi di beberapa negara dan wilayah di Asia.

Namun setiap usaha termasuk ternak sarang burung walet tentunya tidak terlepas dari berbagai resiko khususnya dalam hal resiko keuangan, meskipun jumlah produksinya cukup tinggi. Oleh karena itu peternak sarang burung walet harus memiliki gambaran tentang analisis pendapatan usaha yang dijalankan, tidak hanya terbatas pada bagaimana memelihara dan membudidayakan burung walet hingga menghasilkan sarang sebagai hasil utama produksi. Ada beberapa faktor yang penting untuk budidaya sarang

burung walet yaitu : lokasi, iklim, kondisi lingkungan, bentuk bangunan, faktor makanan serta teknik memancing walet. semua faktor itu sangat penting untuk keberhasilan budidaya sarang burung walet. Disamping itu, gedung burung walet harus seperti gua liar karena itulah habitat asli burung walet. lokasi membangun sarang burung walet setidaknya sudah ada populasi walet, atau sudah ada bangunan rumah sarang burung disekitarnya yang terisi oleh burung walet.

Indonesia memiliki iklim alam yang baik dan sangat cocok untuk habitat burung walet. mengingat sumber daya alamnya yang unik, dikombinasikan dengan teknik pemeliharaan yang terampil, Indonesia menghasilkan sarang burung yang berkualitas tinggi. Sebagai pengeksport sarang burung walet terbesar di dunia, menurut perkiraan Asosiasi Sarang Burung Indonesia, produksi nasional Indonesia menyumbang lebih dari 80% produksi global, dan dikenal sebagai “negara kelahiran sarang burung walet”. Produksi sarang burung Indonesia kebanyakan di Sumatra, Kalimantan dan Sulawesi. Di Jawa, meskipun telah menjadi daerah dengan volume produksi terbesar, masih menurun karena ekonomi pulau jawa berkembang pesat dan ekosistemnya telah rusak, hal tersebut memiliki dampak besar pada kualitas produksi sarang burung.

Sejak pemerintah China mengizinkan Indonesia mengimpor sarang burung walet pada 29 Januari 2015, total ekspor sarang burung walet Indonesia ke China telah mencapai USD 5,2 juta hanya dalam waktu lima bulan. Pasar China terbuka, permintaan orang-orang China untuk sarang burung walet meningkat, dan sarang burung walet berkualitas tinggi di Indonesia laris manis di China. Lebih dari 400 ton per tahun, terhitung 80% dari dunia pada akhir 2016, 2.000 yuan per

kilogram hingga 2017, dan telah meningkat menjadi 2.900 yuan per kilogram. Banyak ahli dan sarjana di China melakukan pemantauan keamanan dan penilaian resiko terhadap sarang burung walet yang diimpor dari Indonesia. Banyak apoteker seperti dari *Guangdong Pharmaceutical Collage* melakukan penelitian mendalam tentang standar kualitas sarang burung walet Indonesia. Hasil penelitian ini bertujuan memberikan referensi standar untuk mengidentifikasi keaslian sarang burung walet di China. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, semakin banyak metode canggih diterapkan untuk mengontrol kualitas sarang burung.

Menurut “*China Bird Nest Development Research Report (2016)*”, total produksi sarang burung walet di dunia pada tahun 2016 adalah sekitar 2.000 ton. Jumlah total sarang burung yang dikonsumsi di Hong Kong adalah sekitar 200 ton per tahun, di Taiwan adalah sekitar 150 ton per tahun. Indonesia adalah penghasil sarang burung walet terbesar di dunia, dan Indonesia menyumbang 71,3% di pasar sarang burung walet China. Menurut statistik impor komoditas sarang burung walet China, Indonesia menyumbang 59% dari pasar sarang burung walet dinegara itu pada tahun 2016, dan Malaysia memiliki pangsa pasar 40% dari USD 21,68 Juta. Pada tahun 2017, Indonesia naik 28,6%. Permintaan untuk sarang burung walet di China terus meningkat, 80% sarang burung China diimpor dari Indonesia, dan Indonesia adalah pengimpor sarang burung walet terbesar di China. Selain China, sarang burung walet Indonesia juga dieksport ke Amerika Serikat, Eropa dan Australia.

Karena keterbatasan pasar, semua perusahaan produksi sarang burung walet menghadapi kendala dalam pengembangan

sarang burung walet. Membangun usaha sarang burung walet rumahan bukanlah hal yang mudah, selain harus benar-benar memahami cara mendatangkan burung, merawat sarang sampai taham panen, sarang burung walet rumahan juga harus mendapat ijin dari pemerintah setempat. Untuk ijin awal setidaknya ada surat ijin membangun dan dilengkapi dengan surat ijin lainnya seperti dari kantor pajak. Harga sarang burung walet cukup menggiurkan, sehingga banyak investor atau pemilih modal membangun rumah-rumah budidaya sarang burung walet ini.

Secara relatif, daya saing pasar sarang burung walet sangat sengit, ada sebagian yang berhasil menjadi pengusaha atau petani sarang burung walet dan tidak sedikit pula yang gagal dalam bisnis ini. sarang burung walet rumahan ini memiliki modal yang sangat besar tentunya akan sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan. Maka dari itu, mengapa harga sarang burung walet begitu mahal. Jauh sebelum adanya sarang burung walet hasil budidaya rumahan, harga sarang burung walet mencapai Rp 17.000.000 – Rp 20.000.000 per kilogramnya (kira-kira sama dengan 7878 – 9268 Yuan). Dalam menghadapi pasar perdagangan yang besar, bagaimana mempertahankan daya saing yang berkelanjutan dari produksi sarang burung walet dan perdagangan ekspor Indonesia adalah masalah yang akan dipelajari dan dibahas dalam penelitian ini.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka masalah yang dirumuskan untuk penelitian ini adalah:

1. Apa kekuatan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China ?
2. Apa kelemahan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China ?

3. Apa hambatan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China ?
4. Apa peluang ekspor sarang burung walet Indonesia ke China ?

REVIEW LITERATUR DAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Strategi Adaptasi Promosi Ekspor

Aktivitas ekspor secara meningkat telah menjadi penting bagi kelangsungan, pertumbuhan dan profitabilitas dari organisasi bisnis modern. Dalam pangsa pasar global yang kompetitif, sangat penting memformulasikan sebuah strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang disusun menunjukkan tingkat respon perusahaan terhadap kondisi pasar yang kompetitif (Lee, 2004). Tingkat pergerakan (turbulences) lingkungan, termasuk perkembangan teknologi yang sangat cepat juga mengharuskan perusahaan membangun kekuatan adaptabilitas dan kemampuan aksesibilitasnya. Kekuatan adaptabilitas yang dimaksud adalah kemampuan seluruh potensi perusahaan untuk sesegera mungkin menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan keinginan (needs and wants), baik konsumen, supplier, maupun pihak lain yang mempunyai kekuatan pengaruh terhadap pasar.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono,1997).

Sethi (2001) dalam Navarone (2003) mendefinisikan promosi sebagai bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diukur untuk merangsang pembelian produk dengan daya tarik, jangkauan, serta frekuensi promosi. Bauran promosi yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen, sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan *image* terhadap suatu produk.

Menurut Cavusgil *et al.*, (1993), adaptasi promosi menunjuk pada tingkat dimana program promosi disesuaikan untuk produk yang berbeda melintasi batas nasional. Dalam usaha ekspor, produk dan promosi merupakan elemen-elemen dari program pemasaran yang merupakan subyek penting dalam modifikasi. Keseluruhan intensitas dari modifikasi ini merupakan tingkat adaptasi produk dan promosi.

Ada tiga aspek dalam adaptasi promosi yang diteliti oleh Cavusgil *et al.*, (1993), yaitu *positioning*, *packaging/labeling*, dan pendekatan promosi. *Positioning* berhubungan dengan tema promosi yang dikembangkan untuk posisi produk melawan pesaingnya dalam pasar ekspor. *Packaging/labeling* merupakan kemasan dan label produk yang didesain untuk mempertinggi daya tarik produk terhadap pelanggan ekspor 26 melebihi pelayanan protektif dan fungsi instruktif, mencakup di dalamnya kejelasan informasi mengenai produk. Pendekatan promosi menunjuk pada pemilihan media dan alokasi anggaran promosi antara periklanan, promosi penjualan, dan personal *selling*.

Lages (2004) mendefinisikan strategi adaptasi promosi sebagai penyesuaian diri dari program promosi domestik (tema/ide periklanan, saluran media/media channels untuk periklanan, tujuan promosi, anggaran untuk promosi, penitikberatan hubungan masyarakat dan pemasaran langsung/mailling) terhadap pasar ekspor

utama. Sedangkan Tjiptono (1997) mendefinisikan strategi promosi dalam hal-hal berkaitan dengan masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan, mencakup didalamnya enam strategi pokok, yaitu strategi pengeluaran promosi, strategi bauran promosi, strategi pemilihan media, strategi copy periklanan, strategi penjualan, dan strategi motivasi dan penyeliaan tenaga penjual. Navarone (2003) merumuskan atribut strategi promosi dalam daya tarik promosi, frekuensi promosi, jangkauan promosi, dan efektivitas promosi.

Secara konseptual, adaptasi promosi dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan, karakteristik produk, dan karakteristik pasar ekspor (Cavusgil *et al.*, 1993; Zou dan Stan, 1998; Leonidou, 2002). Perusahaan harus mampu menilai dan mengevaluasi karakteristik spesifik perusahaan, karakteristik produk, dan karakteristik pasar 27 ekspornya untuk menciptakan strategi promosi yang efektif, sehingga strategi promosi tersebut memiliki kontribusi berarti dalam pencapaian tujuan pemasaran.

Pengertian SWOT

Analisis SWOT adalah keuntungan internal, kerugian, dan peluang eksternal dan ancaman utama yang terkait erat dengan objek penelitian melalui analisis dan enumerasi, kemudian menggunakan ide analisis system, berbagai faktor dicocokkan dan dianalisis. Serangkaian kesimpulan yang sesuai. Jika sebuah perusahaan ingin mencapai profitabilitasnya, itu terkait erat dengan metode manajemen perusahaan. Tingkat manajemen perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan untuk sebagian besar, tanpa metode manajemen yang tepat dan efektif, perusahaan akan sulit berkembang, sehingga manajemen menjadi kunci utama untuk mengoprasikan perusahaan. Penting untuk melaksanakan manajemen perusahaan yang ilmiah dan ketat agar

dapat beroperasi secara normal, sehingga lebih menjamin pengembangan usaha. Berbagai kegiatan bisnis perusahaan tidak akan berjalan seperti yang direncanakan atau diinginkan sebelumnya. Menurut Profesor George R. Terry dan Leslie W. Rue: Setiap proses atau kerangka kerja yang melibatkan atau membimbing kelompok untuk mencari tujuan organisasi atau yang signifikan dengan manajemen adalah kegiatan yang dilakukan karyawan manajemen dan pemimpinnya disebut manajer.

Menurut Solihin (2009), pemahaman manajemen dijelaskan sebagai berikut: perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan mereka secara efektif dan efisien. Berdasarkan beberapa pandangan para ahli tentang definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses pengorganisasian, memimpin, dan pengendalian yang orang perlu untuk mencapai tujuan mereka.

Karakteristik Pasar Ekspor dan Strategi Adaptasi Promosi Ekspor

Karakteristik pasar ekspor merupakan lingkungan yang terjadi dalam pasar internasional, seperti persaingan, peraturan hukum, kondisi wilayah geografis dll. Kondisi dari pasar luar negeri merupakan peluang dan sekaligus ancaman bagi eksportir. Strategi pemasaran ekspor harus diformulasikan dalam suatu cara yang sesuai antara kekuatan perusahaan dengan peluang pasar dan menetralkan kelemahan strategis perusahaan atau mengatasi ancaman pasar (Aaker, 1988 dan Terpstra, 1987 dalam Cavusgil *et al.*, 1993).

Dalam pasar ekspor, intensitas persaingan dapat mendorong perusahaan untuk mencari tingkat adaptasi produk dan promosi yang tinggi untuk mencapai keuntungan kompetitif dari pesaing, karena adaptasi produk dan promosi dapat memperluas dasar pasar lokal dan menyesuaikan terhadap keinginan spesifik

pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja pemasaran (O’Cass, 2003).

Cavusgil *et al.*, (1993) menyebutkan bahwa karakteristik pasar ekspor dapat mempengaruhi strategi adaptasi promosi ekspor melalui kesamaan budaya dengan pasar asal, keterkenalan merek dari pelanggan ekspor, keterkenalan dengan produk dan kesamaan peraturan legal. Menurut O’Cass (2003), strategi adaptasi promosi dipengaruhi oleh faktor karakteristik lingkungan melalui intensitas persaingan, lingkungan politik legal, aksesibilitas channel, dan keterkenalan merek dari pelanggan ekspor. Penelitian O’Cass (2003) menunjukkan bahwa sangat penting bagi manajer perusahaan ekspor sadar akan karakteristik pasar asing yang mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan melalui tingkat kelengkapan infrastruktur pasar, derajat adaptasi yang disyaratkan melalui kepedulian terhadap kemasan produk, peran serta pemerintah, dan derajat adaptasi yang diharapkan untuk strategi positioning produk.

Kompetitivitas pasar mengacu pada intensitas persaingan bahwa usaha (venture) ekspor bertemu di pasar ekspor. Di dalam pasar yang bersaing secara ketat, tekanan-tekanan kompetitif mungkin memerlukan adaptasi untuk memperoleh keuntungan atas persaingan-persaingan dengan menyesuaikan kondisi lokal secara tepat (Jain, 1989 dalam Cavusgil *et al.*, 1993). Sebaliknya, di dalam pasar yang menarik dimana produk telah menikmati posisi kepemimpinan, maka tingkat standarisasi yang tinggi mungkin diinginkan.

Penelitian Terdahulu

Hasil dari penelitian terdahulu diantaranya adalah :

1. Penelitian mengenai “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Ekspor Cengkeh di Indonesia tahun 2001-2011” yang diteliti oleh Sulthan memberikan hasil bahwa hasil analisis

model permintaan ekspor cengkeh Indonesia menunjukkan bahwa nilai tukar nominal rupiah terhadap dolar, harga ekspor cengkeh Indonesia dan GDP perkapita negara importir berpengaruh nyata dan signifikan terhadap permintaan ekspor cengkeh Indonesia.

2. Demikian juga dengan hasil penelitian mengenai “Analisis FaktorFaktor yang mempengaruhi Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia ke China Menghadapi Era CAFTA” yang diteliti oleh Adiyatma Nugroho menunjukkan hasil regresi dengan model ECM16 (Error Correction Model) menunjukkan bahwa dalam jangka pendek hanya variable harga TPT Indonesia yang berpengaruh signifikan dan berkoefisien terhadap volume permintaan ekspor TPT Indonesia ke China. Sedangkan, kurs rupiah dan GDP perkapita China tidak signifikan mempengaruhi permintaan ekspor TPT Indonesia ke China. Sementara dalam jangka panjang variable harga TPT Indonesia dan GDP perkapita China berpengaruh signifikan dan berkoefisien positif terhadap volume ekspor TPT Indonesia ke China. Sedangkan variable kurs rupiah tidak signifikan mempengaruhi volume permintaan ekspor TPT Indonesia ke China.

Hipotesis

- H1: Terdapat kekuatan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China.
 H2: Terdapat kelemahan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China.
 H3: Terdapat hambatan ekspor sarang burung walet Indonesia ke China.
 H4: Terdapat peluang ekspor sarang burung walet Indonesia ke China.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Yang dimaksud objek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia, 1989). Menurut Suharsini (2002) Objek penelitian adalah variable atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat. Menurut (Supranto 2000) objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Dajan, 1986), objek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Objek penelitian dalam tulisan ini adalah : Ekspor sarang burung walet 2010-2014.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang dibutuhkan diperoleh dari Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Taiwan dan Hong Kong, Jurnal-jurnal Ekonomi, buku-buku referensi atau surat kabar yang terkait dengan penelitian ini, data yang diperoleh berupa :

1. Data konsumsi sarang burung walet Indonesia di Taiwan
2. Data pangsa pasar pemasok impor sarang burung walet Hong Kong.
3. Data pengembangan sarang burung Hong Kong.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dalam pengumpulan data adalah melalui studi pustaka. Studi pustaka merupakan teknik untuk mendapatkan informasi melalui catatan, literature, dokumentasi dan lain-lain yang mendukung penelitian ini, yaitu berupa :

1. Data yang berasal dari situs pemerintahan dan terkait dengan ekspor sarang burung walet ke China seperti Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Taiwan dan Hong Kong.
2. Berbagai informasi yang mendukung penelitian ini dari buku-buku referensi, bulletin, majalah, rilis, jurnal-jurnal ekonomi dan surat kabar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Standar Ekspor Sarang Burung Indonesia

1. Peraturan Hukum Dalam pengelolaan negara dan wilayah impor sarang burung walet, peraturan dan standar untuk sarang burung walet juga berbeda-beda.

- a. Taiwan, China.

Departemen kesehatan Taiwan adalah badan hukum yang bertanggung jawab untuk manajemen keamanan pangan di Taiwan. Produk makanan yang di impor masuk ke Taiwan harus mematuhi komisi *Bureau of Standards, metrology and inspection (BSMI)* dan *Ministry of Economic Affairs (MOEA)* untuk melakukan pemeriksaan kualitas makanan impor di pelabuhan. Kata “makanan” disini merujuk pada bahan baku dari bahan mentah yang akan dikonsumsi oleh konsumen dengan cara dikunyah, diminum, dan dimakan.

- b. Hong Kong, China.

Di Hong Kong, Dinas Kesehatan dan Keamanan Makanan, mengatur tentang undang-undang pengendalian keamanan pangan. Prinsip dasarnya adalah bahwa makanan yang akan dijual harus aman untuk dikonsumsi, dan persyaratan teknis untuk impor bervariasi dari produk ke produk.

Pemerintah Hong Kong menerima aplikasi impor dari importir Hong Kong. Dengan kata lain, importir lokal dan eksportir perlu mengajukan izin impor. Eksportir harus menyediakan agen atau importir dengan dokumen yang diperlukan, seperti sertifikat kesehatan dari negara asal. Label Hong Kong hampir sama dengan label Taiwan.

2. Tarif Impor

Tarif adalah pembebanan pajak atau custom duties terhadap barang-barang yang melewati batas suatu negara. Dilihat dari aspek komoditi, ada dua macam tarif yaitu (Salvatore, 1997).

- a. Tarif impor, yakni pajak yang dikenakan untuk setiap komoditi yang diimpor dari negara lain.
- b. Tarif ekspor yakni pajak untuk komoditi yang diekspor.

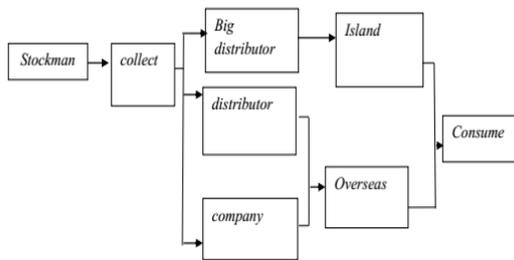
3. Peraturan Pengiriman

Beberapa persyaratan yang harus diperhatikan dalam proses impor produk makanan seperti sarang burung walet ke Taiwan ialah sertifikasi untuk fitosanitasi dan pembatasan karantina. Untuk impor produk olahan atau produk jadi yang berbahan baku produk olahan dari hewan, fitosanitasi sertifikat dari BSMI (*Bureau of Standards Metrology and Inspection*) dan Departemen kesehatan Taiwan sangat diperlukan untuk menjamin kebersihan dan tingkat sanitasi yang tinggi mulai dari bahan baku yang digunakan sampai dengan produk jadi. Tidak ada pembatasan karantina jika importir sudah memenuhi semua fitosanitasi sertifikasi. Jika pengiriman dilakukan lewat Jepang, Hong Kong, atau Singapore dan negara Asia lainnya, kemasan harus di segel dan ditutup rapat untuk mencegah kontaminasi dari serangga dan mikrobakteri.

4. Alur Penjualan Sarang Burung Walet ke Taiwan

Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Vietnam adalah produsen utama sarang burung walet, tetapi untuk negara-negara seperti Singapura, Amerika Serikat atau Jepang, mereka tidak membelisarang burung mereka sendiri untuk dikonsumsi. Sebagian besar sarang burung yang diperoleh digunakan untuk ekspor keperluan lain. Negara. Dari gambar di bawah ini, Anda dapat melihat saluran distribusi sarang burung dari produsen ke konsumen Taiwan.

Gambar 4.1 Alur distribusi sarang burung walet secara umum



Analisis Situasi Persaingan Pasar Sarang Burung Walet

Produk yang terbuat dari bahan alami lebih populer dan sangat berkembang, dan makanan fungsional ini telah menarik minat berbagai industri farmasi, restoran, dan klinik tradisional di Taiwan.

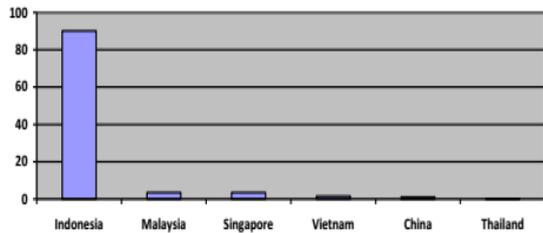
Pada Tahun 2002, pasar makanan tradisional diperkirakan akan melebihi \$23 miliar dan akan terus tumbuh lebih dari 13% per tahun. Pada tahun 2006, nilai pasar global obat-obatan herbal dengan makanan fungsional mencapai \$40 miliar, dan Taiwan telah menginvestasikan 3,5 miliar (dolar Taiwan) di industri sarang burung walet dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 4.1 Situasi negara pengeksport sarang burung walet tahun 2010-2014

No	Negara	Jumlah/USD (on)	Persentase (%)	Berat/MIX (USD)	Harga rata-rata (jumlah/MIX)
	Dunia	2.519.472.034.832,00	100	2.966.836.733.008,00	0,849
1.	Jepang	531.422.040.569,00	21,093	171.637.598.658,00	3,096
2.	China	318.617.097.930,00	12,646	492.754.527.206,00	0,647
3.	AS	281.886.803.516,00	11,188	161.527.870.837,00	1,745
4.	Korea	161.425.317.619,00	6,407	49.528.949.856,00	3,259
5.	Arab Saudi	117.240.374.969	4,653	232.087.885.051,00	0,505
6.	Jerman	82.865.955.519,00	3,289	11.085.527.342,00	7,475
7.	Australia	77.213.212.662,00	3,065	498.101.350.227,00	0,155
8.	Malaysia	76.890.755.402,00	3,052	66.887.431.999,00	1,115
9.	Singapura	69.018.589.478,00	2,739	19.852.653.958,00	3,477
10.	Indonesia	65.402.089.451,00	2,596	353.286.552.946,00	0,185

Dapat kita lihat dari tabel, Indonesia berada di peringkat sepuluh besar, dan negara-negara yang sangat kompetitif seperti Malaysia dan Singapura menjadi saingan Indonesia. Tentu saja ini bisa menjadi peringatan lampu kuning untuk Indonesia agar dapat menjadi tiga negara besar pengeksport dan urutan teratas di pasar impor sarang burung Taiwan, China.

Pasar sarang burung walet Hong Kong didominasi oleh negara negara ASEAN seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Vietnam, dan Thailand. Indonesia, Malaysia, Vietnam dan Thailand adalah produsen dan ksportir sarang burung terbesar di dunia. Singapura setara dengan perantara, dan sebagian besar perannya adalah perdagangan entrepot. Pangsa pasar pemasok impor Hong Kong ditunjukkan di bawah ini :



Analisis Strategi dan Peluang Ekspor Sarang Burung Walet Indonesia

1. Analisis SWOT dari produksi dan perdagangan sarang burung walet

Kekuatan

- 1) Sarang burung memiliki nutrisi dan manfaat kesehatan yang baik. Negara-negara Barat menyebut sarang burung sebagai kaviar oriental. Sarang burung itu sangat bergizi dan tidak memiliki efek samping yang beracun, diekspor ke dunia sebagai makanan kesehatan populer.
- 2) Produksi sarang burung Indonesia tinggi, yang diuntungkan dari lokasi dan iklim Nixia, India. Pada saat yang sama, harga sarang burung Indonesia lebih tinggi daripada di daerah lain. Dari segi kualitas, sarang burung walet yang diproduksi di negara lain, seperti Malaysia dan Thailand, tidak sebersih sarang burung walet yang diproduksi di Indonesia.
- 3) Sebagai sebuah pulau yang berdekatan dengan China, Taiwan adalah salah satu jembatan awal bagi sarang burung walet Indonesia untuk memasuki pasar Cina.

Kelemahan

- 1) Dalam proses produksi sarang burung, tidak ada standarisasi, dan proses produksi hanya dilakukan berdasarkan tradisi turun temurun. Dalam proses produksi sarang burung walet yang sebenarnya,

kurangnya produksi ilmiah dan rasional, hanya praktik tradisional yang dapat terselesaikan

- 2) Terbatasnya produk-produk yang memiliki pengesahan dari FDA dan telah di uji secara klinis, hanya beberapa pemain besar yang sudah terkenal di mancanegara dan mendapatkan pengesahan.
- 3) Proses produksi sarang burung walet adalah proses yang sangat rumit, yang membutuhkan staf produksi yang sangat profesional untuk mengumpulkannya. Kurangnya pekerja di lapangan untuk memanen sarang burung walet yang sulit dijangkau.

Peluang

- 1) Karena peningkatan standar hidup masyarakat, orang lebih memperhatikan kesehatan. Oleh karena itu, akan ada permintaan yang lebih besar untuk produk alami berkualitas tinggi seperti sarang burung walet. Produk yang terbuat dari makanan alami dan fungsional yang sangat baik untuk sebagian besar, dan dapat menyehatkan tanpa efek yang berlebihan. Tren terhadap produk-produk berbahan baku alam dan pangan fungsional ini tidak memiliki efek samping pada kesehatan, sehingga diharapkan permintaan terhadap produk ini akan terus meningkat. Dapat diketahui dari nilai ekspor ke china setelah pasar terbuka yaitu pada tahun 2015 adalah USD 16,413 juta, tahun 2016 adalah USD 35,704 juta, tahun 2017 meningkat 175% menjadi USD 102,898 juta.41 (Sumber:https://www.trademap.org/radestat/Bilateral_TS.aspx, 2017)
- 2) Orang berpenghasilan tinggi tidak memperhitungkan seberapa tinggi

harga beli, tetapi konsumsi sarang burung walet bukan hanya pada orang berpenghasilan tinggi, banyak orang dengan penghasilan terbatas namun demi posisi social dimasyarakat sering mengonsumsi sarang burung walet, karena pada umumnya mereka hanya membutuhkan pengakuan di dalam kelas sosial.

- 3) Kualitas sarang burung walet berbeda berdasarkan warna dan bentuk sarang burung walet. Produk sarang burung walet berbeda kualitas, pasti memiliki harga yang berbeda.

Tantangan

- 1) Malaysia, Sri Lanka dan Vietnam adalah eksportir saingan utama sarang burung walet Indonesia, karena ketiga negara ini merupakan negara penghasil sarang burung walet dan memiliki teknologi canggih dan modern untuk pengolahan sarang burung walet lebih lanjut.
- 2) Munculnya hambatan perdagangan yang berlaku umum baik secara internasional, dalam hal ini adalah tarif dan nontarif. Pengenaan tarif terhadap produk yang keluar merupakan ancaman bagi para penangkar karena tarif tersebut juga cukup tinggi.
- 3) Untuk memastikan kualitas sarang burung walet, perlu mempertimbangkan proses pengemasan sarang⁴³ burung walet, agar lebih meningkatkan perlindungan selama pengiriman sarang burung walet, sementara itu biaya yang terkait dengan sistem pengemasan dan pengiriman sarang burung walet akan meningkat.

Hasil Analisis & Pembahasan

Dari hasil analisis SWOT, dapat diketahui bahwa strategi yang cocok adalah strategi SO, jika dijabarkan lebih lanjut, dapat disimpulkan bahwa strategi SO telah menghasilkan berbagai strategi, dan pelaksanaannya dapat meningkatkan produktivitas sarang burung walet Indonesia, sehingga pengusaha dapat mengoptimalkan laba di masa depan, terutama untuk meningkatkan SO. Beberapa Strategi untuk meningkatkan SO diantaranya:

1. Membudidayakan Populasi Burung Walet

Indonesia merupakan salah satu tempat yang cocok untuk membudidayakan sarang burung walet. agar kekayaan alam yang ada tidak punah maka para pengusaha sarang burung walet tetap menjaga dan melestarikan populasi dari sarang burung walet tersebut, dengan menggunakan teknik pembudidayaan yang benar hingga proses pemanenan yang berazas melestarikan populasi sarang burung walet maka populasi dari sarang burung walet akan tetap terjaga dan produksi sarang burung walet akan meningkat.

2. Mengoptimalkan Teknologi Pembudidayaan Untuk Menghasilkan Produk Yang Berkualitas

Strategi ini bermanfaat untuk meningkatkan hasil produk yang berkualitas dengan teknik pembudidayaan yang benar. Syarat utama meningkatkan produksi dari sarang burung walet adalah teknik pembudidayaan yang benar, diantaranya: (1) Sempurnakan syarat-syarat bahan baku budidaya walet meliputi faktor kelembaban, serta pemasangan sirip yang benar. (2) Gunakan sarana penunjang untuk

budidaya sarang burung walet (3) pahami sifat-sifat asli walet, misalnya pengaturan arus terbang burung walet, arus terbang burung walet bersifat monoton sehingga selama hidupnya tidak akan berubah. (4) hilangkan hambatan perkembangan produksi sarang burung walet, antara lain : hambatan pada lobang masuk, hambatan arus terbang di dalam ruangan rumah walet seperti itu, penggunaan tiang penyangga yang berlebihan serta adanya hambatan pada lubang yang berada diantara ruangan.

3. Menjalin Hubungan Kerjasama Yang Baik Dengan Para Pengepul

Strategi ini bermanfaat untuk meningkatkan pola hubungan kerjasama yang intensif dan memberikan dampak yang baik dalam pengembangan dan pemasaran produk sarang burung walet. Hubungan kerjasama yang baik antara pengusaha dengan pedagang pengumpul sangat membantu dalam proses pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis metode SWOT, strategi yang dapat diterapkan oleh para pengusaha sarang burung walet di Indonesia adalah strategi SO, yaitu merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

1. Kekuatan

Sarang burung walet memiliki nutrisi, manfaat yang baik dan tanpa efek samping. Dari segi produksi, harga, dan kualitas, sarang burung walet Indonesia lebih tinggi dari negara lain. Ekspor ke Taiwan merupakan jembatan awal untuk Sarang burung walet Indonesia untuk memasuki pasar China.

2. Kelemahan

Belum adanya standarisasi pada proses produksi. Belum adanya mpengesahan dari FDA & uji klinis. Pada proses produksi sangatlah rumit, sehingga membutuhkan staff produksi yang sangat professional. Hubungan antara lembaga riset dan industri masih lemah sehingga dapat mempengaruhi eksistensi dari sarang burung walet di Indonesia. Kurangnya informasi permintaan pasar, dan55 belum ada saluran informasi yang professional. Adanya hambatan bahasa dan budaya menyebabkan komunikasi dengan para importir Sarang burung walet Taiwan masih sangat lemah.

3. Peluang

Seiring meningkatnya standar hidup masyarakat dan pola hidup sehat, permintaan produk alami berkualitas tinggi seperti Saran burung walet akan meningkat. Adanya posisi sosial di masyarakat sehingga orang dengan penghasilan terbatas pun teta mengonsumsi Sarang burung walet hanya untuk mendapatka pengakuan di dalam kelas sosial. Kualitas, bentuk dan warnamemiliki harga yang berbeda. Banyak investor yang tertarik untu menanam modal ke industri Sarang burung walet. Seirin pertumbuhan pasar domestik, permintaan Sarang burung walet jugaakan terus meningkat. Sepanjang 2017 ekspor sarang burung walet Indonesia ke China meningkat dibandingkan tahun 2016. Nilainya mencapai USD 87,45 juta atau Rp 1,16 triliun (kurs Rp 13.300), sedangkan nilai ekspor sarang burung walet malaysia dan Thailand ke China masing-masing hanya sebesar USD 35 juta dan USD 3.398. ekspor sarang burung walet Indonesia tahun 2017 menguasai sekitar 70% pasar China, dibanding Malaysia 21%.

4. Tantangan

Malaysia, Sri Lanka & Vietnam adalah negara eksportir saingan utama Sarang burung walet Indonesia karena memiliki teknologi canggih & modern untuk mengolah Sarang burung walet. Peningkatan tarif yang cukup tinggi terhadap produk yang keluar. Adanya biaya harga jual tanah yang sudah dikenal sebagai lahan Sarang burung walet, bangunan, pembangunan, pengemasan dan pengiriman Sarang burung walet yang pasti akan ikut mengalami peningkatan. Adanya penyakit Flu burung yang harus selalu diperhatikan dan jika burung yang sedang dibudidayakan terjangkit penyakit ini, akan menghambat penjualan dan produksi Sarang burung walet. Nilai tukar yang berubah-ubah akan mempengaruhi nilai jual dari Sarang burung walet. Keluhan dari penduduk disekitar lokasi peternakan Sarang burung walet karena timbulnya bau yang ebrasal dari kotoran burung walet. Keluhan ini akan sangat mempengaruhi perkembangan petani Sarang burung walet.

Saran

1. Peternak sarang burung walet harus tetap menjaga dan tetap mempertahankan pelayanan yang berkualitas yang diberikan kepada importir, agar tidak mempengaruhi minat dalam membeli sarang burung walet Indonesia. Meningkatkan kapasitas produksi untuk mengejar target pertumbuhan, dan menjaga citra merk yang baik di mata importir.
2. Peternak sarang burung walet sebaiknya lebih fokus pada proses produksi yaitu dengan meningkatkan atau menambah alat atau mesin berteknologi tinggi yang dapat mempermudah dan mempercepat proses produksi.
3. Peternak sarang burung walet harus pandai dalam mengambil peluang atau kesempatan dalam pemilihan strategi terbaik yang dapat diterapkan yaitu dengan strategi kompetitif yakni menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.
4. Peternak sarang burung walet harus lebih meningkatkan kualitas dan daya jangkauan yang luas agar dapat bersaing dengan peternak lain serta terhindar dari ancaman-ancaman perusahaan lain yang semakin bermunculan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Arief. (2007). *Pedoman Membangun Gedung Walet*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Dajan, Anto. (1986). *Pengantar Metode Statistik*. Jakarta: LP3ES.
- Liu, Pascal. (2007). *Peraturan, Standar dan Sertifikasi Untuk Ekspor Produk Pertanian*. Jakarta: Embun Pagi Grafika.
- Namawi, Handari. (1983). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada Press.
- Nazaruddin dan Regina. (1992). *Budidaya dan Bisnis Sarang Burung Walet*. Jakarta: PT. Penebar Swadaya
- Nazir, Moh. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noerdjiato. (1991). *Walet-Waletan Dalam Ensiklopedi Nasional Indonesia*. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka.
- Nugroho, Adiyatma. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia ke China Menghadapi Era CAFTA. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prawitasari, Sri Yati. (2010). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Rangkuti, Freddy. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratih, Tri. (1992). *Burung Walet (Collocalia sp)*. Jakarta: Manggala Wanabakti.
- Salokat, Nasir. (2009). *Membangun Rumah Walet Hemat Biaya*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Salvatore, Dominic. (1997). *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Soemadikarta. (1989). *Walet dan Permasalahannya*. Semarang: Seminar Nasional Walet II.
- Solihin, Ismail. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi Kelima. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- 刘敬, 赵斌, 陈念, 2012 年, 燕窝质量标准研究进展.
- 李姗姗, 2017, 燕窝为和何独得恩宠.
- 郑璇, 王莹, 李晶晶, 蔡纯, 都兴洋, 张海玲, 2016, 燕窝进口安全因素风险分析