

IDENTIFIKASI PASAR EKSPOR PRODUK RENGGINANG LORJUK KE PASAR ASEAN MELALUI PROGRAM MBKM SEKOLAH EKSPOR NASIONAL

Akbar Soryanto¹, Muhammad Rifqi², Sri Rejeki Retna Pertiwi³

^{1,2}Teknologi Pangan dan Gizi, Fakultas Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda,
Jalan Tol Ciawi No 01 Post 16720, Bogor

Email: b.2110507@unida.ac.id; muhammad.rifqi@unida.ac.id;
sri.rejeki.retna.pertiwi@unida.ac.id

ABSTRAK

Studi Independen Bersertifikat, seperti Yayasan Sekolah Ekspor Nasional merupakan salah satu contoh mitra kerjasama program MSIB yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempelajari berbagai aspek terkait ekspor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi ekspor produk rengginang lorjuk dari UMKM Perenduan Sumenep Madura melalui analisis kategori HS Code 1904 sebagai implementasi dalam mengikuti program Studi Independen. Rengginang lorjuk sebagai makanan tradisional mempunyai peluang besar di pasar global. Legalitas yang terpenuhi seperti NIB, PIRT, dan sertifikat halal memudahkan pengembangan produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus menggunakan data TradeMap dan BPS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar ekspor rengginang paling potensial berada di negara-negara ASEAN, dengan pangsa pasar terbesar adalah Filipina sebesar 54,17%, disusul Malaysia sebesar 7,22%, dan Tiongkok sebesar 2,56%. Faktor geografis dan kesamaan selera konsumsi memegang peranan penting dalam perkembangan pasar ini. Ekspor rengginang melalui UMKM berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB sektor pangan yang pada tahun 2022 diproyeksikan mencapai 60,3%. Dengan strategi hilirisasi untuk meningkatkan nilai tambah, Rengginang Lorjuk berpotensi memperluas pasarnya di kawasan ASEAN dan global. Platino 11, spasi 1,15

Kata Kunci: pasar ekspor, rengginang lorjuk, HS Code 1904, sekolah ekspor, MBKM

PENDAHULUAN

Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) adalah program pengaturan karir yang komprehensif dan memberikan kesempatan bagi siswa untuk berpikir di luar program pertimbangan dengan perubahan kredit yang terjamin yang diakui oleh perguruan tinggi. MSIB merupakan bentuk nyata dari berbagai macam

kegiatan yang terdapat dalam program Kampus Merdeka. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dari berbagai lembaga pendidikan di masing-masing kampus diberi kesempatan untuk menghafal dan berkreasi sendiri melalui latihan di luar lingkungan alamat, namun tetap dianggap sebagai bagian penting dari persiapan pembelajaran.

Studi Independen Bersertifikat, seperti Yayasan Sekolah Ekspor Nasional, merupakan sebuah wadah kemitraan dalam program kerjasama MSIB yang memberikan kesempatan kepada siswa untuk mempertimbangkan berbagai sudut pandang terkait perdagangan, mulai dari cara mencari pembeli, cicilan, arsip perdagangan, keabsahan, hingga bundling item. Program Kampus Merdeka yang dilaksanakan bersama dengan Pendirian Sekolah Ekspor Nasional bertujuan untuk memperluas perjumpaan, informasi dan keterampilan siswa. Melalui program ini, mahasiswa dapat mengembangkan tanggung jawab, pengajaran, serta kreativitas dan kemampuan interpersonalnya.

Indonesia merupakan negara dengan berbagai macam suku, ras, dan agama, keberagaman tersebut melahirkan budaya yang beragam sehingga memperkaya peradaban melalui akulturasi maupun asimilasi antar penduduk (Hopid, 2023). Masyarakat Indonesia bangga dengan kekayaan budayanya, namun juga sulit untuk melestarikan dan mewariskannya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Namun seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, makanan tradisional kini kurang diminati dibandingkan dengan makanan kekinian apalagi oleh para generasi millennial ke bawah, hal tersebut dikarenakan rendahnya *awareness* mengenai makanan tradisional (Hasriyani, 2021). Sehingga melestarikan makanan tradisional menjadi sebuah kewajiban bagi masyarakat Indonesia karena merupakan wujud warisan nenek moyang yang harus tetap dijaga dan dilestarikan keberadaanya (Kusumaningtyas et al, 2013).

Rengginang lorjuk adalah contoh sempurna dari bagaimana makanan tradisional dapat mempertahankan relevansinya di tengah perubahan zaman. Rengginang lorjuk masih sering dijumpai di meja makan apalagi ketika menjelang hari raya idul fitri

(Sulistyaningsih, 2019). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka diperlukan identifikasi target pasar ekspor produk rengginang lorjuk sebagai pelestarian pangan local.

METODE PENELITIAN

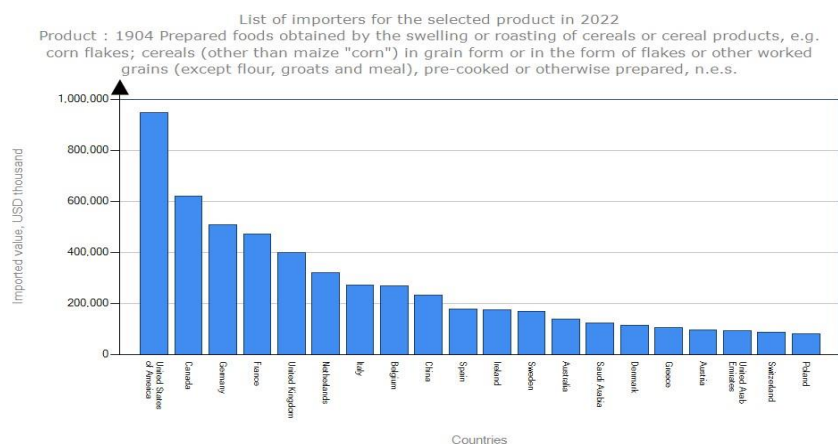
Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk menggali dan memahami makna dari masalah-masalah sosial atau kemanusiaan (Azmi et al., 2018). Jenis dan sumber data diperoleh dari data trademaps, badan pusat statistik, dan sumber lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Rengginang ini bekerjasama dengan UMKM yang berada di Perenduan Sumenep Madura. Pemilihan UMKM tersebut dikarenakan kerang bambu berukuran kecil atau biasa yang disebut lorjuk berasal dari Perenduan Madura. Dengan begitu, UMKM dapat dengan mudah mendapatkan bahan-bahan utama yang berkualitas dari pembuatan rengginang lorjuk. Pemilihan UMKM tersebut juga karena legalitas nasional seperti NIB, PIRT, dan sertifikat halal telah didapatkan sehingga lebih mudah dilakukan pengembangan produk selama program ini berlangsung.

Orientasi Bisnis Ekspor

Sebagai makanan tradisional yang masih tetap eksis hingga saat ini dan masih banyak diminati di Indonesia, rengginang lorjuk yang memiliki HS Code 1904 juga memiliki potensi di pasar global. Tercatat, rengginang telah diekspor ke berbagai negara seperti Amerika, Jerman, Perancis, dan Belanda (ITC TradeMap, 2024). Hal tersebut tentunya menjadi potensi untuk memajukan rengginang lorjuk tidak hanya di Indonesia tetapi juga di pasar global.



Gambar 1. Grafik Negara Imporir HS Code 1904 pada tahun 2022

Potensi pasar rengginang sangat beragam dengan sebaran ekspor terbesar pada kode *Harmonized Systems* 1904 (Makanan olahan diperoleh dengan cara mengembungkan atau menggongseng sereal atau produk sereal (misalnya, keripik jagung); sereal (selain jagung), dalam bentuk butir yang dikerjakan secara lain (kecuali tepung, menir dan tepung kasar), belumdimasak atau diolah secara lain, tidak dirinci atau termasuk pos lainnya) tersebar pada negara Filipina, Australia, Belanda, Amerika Serikat, Malaysia, Singapura, Taipei, Hongkong, Taiwan, Saudi Arabia (UN Comtrade, 2024).

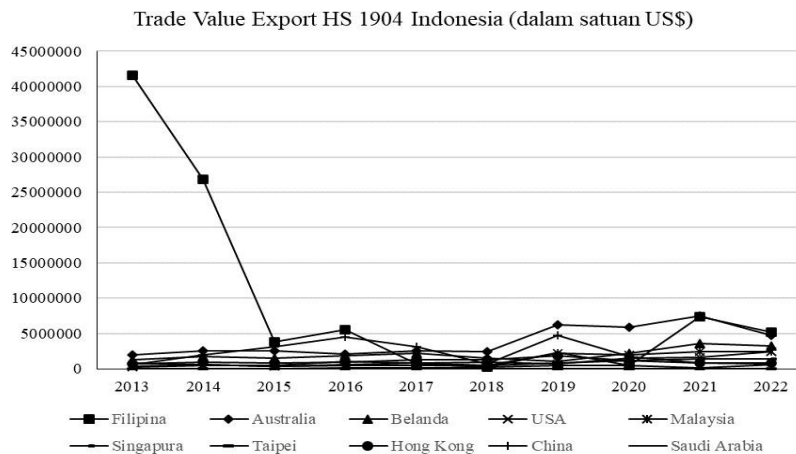
Tabel 1. PDB Industri Pengolahan Non Migas

		PDB Industri Pengolahan Non Migas (Triliun Rupiah)			
		2019	2020	2021	2022
Industri	kmakanan dan minuman	1.012,96	1.057,00	1.121,36	1.238,10
Industri	kimia, farmasi, dan obat tradisional.	265, 93	296,71	339,18	357,33
Industri	barang logam	265,38	252,14	257,37	284,62
Industri	alat angkutan	258,29	208,89	251,89	284,62
Industri	tekstil dan pakaian jadi	200,02	186,63	180,22	201,64

Pengembangan ekspor rengginang dapat memberikan kontribusi PDB dalam sektor pangan hingga 60,3 persen pada tahun 2022 (Suherman & Nurfadilah, 2023). Lebih lanjut, potensi ekspor rengginang dapat berasal dari UMKM (Usaha Mikro

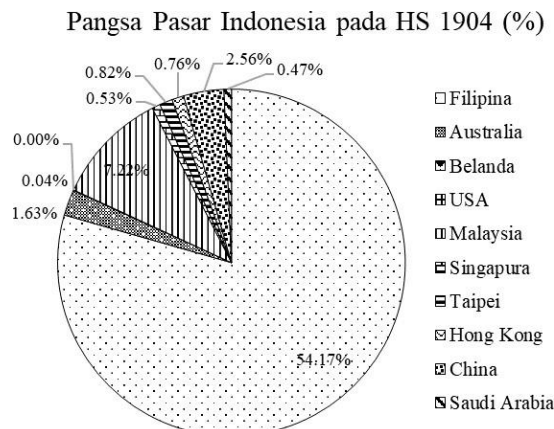
Kecil Menengah) seluruh Indonesia dengan fokus dan tujuan untuk pemberian nilai tambah pada produk atau dikenal dengan *added value* hilirisasi (Arti et al, 2023).

Potensi ekspor produk rengginang Indonesia ke pasar internasional terdapat potensi dengan ditunjukkan *trade value* ekspor pada HS 1904 urutan ke empat dari lima HS kode pada tahun 2022. Walaupun tidak berpengaruh signifikan dan memiliki potensi terbesar, namun produk rengginang Indonesia dapat menguasai pasar terbesar di wilayah ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) yang ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 2. Nilai urutan perdagangan ekspor HS 1904 Indonesia (diolah dari UN Comtrade 2024)

Berdasarkan tinjauan nilai ekspor perdagangan, hal lain yang perlu diperhatikan adalah keberadaan pangsa pasar produk rengginang Indonesia di pasar ekspor yang tertinggi (dari Gambar 4). Posisi dan presentase pangsa pasar Indonesia di pasar internasional tersaji pada Gambar 5.



Gambar 3. Pangsa pasar Indonesia pada HS 1904 (data diolah dari ITC TradeMap 202)

Posisi pangsa pasar terbesar pada HS 1904 adalah negara Filipina dengan presentase pangsa pasar sebesar 54,17 persen yang disebabkan oleh mayoritas penduduk Filipina memiliki minat dalam konsumsi yang sama dengan Indonesia yaitu dari beras dan sereal (Sa'diah dan Tamami, 2020.). Urutan kedua untuk pangsa pasar rengginang yaitu negara Malaysia dengan presentase pangsa pasar sebesar 7,22 persen yang disebabkan karena Indonesia dengan Malaysia merupakan negara *border* (Darmawati, 2022). Posisi *border* / berbatasan tersebut sangat memungkinkan untuk pengurangan tarif dan biaya lainnya yang bisa dijangkau jalur darat dan mudahnya akses legitimasi lainnya (Pijoh et al, 2022).

Potensi pasar pada urutan ketiga yaitu negara Tiongkok (*eng vers* China) dengan presentase sebesar 2,56%. Keberadaannya dikarenakan china sebagai negara yang menyerap segala jenis *food and beverage* dalam jumlah banyak dan dipengaruhi oleh tingkat *demand* negara baik penduduk tetap maupun wisatawan yang berada di negara tersebut (Wambrauw & Menufandu, 2022).

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa produk rengginang lorjuk mempunyai potensi yang besar di pasar ekspor khususnya pada kategori HS Code 1904. Pasar ekspor rengginang terbuka lebar, terutama di negara-negara ASEAN seperti Filipina dan Malaysia yang mempunyai pangsa pasar terbesar. Filipina mencatatkan 54,17% dari total ekspor rengginang Indonesia, disusul Malaysia sebesar 7,22%. Faktor geografis dan kesamaan selera konsumsi membuat pasar ini berpotensi untuk terus berkembang. Selain itu, China juga menjadi target yang menjanjikan dengan pangsa 2,56% didukung oleh tingginya permintaan di sektor makanan dan minuman.

Pengembangan ekspor rengginang melalui UMKM di Indonesia dapat

memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB sektor pangan yang pada tahun 2022 akan memberikan kontribusi hingga 60,3%. Dengan strategi hilirisasi untuk memberikan nilai tambah pada produk, rengginang Indonesia berpeluang memperluas dominasinya di pasar global, khususnya di ASEAN.

REFERENSI

- Arti, S. W., Zakiyuddin, A. S., Ridwan, F. A., & Setiyawati, L. (2023). *Dampak hilirisasi pada industri halal di indonesia*. 2(02), 86–97.
- Azmi, Z., Nasution, A. A., & Wardayani, W. (2018). Memahami Penelitian Kualitatif dalam Akuntansi. *Akuntabilitas*, 11(1), 159–168. <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.6338>
- Darmawati, D. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMBAKO IMPOR ASAL MALAYSIA (Studi Kasus Kawasan Perbatasan Republik Indonesia – Malaysia di Pulau Sebatik): Analysis of Muslim Consumer Behavior on Purchasing Decision of Imported Groceries f. *Proceedings*, 1, 15–34.
- Hasriyani, E. (2021). Perilaku Generasi Milenial terhadap Minat pada Makanan Tradisional di Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), 68–79. <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.105>
- Hopid, H. (2023). Strategi dan Saluran Pemasaran Rengginang Lorjuk Produksi Desa Prenduan. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 129–142. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2319>
- Kusumaningtyas, A., Wibisono, B., & Kusnadi, K. (2013). Penggunaan Istilah Makanan dan Jajanan Tradisional pada Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi Sebuah Kajian Etnolinguistik. *Publikasi Budaya*, 1(1), 1–9. [http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/60786/Arum Kusumaningtyas.pdf?sequence=1](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/60786/Arum%20Kusumaningtyas.pdf?sequence=1)

Pijoh, J. E. S., Massie, C. D., & Anis, H. (2022). Prosedur Hukum Perjanjian Internasional Pada Kegiatan Perdagangan Di Kawasan Perbatasan

Indonesia. *Lex Administratum*, 10(1), 168–177.

Suherman, J., & Nurfadilah, M. (2023). The Effect of Marketing Strategy, Brand Image, and Price on Purchasing Decisions at Micro, Small, and Medium Enterprises Rengginang Cap Si Kembar in Garut Pengaruh Strategi Pemasaran, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kec. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9116–9126.

<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Wambrau, M. S. F., & Menufandu, D. N. (2022). DAMPAK PERANG DAGANG

TERHADAP NERACA PERDAGANGAN AMERIKA SERIKAT-CHINA.

Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 2(4), 664–670.

<https://doi.org/10.53866/jimi.v2i4.175>