

Market Brief

Udang dan Lobster di Jerman



ITPC Hamburg

2016

Daftar Isi

I.	Pendahuluan	2
A.	Pemilihan Produk	2
B.	Profil Geografi Negara Jerman	4
II.	Potensi Pasar Negara Jerman	5
A.	Impor Produk Udang dan Lobster di Jerman dari Seluruh Dunia	5
B.	Potensi Produk Udang dan Lobster di Jerman.....	12
C.	Regulasi Produk Udang dan Lobster di Jerman.....	13
D.	Kebijakan Impor Udang di Negara Jerman	15
E.	Ketentuan Labelling dan Packaging.....	15
F.	Saluran Distribusi Produk Udang dan Lobster di Negara Jerman	17
2.3.	Hambatan Lainnya.....	5
2.3.1.	Transportasi	6
2.3.2.	Kompetisi	6
2.3.3.	Komunikasi	7
A.	Analisa Pesaing Negara Belanda.....	7
B.	Analisa Pesaing Negara Vietnam.....	8
C.	Analisa Pesaing Negara India	9
D.	Analisa Pesaing Negara Thailand.....	9
E.	Analisa Pesaing Negara Kanada	10
F.	Analisa Pesaing Negara Perancis.....	11
IV.	Peluang dan Strategi.....	11
A.	Peluang	11
B.	Strategi	13
V.	INFORMASI PENTING	14
A.	Trade Promotion Office Asing di Jerman.....	14
B.	Perwakilan Jerman di Indonesia.....	15
C.	Chamber of Commerce di Jerman.....	15
D.	Institusi dan Lembaga Terkait di Jerman.....	15
E.	Daftar Pameran Produk Terkait di Jerman.....	16
F.	Perwakilan Indonesia di Jerman.....	17
G.	Daftar importir Udang dan Lobster laut di Jerman.....	17

Daftar Isi Gambar, Tabel, Grafik

Gambar 1: Udang dan lobster laut yang dipasarkan di Jerman	2
Gambar 2: Jenis udang tambak	2
Gambar 3: Produk olahan udang yang beredar di pasar Jerman.....	2
Gambar 4: Peta Jerman.....	4
Gambar 5: Nilai ekspor dunia produk udang dan lobster fresh/beku dan produk olahannya ke negara Eropa	8
Gambar 6: Nilai Ekspor Indonesia untuk semua jenis udang dan lobster baik beku, fresh maupun produk olahannya ke Uni Eropa (dalam Euro)	8
Gambar 7. Share 10 eksportir seluruh jenis produk udang dan lobster dari dunia ke Jerman periode Januari–Juli 2016.....	8
Gambar 9: Total nilai dan Jumlah Impor Jerman dari seluruh Dunia periode Januari-Juli 2015 dan Januari-Juli 2016	10
Gambar 10: Eksportir Asia untuk produk udang dan lobster beku, fresh dan berikut produk olahannya periode januari - Juli 2016.....	11
Gambar 11: Contoh pelabelan	16
Gambar 12: Contoh pengemasan udang	17
Gambar 13: tiga level jalur retail.....	3
Gambar 14: Mata rantai distribusi udang dari negara berkembang	4
Gambar 15: Tingkatan retailer.....	5

Tabel 1: Produk udang segar maupun beku beserta produk olahannya, serta lobster segar atau bekudari Indonesia yang diekspor ke Jerman	3
Tabel 2: Impor produk udang segar atau beku yang diimport oleh Jerman dari Indonesia	3
Tabel 3: Impor produk lobster segar atau beku yang diimport oleh Jerman dari Indonesia	3
Tabel 4: Impor produk udang olahan yang diimport oleh Jerman dari Indonesia	3
Tabel 5: Sepuluh importir terbesar udang dan lobster dalam bentuk fresh ataupun beku serta produk olahannya di negara Uni Eropa dari dunia periode 2011–Juli 2016.....	6
Tabel 6: Sepuluh importir terbesar udang fresh ataupun beku di negara Uni Eropa dari dunia periode 2011 – Juli 2016.....	6
Tabel 7: Sepuluh importir terbesar produk udang olahan di negara Uni Eropa dari dunia periode 2011 – Juli 2016.....	6
Tabel 8: Sepuluh importir terbesar produk lobster fresh dan beku di negara Uni Eropa dari dunia periode 2011 – Juli 2016	6
Tabel 9: Sepuluh importir terbesar produk lobster olahan di negara Uni Eropa dari dunia periode 2011 – Juli 2016.....	6
Tabel 10: Negara-negara eksportir udang dan lobster beku, fresh beserta produk olahannya ke Jerman.....	9
Tabel 11: Negara-negara eksportir udang beku ataupun fresh ke Jerman ...	9
Tabel 12: Negara-negara eksportir produk udang olahan ke Jerman	9
Tabel 13: Negara-negara eksportir lobster fresh maupun beku ke Jerman .	9
Tabel 15: Negara-negara eksportir produk olahan lobster ke Jerman	10
Tabel 16: lima eksportir ke Jerman dan produk unggulannya	11
Tabel 17: ekspor udang dan lobster ke seluruh dunia.....	13

Tabel 18: Regulasi wajib untuk produk udang dan lobster	14
Tabel 19: Regulasi umum	14
Tabel 20: Sertifikasi tambahan.....	15
Tabel 21: Tarif produk udang dan lobster berdasarkan GSP	15

Kata Pengantar

Konsumsi dan produksi hasil laut di negara Uni Eropa relatif stabil, dengan konsumen makanan laut terbesar yakni Perancis, Spanyol dan Italia. Sementara itu, negara-negara seperti Spanyol, Perancis, Inggris Raya, Italia, Jerman, Belanda dan Belgia yang berperan sebagai pengimpor utama. Oleh karena itu negara-negara di Uni Eropa adalah pasar terbesar bagi pemasaran berbagai produk hasil laut. Meningkatnya jumlah angkatan kerja dan kesadaran masyarakat Eropa untuk mengkonsumsi makanan yang sehat juga mengakibatkan konsumsi untuk makanan laut menjadi meningkat. Dan negara-negara di Eropa Barat seperti Belanda, Belgia, Jerman secara cepat dapat menjadi mitra penting bagi eksportir dari negara-negara berkembang.

Salah satu produk hasil laut yang kian populer akhir-akhir ini adalah udang dan lobster. Tingginya kandungan asam lemak Omega 3 pada udang dan lobster membuatnya tergolong salah satu makanan sehat yang digemari di Eropa, khususnya di Jerman.

Sebagai salah satu lembaga yang membantu para pengusaha di Indonesia yang ingin memasuki pasar Jerman, *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)-Hamburg* memfasilitasi informasi statistik perdagangan, jalur distribusi, trend, peluang dan strategi serta hambatan dalam memasuki pasar Jerman yang dituangkan dalam market brief ini.

Penyusunan market brief ditujukan untuk memberi gambaran lebih jauh mengenai peluang pemasaran udang, lobster dan hasil olahannya di luar negeri, khususnya di negara Jerman serta langkah-langkah yang harus diambil oleh para pengusaha Indonesia untuk memasuki pasar di negara Jerman. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Hamburg, 2016

ITPC Hamburg