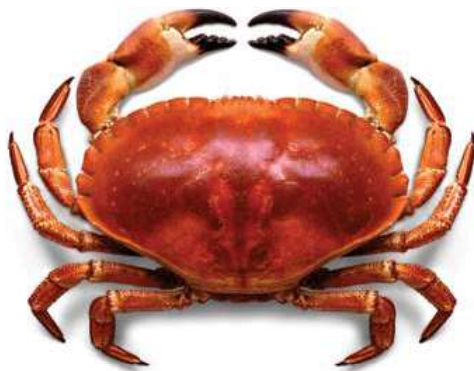


Market Brief

Kepiting di Jerman



IIPC Hamburg
2016

Daftar Isi

Kata Pengantar	3
1. Pendahuluan.....	4
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Profil Geografi Jerman.....	5
2. Potensi Pasar Kepiting di Jerman.....	6
2.1 Analisa Perkembangan Pasar Kepiting di Jerman	6
2.2 Kegiatan Ekspor-Impor Kepiting di Jerman	8
2.3 Regulasi Kepiting di Jerman	10
2.4 Tarif Bea Masuk	14
2.5 Ketentuan Labeling dan Pengemasan.....	14
2.5.1 Labeling	14
2.5.2 Packaging.....	15
2.6 Saluran Distribusi Kepiting di Jerman.....	16
2.7 Hambatan	17
a) Hambatan tarif.....	17
b) Hambatan non-tarif.....	18
3. Analisa Pesaing.....	19
3.1 Analisa Pesaing Negara Thailand	19
3.2 Analisa Pesaing Negara Chile	20
4. Peluang dan Strategi	21
4.1 Peluang.....	21
4.2 Strategi	22
5. Informasi Penting.....	24
A. Trade Promotion Office Asing di Jerman	24
B. Perwakilan Indonesia di Jerman.....	24
C. Perwakilan Jerman di Indonesia.....	25
D. Chamber of Commerce di Jerman	25
E. Institusi dan Lembaga Terkait di Jerman	25
F. Daftar Pameran Produk Terkait di Jerman.....	26
G. Daftar Importir Produk Makanan Laut di Jerman.....	27

Kata Pengantar

Indonesia Trade Promotion Centre (ITPC) Hamburg merupakan sebuah lembaga di bawah pengawasan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional pada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang berfungsi untuk membantu para pengusaha di Indonesia yang ingin memasuki pasar Uni Eropa terutama Jerman. ITPC Hamburg menyediakan informasi statistik perdagangan, jalur distribusi, tren, peluang dan strategi serta hambatan dalam memasuki pasar Jerman.

Market brief ini berisi informasi dan langkah-langkah yang harus diambil oleh para pengusaha di Indonesia dalam upaya untuk melakukan penetrasi pasar di Jerman khususnya bagi produk kepiting. Pemanfaatan potensi Indonesia sebagai negara maritim yang terkenal dengan kekayaan sumber daya perikananannya ditambah dengan peluang ekonomi dari tingginya permintaan Jerman terhadap hasil laut dapat membuka pintu bagi Indonesia untuk memasuki pasar kepiting di Jerman. Kepiting merupakan salah satu komoditi utama yang diekspor oleh Indonesia di bawah subsektor produk perikanan dan budidaya (akuakultur). Diharapkan informasi dalam Market Brief ini dapat bermanfaat bagi para pengusaha serta pihak terkait lainnya di Indonesia dalam pembuatan kebijakan dan penyusunan strategi pemasaran kepiting di Jerman.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara maritim dengan luas perairan sekitar 5,8 juta km² dengan diversitas sumber daya bawah laut. Dengan nilai tambah ini, Indonesia mempunyai potensi untuk mengembangkan industri perikanan dan budi daya perairan (akuakultur) yang memang telah menjadi salah satu sumber utama bagi perekonomian Indonesia. Selain dari itu, industri perikanan dan budidaya perarian di dunia dinilai mempunyai prospek yang baik. Tidak hanya ikan, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menetapkan kepiting sebagai salah satu komoditas ekspor utama yang mempunyai nilai jual yang tinggi.

Kepiting merupakan spesies laut kelompok krustasea dengan nama latin *Callinectes sapidus*. Kepiting mengandung nutrisi yang penting bagi kesehatan, seperti vitamin A, C dan vitamin B termasuk B12, dan mineral seperti zinc dan tembaga. Hal ini bisa menjadi nilai tambah bagi produk kepiting mengingat masyarakat dunia sekarang sangat mengutamakan gaya hidup sehat. Pada tahun 2015, tren konsumsi kepiting dunia menunjukkan peningkatan sebesar 25,76% dengan nilai sebesar US\$198 juta (19 ribu ton).¹Berikut ini adalah daftar jenis dan kode HS kepiting yang diimpor oleh Jerman dari Indonesia:

Tabel 1: Kode HS untuk kepiting yang diekspor Indonesia ke Jerman

030614	Kepiting yang dibekukan (spesies <i>Paralithodes camchaticus</i> , <i>Chinocetes spp.</i> , dan <i>Cancer paragus</i>)
030624	Kepiting
160510	Kepiting yang disiapkan dan diawetkan

Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar di Asia Tenggara bagi produk kepiting. Potensi dan sumber yang dimiliki oleh Indonesia ditambah dengan pasar hasil laut di Jerman yang masih tergantung pada impor dari luar, bisa menjadi celah bagi Indonesia untuk meningkatkan jumlah ekspor

¹ http://www.kompasiana.com/hindra/langkah-cepat-dan-strategis-untuk-menangani-isu-ekspor-kepiting-ke-singapura_54f3a7c57455139f2b6c7d5c

kepiting yang akan berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

1.2 Profil Geografi Jerman

Menurut Direktorat Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Jerman merupakan salah satu negara yang menjadi tujuan ekspor utama hasil laut Indonesia. Republik Federal Jerman (nama resmi: *Bundesrepublik Deutschland*) merupakan sebuah negara yang terletak di Eropa Barat dan termasuk salah satu negara anggota Uni Eropa. Mata uang resmi Jerman adalah Euro. Di benua Eropa, Jerman mempunyai populasi yang padat sejumlah 81,2 juta penduduk (2015) dan luas sebesar 357.137 km².²



Gambar 1: Peta Negara Jerman.

Sumber: <http://www.operationworld.org/germ>

Jerman berbatasan dengan 8 negara di Eropa. Di sebelah barat, Jerman berbatasan dengan Belanda, Belgia, Luxemburg, dan Perancis. Di sebelah selatan pula berbatasan dengan Swiss dan Austria. Di sebelah timur berbatasan dengan Polandia dan Ceko, serta dengan Denmark di bagian utara Jerman.

Jerman bisa dikatakan sebagai negara paling maju di Eropa dan juga merupakan ekonomi keempat terbesar di dunia. Dari aspek perekonomian, Jerman termasuk antara negara yang mempunyai daya beli yang tinggi dengan GDP (PPP) sebesar USD 3,84 triliun (est. 2015).³ Jerman juga merupakan anggota *Eurozone* sehingga Jerman menggunakan Euro sebagai

²<http://www.tradingeconomics.com/germany/population>

³<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html>