

# **Market Brief: Tuna Segar di Jerman**



**ITPC Hamburg**

**2016**

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	3
1. Pendahuluan .....	4
1.1 Latar Belakang .....	4
1.2 Profil Geografi Jerman .....	5
2. Potensi Pasar Produk Tuna Segar di Jerman .....	6
2.1 Analisa Perkembangan Pasar Tuna Segar di Jerman .....	6
2.2 Kegiatan Ekspor-Impor Tuna Segar di Jerman .....	9
2.3 Regulasi Produk Tuna Segar di Jerman .....	10
2.4 Tarif Bea Masuk .....	15
2.5 Ketentuan Labeling dan Packaging .....	16
2.5.1 Labeling .....	16
2.5.2 Packaging .....	18
2.6 Saluran Distribusi Produk Tuna Segar .....	19
2.7 Hambatan .....	20
3. Analisa Pesaing .....	21
3.1 Analisa Pesaing Negara Thailand .....	21
3.2 Analisa Pesaing Negara Vietnam .....	22
4. Peluang dan Strategi .....	23
4.1 Peluang .....	23
4.2 Strategi .....	24
5. Informasi Penting .....	27
A. Trade Promotion Office Asing di Jerman .....	27
B. Perwakilan Indonesia di Jerman .....	28
C. Perwakilan Jerman di Indonesia .....	29
D. Chamber of Commerce di Jerman .....	29
E. Institusi dan Lembaga Terkait di Jerman .....	30
F. Daftar Pameran Produk Perikanan di Jerman .....	31
G. Data Importir Produk Perikanan dan Akuakultur di Jerman .....	31

## **Kata Pengantar**

Indonesian 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 terutamanya Jerman. ITPC Hamburg menyediakan informasi statistik perdagangan, jalur distribusi, trend, 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 Uni Eropa khususnya bagi produk tuna segar. Pemanfaatan potensi Indonesia sebagai negara maritim yang terkenal dengan kekayaan sumber daya perikananannya ditambah dengan peluang ekonomi hasil dari peningkatan permintaan tuna di Jerman membuka pintu bagi Indonesia untuk memasuki pasar tuna di Uni Eropa. Diharapkan informasi dalam Market brief ini dapat bermanfaat bagi para pengusaha serta pihak terkait lainnya di Indonesia dalam pembuatan kebijakan dan penyusunan strategi pemasaran tuna di Jerman.

# 1. Pendahuluan

## 1.1 Latar Belakang

Saat ini dan dalam beberapa tahun mendatang, industri perikanan dan budi daya perairan (akuakultur) di dunia dinilai mempunyai prospek yang baik.<sup>1</sup> Hal ini didukung oleh populasi dunia yang terus mengalami peningkatan serta meningkatnya kesadaran akan tingginya nilai gizi yang diperoleh dari sumber daya alami, utamanya ikan. Tuna merupakan salah satu spesies ikan yang menjadi sumber makanan penting bagi masyarakat dan memiliki protein tinggi. Oleh karena itu, tidak heran apabila tuna menjadi komoditas yang banyak diminati oleh pasar internasional, di antaranya adalah Jerman secara khusus dan Uni Eropa secara umum. Jerman merupakan perantara negara anggota Uni Eropa yang menjadi pasar terbesar untuk produk tuna.<sup>2</sup>

Tuna adalah spesies ikan laut bangsa *Thunnini* dan merupakan bagian dari keluarga makarel (*Scombridae*) serta ordo *Perciformes*. Terdapat perbedaan jenis tuna yang terlibat dalam kegiatan ekspor-impor internasional. Trend permintaan produk tuna juga dilihat berbeda-beda, contohnya konsumen di Eropa Barat dan Utara lebih memilih hidangan yang praktis sehingga tuna dalam kaleng menjadi pilihan, sedangkan di Eropa Selatan permintaan terhadap produk tuna segar lebih tinggi. Berikut ini adalah daftar jenis-jenis dan kode HS tuna yang diimpor oleh Jerman dari Indonesia:

**Tabel 1: Kode HS untuk tuna segar dan beku yang diekspor Indonesia ke Jerman**

<b>030343</b>	Tuna cakalang atau <i>stripe-bellied bonito</i> beku
<b>030487</b>	<i>Fillet</i> tuna beku
<b>160414</b>	Tuna yang disiapkan dan diawetkan

Menurut *Food and Agriculture Organization* (FAO), beberapa negara di Asia Tenggara seperti Indonesia, Thailand, dan Filipina memegang predikat sebagai

<sup>1</sup> <http://www.fao.org/docrep/019/i3640e/i3640e.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/358022/>

eksportir produk tuna segar terbesar.<sup>3</sup> Indonesia mempunyai sumber daya laut yang sangat beragam dan banyak, salah satunya adalah tuna. Potensi dan sumber yang dimiliki oleh Indonesia ditambah dengan permintaan yang tinggi oleh Uni Eropa yang masih tergantung kepada tuna yang diimpor dari luar negeri bisa membantu Indonesia untuk meningkatkan jumlah ekspor yang penting bagi perekonomian Indonesia.

## 1.2 Profil Geografi Jerman

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 km<sup>2</sup>.<sup>4</sup> Terletak di lokasi yang strategis, Jerman bisa dikatakan sebagai pintu masuk bagi produk-produk Indonesia yang ingin memasuki pasar Uni Eropa karena Jerman merupakan salah satu negara yang menandatangani perjanjian *Schengen*. Oleh karena itu, Jerman dapat dikatakan sebagai penghubung transportasi barang dan jasa yang akan masuk ke Uni Eropa. Jerman berbatasan dengan 8 negara di Eropa. Di sebelah barat, Jerman berbatasan dengan Belanda, Belgia, Luxemburg, dan Perancis. Di sebelah selatan berbatasan dengan Swiss dan Austria. Manakala 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 negara yang mempunyai daya beli yang tinggi dengan GDP (PPP) sebesar USD 3,84 triliun (est. 2015).<sup>5</sup> Jerman juga merupakan anggota *Eurozone* dengan itu Jerman menggunakan Euro sebagai mata uang resminya. Menjadi salah satu negara dengan perekonomian yang tinggi, Jerman merupakan anggota G-8 dan G-20. Dengan jumlah penduduk yang padat ditambah dengan lokasi yang sangat

---

<sup>3</sup> <http://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/358022/>

<sup>4</sup> <http://www.tradingeconomics.com/germany/population>

<sup>5</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html>