



MARKET BRIEF PRODUK BUMBU INSTANT DI PASAR HONGARIA



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
BUDAPEST - HUNGARY 2013

H - 1051 Budapest, Bajcsy Zsilinszky út 12. 1st Floor No. 101.
Tel: (36 1) 317 6382, Fax: (36 1) 266 0572
inatrade@itpc-bud.hu, www.itpc-bud.hu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME kami panjatkan karena hanya dengan rahmatNya kami dapat menyelesaikan penulisan *Market Brief* perdagangan produk Bumbu Instant di Pasar Hongaria.

Dalam *Market brief* ini akan dibahas mengenai distribusi, hambatan, peluang dan strategi, serta informasi penting lainnya menyangkut ekspor produk bumbu instant ke Hongaria. Diharapkan informasi tersebut akan bermanfaat bagi para pelaku bisnis dan pihak yang membutuhkan, khususnya untuk para eksportir produk bumbu instant Indonesia dalam menembus pasar Hongaria.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan *Market Brief* ini, oleh sebab itu segala masukan, saran dan kritik yang disampaikan Pembaca sangat diharapkan oleh penulis, guna untuk meningkatkan kualitas penulisan *Market Brief* berikutnya.

Budapest, Agustus 2013

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
1. PENDAHULUAN	6
1.1 Pemilihan Negara	6
1.2 Pemilihan Produk	7
1.3 Profil Singkat Negara Hongaria	8
2. POTENSI PASAR NEGARA HONGARIA	12
2.1 Ekspor Bumbu Instant dari Hongaria ke Dunia	12
2.2 Potensi Pasar Ekspor Bumbu Instant Indonesia di Hongaria.....	13
2.3 Regulasi Impor Bumbu Instant di Hongaria	16
2.3.1 Kebijakan Impor Bumbu Instant di Hongaria.....	16
2.3.2 Persyaratan Mutu, Label & Kemasan Bumbu Instant di Hongaria	16
2.4 Saluran Distribusi Bumbu Instant di Hongaria.....	19
2.5 Hambatan Lainnya	20
2.5.1 Jarak dan Transportasi	20
2.5.2 Komunikasi	20
2.5.3 Sistem Pembayaran	21
3. PELUANG DAN STRATEGI	22
3.1 Peluang	22
3.2 Strategi	23
4. INFORMASI PENTING	28
4.1 TPO & Kedutaan Negara Hongaria di Indonesia.....	28
4.2 Asosiasi & Institusi Terkait Untuk Produk HS 210390 di Hongaria.....	28

4.3 Pameran & Kegiatan Promosi Produk HS 210390 di Hongaria.....	29
4.4 Perwakilan Indonesia di Negara Hongaria	30
4.5 Daftar Importir Produk HS 210390 di Negara Hongaria	30
REFERENSI	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ekspor Bumbu Instant dari Dunia ke Hongaria (2008-2012)	8
Tabel 2. Negara Tujuan Utama Ekspor HS 210390 Hongaria (2012).....	12
Tabel 3. Negara – Negara Pemasok Utama HS 210390 di Hongaria (2012)	13
Tabel 4. Negara Pengekspor Utama HS 210390 ke Dunia (2012)	15
Tabel 5. Daftar Institusi yang Berwenang Dalam Pengaturan Peredaran Produk Makanan dan Minuman di Hongaria	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Berbagai Kemasan Bumbu Instant Kualitas Ekspor.....	18
Gambar 2. Saluran Distribusi Bumbu Instant di Hongaria	19
Gambar 3. Contoh Buku Resep Mini Produk Bumbu Instant (Malaysia)	26

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Perbandingan Harga Rata – Rata HS 210390 dari Asia di Dunia dan di Hongaria	22
--	----

PETA NEGARA HONGARIA



Negara-negara tetangga Hongaria

Utara : Slovakia

Selatan : Yugoslavia

Barat : Austria, Slovenia, Kroasia

Timur : Romania, Ukraina

1. PENDAHULUAN

1.1. Pemilihan Negara

Hongaria merupakan salah satu negara Uni Eropa di Eropa Tengah dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Indonesia sendiri dinilai sebagai salah satu mitra ekonomi yang penting untuk Hongaria di kawasan Asia Tenggara. Untuk itu, Komisi Bersama Kerjasama Ekonomi Bilateral (*Joint Commission on Bilateral Economic Cooperation - JCEC*) antar kedua negara didirikan pada tahun 1988. Setelah dinonaktifkan pada akhir sidangnya yang ke-III (tiga) pada tahun 1993, lembaga tersebut kembali difungsikan setelah diadakannya kunjungan Presiden Indonesia ke Hongaria pada bulan September 2001 serta kunjungan balasan dari pemerintah Hongaria. Sidang JCEC kemudian diadakan di Jakarta pada Januari 2004. Dalam sidang tersebut, Kamar Dagang dan Industri kedua negara kemudian bersepakat untuk mendirikan Dewan Bisnis Bersama (*Joint Business Council - JBC*).

Komoditas ekspor utama Indonesia ke Hongaria antara lain meliputi *electrical & electronic equipment*, peralatan mesin dan *boiler*, bahan bakar mineral, bahan kimia organik, tekstil, minyak nabati, karet, produk alas kaki, dan lain sebagainya dengan total nilai ekspor sebesar US\$ 66,47 juta di tahun 2012. Sementara ekspor utama Hongaria ke Indonesia meliputi *electrical & electronic equipment*, peralatan mesin dan *boiler*, produk farmasi, bahan kimia organik, peralatan medis, karet, bahan bakar mineral,

kendaraan, plastik dan lain-lain, dengan total nilai sebesar US\$ 162,37 juta di tahun 2012.

1.2. Pemilihan Produk

Masyarakat Hongaria terutama yang tinggal diperkotaan memiliki gaya hidup modern dan praktis. Selain itu, dengan semakin majunya teknologi informasi serta perkembangan di sektor pariwisata, pengetahuan masyarakat Hongaria akan budaya lain khususnya di bidang kuliner juga semakin luas. Salah satu jenis kuliner yang mulai banyak digemari di Eropa pada umumnya dan di Hongaria khususnya adalah kuliner Asia. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya restoran yang menjual hidangan Asia di negara tersebut. Konsumennya pun tidak hanya masyarakat Asia yang rindu hidangan khas kampung halamannya, tetapi juga masyarakat lokal yang menginginkan variasi hidangan dalam menu sehari-hari.

Disisi lain, kerumitan dalam pengolahan dan banyaknya rempah-rempah yang dibutuhkan kerap menjadi penghalang bagi masyarakat Eropa yang praktis untuk dapat membuat sendiri hidangan Asia dirumah. Keberadaan berbagai produk bumbu instant merupakan jawaban atas kondisi tersebut, terutama jika dilihat dari segi kepraktisan dan konsistensi rasa yang diberikan. Oleh sebab itu, selain bangsa dari etnis Asia yang tinggal di Hongaria, masyarakat lokal juga dapat menjadi target potensial bagi pemasaran bumbu instant Asia, khususnya dari Indonesia.

Dalam *Market Brief* kali ini, jenis bumbu instant yang akan dibahas adalah yang termasuk dalam kode HS 2103 - *Sauces, mixed condiments & mixed seasonings*, dengan 4 (empat) produk turunannya seperti terlihat dalam tabel 1, dibawah ini :

Tabel 1. Ekspor produk bumbu instant dari Dunia ke Hongaria Periode 2008-2012

HS Code	Produk	Nilai impor (dalam ribu Euro)					Pertumbuhan nilai impor 2008-2012 %	Share impor dunia %
		2008	2009	2010	2011	2012		
210310	Soya sauce	371,77	473,24	301,98	299,39	337,46	-6,31	0.1
210320	Tomato ketchup and other tomato sauces	7 354,54	6 354,37	6 999,84	7 306,68	8 108,33	3,40	0.6
210330	Mustard flour and meal and prepared mustard	3 713,63	2 577,74	2 031,80	1 989,47	2 120,39	-12,89	0.9
210390	Sauces and preparations and mixed condiments and mixed seasonings	28 983,17	27 897,00	28 040,03	29 288,46	29 620,92	0,93	0.5

Sumber : International Trade Center (diolah)

Pembahasan akan difokuskan pada produk HS 210390, yaitu berbagai jenis produk saus dan olahannya serta campuran bahan penyedap instant, diluar produk olahan tomat, tepung *mustard* atau kecap.

1.3. Profil Singkat Negara Hongaria

Hongaria dengan nama lengkap Republik Hongaria memiliki luas wilayah 93.030 km² (35.920 mil²), dengan populasi sebanyak 9.965.000 orang (*est.* Juli 2011). Budapest sebagai Ibukota negara berpenduduk lebih kurang 2 juta orang. Bahasa yang digunakan adalah 98,2% bahasa Hongaria dan sisanya yaitu 1,8% dipakai bahasa lainnya. Mayoritas penduduk Hongaria memeluk agama Katolik Roma yaitu sebanyak 67,5%. Sedangkan selebihnya adalah penganut *Calvinis* 20%, *Lutheran* 5%, Yahudi

5%, serta Atheis sekitar 2,5%. Mata uang Hongaria adalah *Hungarian Forint* (HUF).

Hubungan diplomatik Indonesia-Hongaria telah berjalan sejak 26 Juni 1955. Kepala Perwakilan Hongaria ditempatkan di Jakarta pada tahun 1957 dan Kepala Perwakilan RI untuk Hongaria ditempatkan pada 13 Nopember 1959 dirangkap dari Praha. KBRI di Budapest dibuka pada tahun 1962. Hubungan bilateral kedua negara terus berkembang sejak kunjungan Presiden pertama RI Soekarno ke Hongaria pada April 1960 dan Mei 1961, dan selanjutnya kunjungan balasan Presiden Hongaria ke Indonesia pada Agustus 1961 dan kunjungan Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono dengan didampingi oleh Ibu Negara, dan beberapa Menteri Kabinet Indonesia Bersatu II (Menteri Perdagangan - Gita Wirjawan, Menteri Luar Negeri - Marty Natalegawa, Menteri Perindustrian - MS Hidayat, dan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif - Mari Elka Pangestu, serta beberapa pejabat setingkat Menteri yaitu Kepala BKPM - Chatib Basri, dan Ketua KADIN - Suryo Bambang Sulisto ke Hongaria pada bulan Maret 2013 lalu.

Hongaria merupakan salah satu negara dengan perkembangan ekonomi yang maju di antara anggota-anggota baru Uni Eropa dari Eropa Tengah dan Timur, dimana peran sektor swasta mencapai sekitar 80% dari PDB. Perekonomian telah diliberalisasi secara ekstensif melalui privatisasi, investasi asing dan pengenalan hukum-hukum perdagangan yang komprehensif.

Produk Domestik Bruto Hongaria turun sebesar 6,3% pada tahun 2009 dan tumbuh hanya sekitar 0,6% pada tahun 2010, dimana pertumbuhan yang lebih baik diperkirakan terjadi pada tahun 2011. Pertumbuhan PDB pada tahun 2008 adalah sebesar 0,6%. Sementara pengangguran di Hongaria naik menjadi 11,8% pada Januari 2010 tetapi mengalami penurunan menjadi 11,1% pada bulan Agustus 2010.

Inflasi pada tahun 2009 tercatat sebesar 4,2% dan di tahun 2010 meningkat menjadi 5,3%. Pada bulan September 2008 nilai tukar Euro terhadap mata uang lokal, Forint sebesar 238, kemudian anjlok menjadi 316 yang mana hal ini merupakan level terendah sepanjang sejarah pada Maret 2009. Selama bulan September 2009 hingga Agustus 2010 angka tersebut stabil di kisaran 270 untuk kemudian mengalami fluktuasi lebih lanjut.

Pemerintah Hongaria sebelumnya telah menunda menetapkan tanggal untuk mengadopsi Euro sampai reformasi selesai, tetapi kebanyakan para pengamat tidak mengharapkan Hongaria masuk zona Euro sebelum tahun 2013 - 2014. Hongaria mengalami masa transisi dari sistem ekonomi tertutup menuju *market oriented economy* lebih awal dari negara-negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan usaha sektor swasta sebelum berakhirnya masa komunis.

Setelah beberapa tahun mengalami masa turbulensi diikuti dengan runtuhnya Uni Soviet, Hongaria telah mampu membangun fondasi ekonomi yang stabil. Sejak bergabung dengan Uni Eropa pada bulan Mei 2004 lalu,

peran sektor swasta tercatat lebih dari 80% PDB, kemudian kepemilikan dan investasi asing terhadap perusahaan dan badan usaha di Hongaria semakin bertambah. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya *Cumulative Foreign Direct Investment* menjadi sebesar lebih dari US\$ 60 milyar sejak tahun 1989, sedangkan PDB Paritas daya beli pada tahun 2008 tercatat sebesar US\$ 196,6 milyar.

2. POTENSI PASAR NEGARA HONGARIA

2.1. Ekspor Bumbu Instant dari Hongaria ke Dunia

Selain melakukan impor, Hongaria juga mengekspor produk bumbu instant yang tergolong dalam kategori HS 210390 ke berbagai negara, terutama negara-negara Uni Eropa. Berikut adalah negara-negara tujuan utama ekspor Hongaria untuk produk dimaksud :

Tabel 2. Negara tujuan utama ekspor HS 210390 Hongaria tahun 2012

No.	Importers	Exported value 2012 (EURO thousand)	Exported quantity 2012 (tons)	Unit price (EURO/Kg)	Exported growth in value between 2008-2012 (% p.a.)
1	United Kingdom	5 385,46	767	7,03	196
2	Romania	3 180,20	2 451	1,30	16
3	Poland	2 748,17	1 514	1,82	57
4	France	2 551,18	355	7,19	75
5	Sweden	2 391,09	886	2,70	45
---	-----	-----	-----	-----	-----
26	Canada	65,57	15	4,46	21
27	Russian Federation	60,70	17	3,51	-72
28	United States of America	55,71	14	4,13	22
29	Australia	18,93	4	5,12	4
30	Montenegro	15,45	6	2,92	40

Sumber : Eurostat (diolah)

Tujuan ekspor Hongaria untuk produk terkait pada tahun 2012 adalah negara-negara di Eropa, hingga Amerika Serikat, Kanada, dan Australia. Dari data yang sama juga terlihat bahwa volume ekspor Hongaria ke Inggris bukanlah yang terbesar, walaupun secara nilai ekspor merupakan yang tertinggi (EUR 5,38 juta).

Volume ekspor tertinggi terdapat pada negara-negara tetangga yaitu Romania (2.451 ton) dan Polandia (1.514 ton). Harga produk Hongaria yang dipasarkan di kedua negara tersebut merupakan yang terendah diantara negara-negara tujuan ekspor lainnya, yaitu sebesar EUR 1,3 dan EUR 1,82 per kilogram. Sementara harga jual tertinggi terdapat pada negara Perancis dan Inggris yang berada pada kisaran EUR 7,19 dan EUR 7,03 per kilogramnya. Selama periode tahun 2008 - 2012, trend pertumbuhan ekspor Hongaria terhadap produk terkait secara umum terlihat cukup tinggi, terutama untuk negara-negara Inggris (196%), Perancis (75%) dan Polandia (57%).

2.2. Potensi Pasar Ekspor Bumbu Instant Indonesia di Hongaria

Tabel 3. Negara-negara pemasok utama HS 210390 di Hongaria tahun 2012

No.	Exporters	Imported value 2012 (EURO thousand)	Imported quantity 2012 (tons)	Unit price (EURO/Kg)	Imported growth in value between 2008-2012 (% , p.a.)
1	Austria	5 297,58	1 531,30	3,46	4,13
2	Netherlands	5 203,42	2 146,70	2,42	0,00
3	Germany	4 479,24	1 652,30	2,71	7,76
4	Poland	4 193,69	3 237,80	1,30	24,58
5	Slovakia	2 544,11	868,00	2,93	-8,15
---	-----	-----	-----	-----	-----
11	Thailand	451,29	117,80	3,83	65,96
---	-----	-----	-----	-----	-----
18	Japan	115,72	18,00	6,43	23,59
19	Hong Kong, China	60,53	12,50	4,84	52,83
---	-----	-----	-----	-----	-----
23	China	25,64	44,50	0,58	55,13
---	-----	-----	-----	-----	-----
30	Republic of Korea	0,46	0,20	2,28	182,84
	Total World import	30 991,05	13 301,00	2,33	2

Sumber : International Trade Center & Eurostat (diolah)

Dari data statistik internasional tercatat total impor Hongaria atas produk HS 210390 pada tahun 2012 mencapai nilai EUR 30,9 juta dengan volume sebesar 13 ribu ton lebih, dengan harga jual rata-rata EUR 2,33/Kg. Impor Hongaria atas produk tersebut, sebagian besar berasal dari negara-negara Uni Eropa lainnya seperti Austria, Belanda dan Jerman. Dari Asia, impor produk terkait diperoleh dari Thailand, Jepang, China dan Korea Selatan.

Trend impor Hongaria terhadap produk terkait dari seluruh dunia selama periode tahun 2008 - 2012 tercatat hanya sebesar 2%. Angka pertumbuhan yang kecil terlihat pada impor dari negara-negara Uni Eropa seperti Belanda dan Slovakia. Namun hal ini tidak terjadi pada impor dari negara-negara Asia. Impor dari Thailand, misalnya, mengalami pertumbuhan sebesar 62% selama periode tahun 2008 - 2012. Sementara dalam periode yang sama, pertumbuhan impor dari Hong Kong mencapai angka 67%, China 51% dan Jepang 21%. Secara umum, trend impor bumbu instant dari negara-negara Asia selama periode ini dapat dikatakan cukup tinggi.

Data statistik perdagangan internasional belum mencatat adanya transaksi perdagangan produk HS 210390 dari Indonesia ke Hongaria selama periode tahun 2008 - 2012. Hal ini sangat disayangkan mengingat Indonesia merupakan salah satu dari 20 (dua puluh) negara pengekspor utama produk HS 210390 di dunia, jauh diatas India yang berada di peringkat 43 (empat puluh tiga). Dari Asia, Indonesia berada pada urutan ke

7 (tujuh) setelah Thailand, Korea Selatan dan Malaysia. Angka pertumbuhan ekspor Indonesia selama periode tahun 2008 - 2012 terlihat lebih tinggi (27,25%) dibandingkan dengan negara-negara pesaing lainnya seperti Malaysia (16,17%) dan Thailand (17,79%). Namun demikian, di tahun 2012 *share* Indonesia terlihat baru sebesar 1,3% atau masih berada dibawah Malaysia (1,8%) dan Thailand (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki potensi untuk dapat meningkatkan nilai eskpornya, salah satunya adalah dengan melakukan ekspor ke negara Hongaria.

Tabel 4. Negara-negara pengeksport utama produk HS 210390 ke dunia tahun 2012

No.	Exporters	Value exported in 2012 (EURO thousand)	Quantity exported in 2012 (tons)	Unit price (EURO/Kg)	Annual growth in value between 2008-2012 (%)	Share in world exports (%)
1	United States of America	660 176,00	386 784	1,71	10,44	11.1
2	Germany	482 540,68	185 903	2,60	13,49	8.1
3	China	449 112,08	330 700	1,36	5,65	7.6
4	Thailand	372 067,36	224 529	1,66	17,79	6.3
5	Netherlands	340 367,27	195 907	1,74	18,67	5.7
6	Italy	321 829,60	100 374	3,21	3,13	5.4
7	Belgium	243 174,57	121 155	2,01	12,10	4.1
8	United Kingdom	239 310,90	96 357	2,48	8,99	4
9	Japan	210 256,82	48 609	4,33	7,82	3.5
10	France	197 679,89	83 229	2,38	11,59	3.3
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----
16	Republic of Korea	122 345,01	49 505	2,47	14,71	2.1
17	Hong Kong, China	113 161,32	63 485	1,78	13,27	1.9
18	Malaysia	105 111,30	54 355	1,93	16,17	1.8
19	Sweden	86 802,24	21 654	4,01	7,12	1.5
20	Indonesia	76 760,13	26 634	2,88	27,25	1.3
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----
43	India	15 124,20	10380	1,46	30,66	0.3

Sumber : International Trade Center

2.3. Regulasi Impor Bumbu Instant di Hongaria

2.3.1. Kebijakan Impor Bumbu Instant di Hongaria

Hongaria menerapkan kebijakan tarif impor serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk produk bumbu instant yang mengacu kepada standar impor di Uni Eropa. Dari sumber *Export Helpdesk*, untuk produk HS 2103.90 asal Indonesia, tarif yang dikenakan adalah sebagai berikut :

- Tarif impor : 4,2 % (tarif GSP)
- PPN : 27 %

2.3.2. Persyaratan Mutu, Label dan Kemasan Produk Bumbu Instant di Hongaria

Selain regulasi mengenai tarif masuk dan PPN, Hongaria juga menetapkan beberapa regulasi non-tarif untuk impor bumbu instant sebagai berikut :

- a) Pengendalian kontaminan dalam bahan makanan.

Tingginya tingkat perlindungan konsumen di Uni Eropa menyebabkan impor bahan makanan harus sesuai dengan undang-undang Uni Eropa yang dirancang untuk memastikan bahwa makanan yang dipasarkan aman untuk dikonsumsi dan tidak mengandung kontaminan pada tingkat yang bisa mengancam kesehatan manusia.

- b) Pengendalian residu obat-obatan hewan pada hewan dan produk hewan untuk konsumsi manusia (Catatan : hanya diperlukan untuk produk yang berasal dari hewan untuk konsumsi manusia).
- c) Pengawasan kesehatan bahan makanan asal non-hewan (Catatan : hanya diperlukan untuk bahan pangan asal non-hewan).
- d) Pelabelan untuk produk makanan.

Pelabelan/etiket pada produk harus mencantumkan semua informasi penting seperti komposisi, produsen, metode penyimpanan dan persiapan, kadaluarsa, dan lain-lain, serta harus mudah untuk dilihat, dipahami dan dibaca. Label/etiket juga harus menunjukkan kuantitas bahan tertentu sebagai persentase dari produk akhir. Zat yang dikenal sebagai alergen harus selalu dicantumkan pada label. Perlu diketahui pula bahwa Uni Eropa melarang klaim suatu produk makanan atas khasiat yang dapat mencegah atau menyembuhkan penyakit.

Khusus untuk negara Hongaria, isi label minimal harus menggunakan bahasa Hongaria. Keakuratan informasi pada label dapat diperiksa pada setiap tahap rantai distribusi (misalnya bea cukai, distributor gudang, pedagang grosir atau pengecer).

- e) Kemasan : produk yang dipasarkan dapat dikemas menggunakan berbagai kemasan yang aman bagi produk makanan. Bentuk kemasan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, misalnya berdasarkan

volume atau jenis produk tersebut (bubuk/kering, cair, pasta, dan lain-lain).



Gambar 1. Berbagai kemasan bumbu instant kualitas ekspor

Kemasan harus kedap udara dan tidak terdapat kebocoran yang dapat menyebabkan kontaminasi pada produk.

- f) Sukarela : produk dari hasil produksi organik.

Tabel 5. Daftar institusi yang berwenang dalam pengaturan peredaran produk makanan dan minuman di Hongaria

No.	Institusi	Alamat
1.	Vidékfejlesztési Minisztérium (Ministry of Rural Development) Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal - NÉBIH (National Food Chain Safety Office) Élelmiszer- és Takarmánybiztonsági Igazgatóság (Directorship for Food and Feed Safety)	Mester Utca. 81, 1095 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 456 3012; Fax: (+306) 1 215 6858 E-mail: etbi@nebih.gov.hu Website: http://www.nebih.gov.hu/
2.	Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (National Food Safety Office)	Keleti Károly u. 24, 1024 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 336 9000; Fax: (+36) 1 336 9479 E-mail: ugyfelszolgalat@nebih.gov.hu Website: http://www.nebih.gov.hu/
3.	Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat - ÁNTSZ (National Public Health and Medical Officer Service)	Gyáli út 2-6, 1097 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 476 1100; Fax: (+36) 1 476 1390 E-mail: tisztifoorvos@oth.antsz.hu Website: http://www.antsz.hu/
4.	Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság - NFH (National Authority for Consumer Protection)	József krt. 6, 1088 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 459 4800; Fax: (+36) 1 210 4677 E-mail: nfh@nfh.hu Website: http://www.nfh.hu/

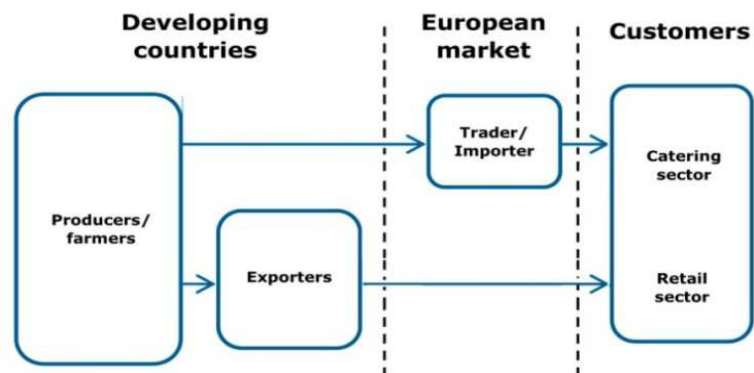
Sumber : Export Helpdesk

Informasi lengkap mengenai persyaratan mutu, pelabelan/etiket dan lain-lain untuk produk makanan di Uni Eropa dapat dilihat pada situs internet berikut : http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_en.htm

2.4. Saluran Distribusi Produk Bumbu Instant di Hongaria

Bumbu instant merupakan produk rempah-rempah yang siap digunakan oleh konsumen. Produk tersebut tidak lagi membutuhkan pengolahan lebih lanjut di negara tujuan, seperti proses penggilingan, pencampuran dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pemasaran bumbu instant lebih ditujukan kepada *end-user* baik dari sektor *retail* maupun *restorasi/catering*.

Gambar 2. Saluran distribusi bumbu instant di Hongaria



Sumber : CBI (diolah)

Produsen bumbu instant dari Indonesia yang ingin memasarkan produknya ke Hongaria dapat menghubungi perusahaan eksportir di

Indonesia atau langsung ke perusahaan importir dari Hongaria. Baik eksportir maupun importir tersebut kemudian akan memasarkan produknya ke konsumen lokal, baik melalui sektor *retail* maupun restorasi/catering di negara setempat.

2.5. Hambatan Lainnya

Berikut adalah beberapa hambatan yang mungkin dihadapi oleh produsen produk bumbu instant asal Indonesia dalam memasarkan produknya ke luar negeri, khususnya ke Hongaria:

2.5.1. Jarak dan transportasi

Jarak yang cukup jauh antara Indonesia dan Hongaria menyebabkan tingginya biaya logistik bila dibandingkan dengan negara-negara pesaing lainnya dari Asia. Disisi lain, posisi geografis Hongaria yang berbatasan langsung dengan 7 (tujuh) negara Uni Eropa akan sangat menguntungkan untuk distribusi barang selanjutnya, karena biaya logistik ke negara-negara tersebut akan menjadi lebih mudah, cepat dan lebih murah.

2.5.2. Komunikasi

Kebanyakan orang Hongaria memiliki kecenderungan melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang mengetahui budaya Hongaria. Sebagai langkah awal, selain penguasaan bahasa Inggris yang baik, pemahaman akan bahasa dan tata krama bisnis Hongaria akan sangat membantu memperlancar komunikasi dan hubungan bisnis selanjutnya.

2.5.3. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran juga merupakan hambatan yang sering terjadi pada proses transaksi. Berikut adalah sistem pembayaran yang sering digunakan di dunia Internasional, termasuk Hongaria :

Letter of Credit, atau sering disingkat menjadi L/C, LC, atau LOC, adalah salah satu cara pembayaran internasional yang memungkinkan eksportir menerima pembayaran tanpa menunggu berita dari luar negeri setelah barang dan berkas dokumen dikirimkan keluar negeri (kepada pemesan).

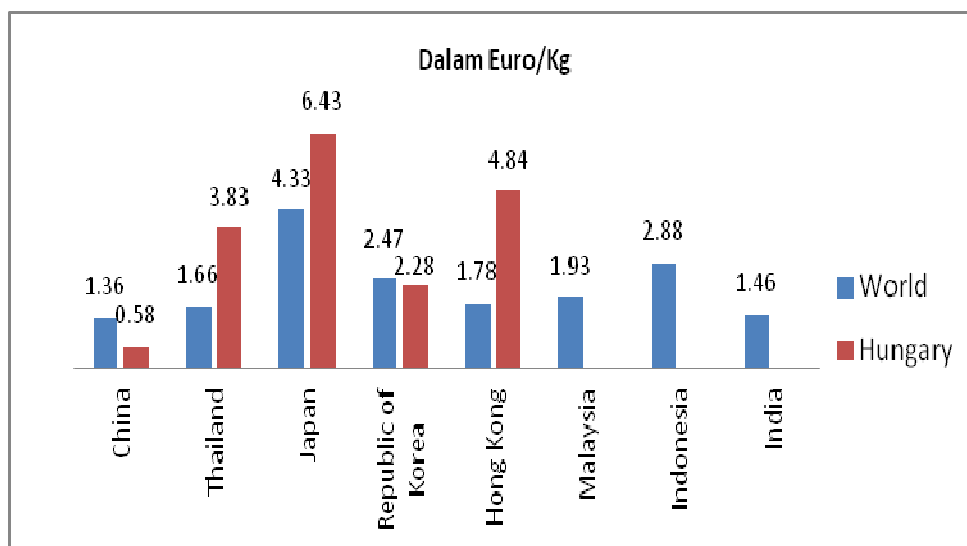
T/T (Telegraphic Transfer) adalah sistem pembayaran oleh pembeli untuk mempercepat pengiriman barang dan untuk menghindari pajak dari bank. pihak pembeli membayar uang muka sebesar 30% dengan cara transfer, dan sisanya 70% dibayarkan setelah pihak pembeli menerima copy dokumen yang diminta melalui fax.

3. PELUANG DAN STRATEGI

3.1. Peluang

Berdasarkan Tabel 4 pada halaman 15 sebelumnya, harga rata-rata produk bumbu instant HS 210390 dari Indonesia yang diekspor ke dunia berada pada kisaran EUR 2,88/Kg. Harga ini masih lebih tinggi bila dibandingkan dengan produk sejenis dari negara pesaing Indonesia dari kawasan Asia seperti Malaysia (EUR 1,93/Kg), Thailand (EUR 1,66/Kg) dan Korea Selatan (EUR 2,47/Kg). Harga produk bumbu Instant dari China terlihat yang paling bersaing dari negara-negara pengekspor lainnya, yaitu rata-rata EUR 1,37/Kg.

Grafik 1. Perbandingan harga rata-rata HS 210390 dari Asia di dunia dan di Hongaria



Sumber : Eurostat (diolah)

Namun berdasarkan tabel 3 (hal.13) harga produk terkait di pasaran Hongaria terlihat rata-rata dijual pada harga yang lebih tinggi. Sebagai contoh, produk dari Thailand yang juga merupakan pemasok utama produk terkait asal Asia, terlihat berada pada kisaran EUR 3,83/Kg. Harga yang ditawarkan Thailand tersebut terlihat masih bersaing dengan produk sejenis dari Jepang (EUR 6,43/Kg) dan Hong Kong (EUR 4,84/Kg). Secara umum, harga bumbu instant asal Asia di Hongaria terlihat masih cukup tinggi, kecuali untuk produk asal China yang dijual pada kisaran EUR 0,58/Kg.

Kondisi tersebut diatas tentunya dapat menjadi pertimbangan bagi produsen maupun eksportir asal Indonesia untuk memasarkan produk HS 210390 ke Hongaria, terutama dalam hal penentuan harga produk agar dapat bersaing dengan negara – negara pesaingnya.

3.2. Strategi

Agar dapat bersaing dengan produk sejenis dari negara lain, selain kompetitivitas harga, produsen bumbu instant dari Indonesia mutlak harus menyesuaikan produknya dengan standar produk makanan yang ditetapkan oleh Uni Eropa. Hal ini sangat penting mengingat pemasaran bumbu instant ke Hongaria dapat menjadi jalan yang baik dalam memasuki pasar Uni Eropa, khususnya Eropa Tengah dan Timur.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah sebagai berikut :

- Aktif mengikuti berbagai pelatihan baik didalam maupun diluar negeri untuk meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan.
- Menjadi anggota asosiasi pengeksport produk terkait agar dapat memperoleh informasi terkini tentang *trend* pasar serta regulasi impor terkini di negara tujuan.
- Menjalin hubungan bisnis yang baik melalui kontrak jangka panjang dengan importir.
- Aktif berkomunikasi dengan perwakilan RI di luar negeri, khususnya perwakilan Kementerian Perdagangan (ITPC atau Atase Perdagangan), untuk memperoleh informasi terkini mengenai berbagai kegiatan promosi, regulasi, *trend* pasar dan lain-lain.
- Berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi dan pameran produk industri internasional. Hal ini sangat efektif sebagai sarana promosi dan merupakan kesempatan yang baik untuk dapat bertemu secara langsung dengan para importir luar negeri. Selain itu, produsen juga dapat mengamati secara langsung produk-produk yang ditawarkan para kompetitor luar negeri sebagai bahan perbandingan untuk perbaikan mutu dan kualitas. Manfaat lain yang dapat diperoleh dengan mengikuti pameran antara lain adalah untuk menunjukkan kredibilitas perusahaan

terhadap para importir luar negeri, sehingga secara tidak langsung akan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

- Khusus untuk produk bumbu instant dan produk makanan pada umumnya, salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah aktif melakukan promosi kepada *end-user*. Sarana yang dapat digunakan antara lain adalah melalui :

1. *Internet*

Internet merupakan sarana promosi yang ekonomis, mengingat penggunaannya yang sudah umum bagi masyarakat internasional terutama di Eropa. Hal yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menyediakan situs perusahaan yang *representatif*, dimana konsumen dapat mengetahui lebih lanjut mengenai produk yang dijual (berbagai macam resep masakan yang dapat dibuat dari produk terkait, informasi tentang tradisi makanan di Indonesia, daerah asal bumbu, dan lain-lain). Agar dapat menarik konsumen asing, penggunaan bahasa Inggris *mutlak diperlukan*. Untuk itu, penggunaan jasa penterjemah yang berkualitas dapat dipertimbangkan. Selain bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh konsumen, penyampaian dengan bahasa yang baik dan benar akan dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan, dan secara tidak langsung juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berikut adalah beberapa contoh situs internet Indonesia maupun internasional yang dapat menjadi referensi :

- ✓ <http://www.ikafood.com>
- ✓ <http://www.ptbamboe.com/>
- ✓ <http://www.mccormick.com/>

2. *Brosur/leaflet/booklet resep masakan*

Sama seperti penggunaan situs internet, informasi yang disampaikan dapat dibuat dalam bentuk *leaflet/booklet* gratis berisi berbagai variasi resep masakan yang dapat dibuat berdasarkan produk bumbu tersebut. Hal ini tentu sangat

menarik dan membantu konsumen yang masih asing terhadap hidangan Asia, khususnya dari Indonesia. Buku resep mini tersebut tentunya kemudian dapat disimpan dan dikoleksi, dan menjadi referensi yang

mudah digunakan oleh konsumen dikemudian hari. Penggunaan bahasa lokal, yaitu bahasa Hongaria selain bahasa Inggris

tentu mutlak dilakukan, mengingat target pemasaran adalah konsumen lokal dari berbagai usia dan golongan.

Mini leaflet tersebut dapat ditempatkan langsung pada kemasan, misalnya pada leher botol dengan menggunakan karet elastik.



Gambar 3. Contoh buku resep mini produk bumbu instant (Malaysia).

Sedangkan buku resep mini dapat didistribusikan kepada konsumen melalui perusahaan *retail*/pedagang eceran yang memasarkan produk tersebut.

4. INFORMASI PENTING

4.1. TPO dan Kedutaan Negara Hongaria di Indonesia

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
1.	Kedutaan Besar Negara Hongaria di Indonesia	Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X/3, 12950 Jakarta Selatan Phone: +62-21-520-3459, +62-21-520-3460 Fax: +62-21-520-3461 Email: mission.jkt@kum.hu Website: www.mfa.gov.hu/emb/jakarta

4.2. Asosiasi dan Institusi Terkait Untuk Produk HS 210390 di Hongaria

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
1.	Nemzeti Külgazdasági Hivatal (Hungarian Investment & Trade Agency)	1055 Budapest, Honvéd utca 20, Hungary Tel: (+36-1) 872-6666 Fax: (+36-1) 872-6699 E-mail: info@hita.hu Website: www.hita.hu
2.	Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal - (Hungarian Trade Licensing Office) Engedélyezési Főosztály (Licensing Department) Mezőgazdasági Osztály (Agriculture Section)	Margit krt. 85, 1537 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 336 7316 Fax: (+36) 1 336 7302 E-mail: foosztaly.engedely@mkeh.hu Website: http://www.mkeh.hu
3.	Váminformáció (Customs Information Centre) Vám- és Pénzügyőrség (Hungarian Finance and Customs Guard)	Hungária krt. 112-114, 1143 Budapest, Hungary Tel: (+36) 1 470 4121 / 1 470 4122 Fax: (+36) 1 470 4120 E-mail: vam.info@mail.vpop.hu
4.	European Commission Unit Information and Communication	Trade A2, 200 Rue De La Loi - Wetstraat. B-1049 Brussels, Belgium Tel: 00 800 67891011 E-mail: address-information@ec.europa.eu Website: http://export-help.cec.eu.int/

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
5.	European Spice Association (ESA)	Reuterstraße 151, 53113 Bonn, Germany Tel: +49 228 210180 Fax: +49 228 229460 E-Mail: esa@verbaendebuero.de Website: www.esa-spices.org

4.3. Pameran dan Kegiatan Promosi Produk HS 210390 di Hongaria

No.	Nama kegiatan	Waktu	Keterangan
1.	Sirha Budapest	12-14 Maret 2014 (tiap tahun)	Pameran dagang internasional yang memamerkan berbagai produk dan servis dari industri makanan, catering dan perhotelan. Lokasi: Hungexpo - Budapest Fair Center Albertirsai út 10. 1101 Budapest, Budapest, Hungary Trade Show Contact: sirha-budapest@hungexpo.hu www.sirha-budapest.com Fair organizer: Hungexpo C.Co.Ltd. Albertirsai út 10 H-1101 Budapest, Hungary Tel: +36 (0)1 2636000 Fax: +36 (0)1 2636098 hungexpo@hungexpo.hu www.hungexpo.hu

4.4. Perwakilan Indonesia di Negara Hongaria

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
1.	Kedutaan Besar Republik Indonesia di Hongaria	1068 Budapest, Városligeti fasor 26 Phone: (+36-1) 413 3800 Fax: (+36-1) 322 8669 E-mail: embassy@indonesianembassy.hu Website: http://www.indonesia.hu/
2.	Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Budapest	1051 Budapest, Bajcsy Zsilinzsky út 12, 1 st Floor 101, Hungary Phone : (+36-1) 317 6382 Fax: (+36-1) 266 0572 Email: inatrade@itpc-bud.hu Website: www.itpc-bud.hu

4.5. Daftar Importir Produk HS 210390 di Negara Hongaria

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
1.	CS-Paritás, Élelmiszerfeldolgozó és Kereskedelmi Kft.	6783 Ásotthalom, IV. kerület 531, Hungary Ph:+36 62 29 14 11 Fx:+36 62 29 14 11 Email: cs-paritas@invitel.hu Website: http://www.csparitas.hu
2.	Hungaro Casing Kft.	1203 Budapest, Zodony u. 3, Hungary Ph: +36 421 8478 Mb: +36 30 977 0067 Fx: +36 1 421 8313 Email: szitkey.szilvia@hc.hu Website: www.hc.hu
3.	Alvinci Partners	1015 Budapest, Donáti utca 5/D, Hungary Ph: +36 1 951 8695 Mb: +36 30 983 4193 Mr Jonathan Gifford (Managing Director) Email: j.gifford@alvincipartners.hu Website: www.alvincipartners.hu
4.	Szilasfood Kft	2143 Kistraca, Nagytarcsai út.6, Hungary Ph: +36 28 450 757 Mb: +36 30 940 4109 Fx: +36 28 450 756 Email: szilasfood@szilasfood.hu Website: www.szilasfood.hu

No.	Lembaga/ Institusi	Alamat
5.	Unilever Magyarország Kft.	1138 Budapest, Vaci út 182, Hungary Email: info@knoor.hu Website: www.rafineria.hu
6.	Nestle Hungaria Kft	1095 Budapest, Lechner Ödön Fásor 7, Hungary Email: www.nestle.hu
7.	Kotányi Hungaria Kft	1146 Budapest, Hermina út 17 Ph: +36-1-471-9900 Fx: +36-1-471-9901 Email: info.hu@kotanyi.com Website: www.kotanyi.com
8.	R-COOP 3 Kft	6771 Szeged, Sröreg T.2, Hungary Ph: +36 62 557 600 / 101 Fx: +36 62 406 816 E-mail: info@rcoop3.hu Website: http://www.rcoop3.hu

REFERENSI

- International Trade Center
(<http://www.intracen.org/>)
- European Commission, Eurostat
(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)
- European Commission, Export Helpdesk
(<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>)
- Ministry for Foreign Affairs of the Republic of Hungary, *The Hungarian - Indonesian economic relations*.
(http://www.mfa.gov.hu/kulkepvisolet/ID/en/en_Bilateralis/en_bi_eco.htm?printable=true)
- Hungarian Trade and Investment Agency
(<http://www.hita.hu/>)
- Encyclopedia of the Nations.
(<http://www.nationsencyclopedia.com/Europe/Hungary-INDUSTRY.html#ixzz2bkY352MH>)
- Trade Fair Dates
(<http://www.tradefairdates.com>)
- EUROPAGES Company directory
(<http://www.europages.co.uk/>)