



# MARKET BRIEF PRODUK MIE 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-lah kami dapat menyelesaikan penulisan *Market Brief* perdagangan produk *Mie Instant* di Hongaria.

*Market Brief* ini secara spesifik akan membahas mengenai pasar produk *Mie Instant* di Hongaria, baik itu dari sisi informasi produk dan data kompetisi pasar, hingga regulasi, saluran distribusi, hambatan, serta peluang dan strategi yang dibutuhkan bagi para pelaku bisnis di Indonesia. *Market Brief* ini diwujudkan khususnya dengan tujuan agar potensi ekspor produk *Mie Instant* dapat dikembangkan dengan lebih optimal oleh para pengusaha Indonesia untuk dapat 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 untuk dapat meningkatkan kualitas penulisan *Market Brief* selanjutnya.

Budapest, November 2013

Rusmin Amin  
Kepala ITPC Budapest

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>2</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>5</b>
I.1 Pemilihan Negara .....	5
I.2 Pemilihan Produk .....	6
I.3 Profil Singkat Negara Hongaria .....	8
<b>II. POTENSI PASAR NEGARA HONGARIA .....</b>	<b>11</b>
II.1 Ekspor Produk <i>Mie Instant</i> Dari Hongaria Ke Dunia .....	11
II.2 Potensi Pasar Produk <i>Mie Instant</i> di Hongaria .....	13
II.3 Regulasi Produk <i>Mie Instant (HS 190230)</i> di Hongaria .....	16
<b>III. PELUANG DAN STRATEGI .....</b>	<b>25</b>
<b>IV. INFORMASI PENTING .....</b>	<b>30</b>
IV.1 Perwakilan Negara Hongaria di Indonesia .....	30
IV.2 Perwakilan Negara Indonesia di Hongaria .....	30
IV.3 Institusi Terkait Perdagangan di Hongaria .....	31
IV.4 Asosiasi Terkait Produk <i>Mie Instant</i> / Produk Makanan .....	32
IV.5 Daftar Pameran Terkait Dengan Produk Makanan di Hongaria.....	33
IV.6 Daftar Importir Produk <i>Mie Instant</i> di Hongaria .....	34
<b>V. DAFTAR PUSAKA .....</b>	<b>35</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Global Market Share Mie Instant</i> Tahun 2013 di Seluruh Dunia (Nilai per 1 juta Bungkus) .....	7
Tabel 2.	Total Impor Produk <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Hongaria dari Seluruh Dunia (Nilai Dalam Satuan Euro) .....	8
Tabel 3.	Tujuan Utama Ekspor Produk <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Hongaria & Jumlahnya (Dalam Euro) Tahun 2012 .....	11
Tabel 4.	<i>Market Share Mie Instant</i> dari Beberapa Eksportir Terbesar ke Hongaria .....	13
Tabel 5.a	Nilai Ekspor <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Slovakia ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro (2008-2012) .....	15
Tabel 5.b	Nilai Ekspor <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Vietnam ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro (2008-2012) .....	15
Tabel 5.c	Nilai Ekspor <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Jerman ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro (2008-2012) .....	15
Tabel 5.d.	Nilai Ekspor <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Inggris ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro (2008-2012) .....	15
Tabel 5.e	Nilai Ekspor <i>Mie Instant (HS 190230)</i> Dari Ukraina ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro (2008-2012) .....	16
Tabel 6	Pajak Impor Produk <i>Mie Instant (HS 19023010)</i> di Uni Eropa.....	17

## DAFTAR PIE CHART

<i>Pie Chart 1</i>	Volume Ekspor <i>Mie Instant</i> dari Hongaria ke -5 (lima) Negara Tujuan Terbesar (Dalam Satuan Volume 100 Kg) .....	12
--------------------	---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Jalur Pemasaran Produk Ekspor Secara Tidak Langsung .....	21
Gambar 2	Sistem Pembayaran Ekspor Impor .....	24

## **BAB I – PENDAHULUAN**

### **I.1. Pemilihan Negara**

Hongaria masuk menjadi anggota Uni Eropa pada tahun 2004, atau sekitar 13 (tiga belas) tahun setelah kolapsnya rezim komunisme di Eropa. Masuknya Hongaria ke Uni Eropa merupakan babak baru bagi negara ini untuk menyatukan visi dan misi dengan negara-negara tetangganya di Benua Biru, termasuk menjadi kesempatan bagi Hongaria untuk terus memperbaiki kondisi ekonominya.

Hongaria merupakan pasar ekspor yang strategis bagi Indonesia, mengingat adanya berbagai kebutuhan di pasar dalam negeri Hongaria yang semakin meningkat, baik dalam bentuk barang mentah, barang setengah jadi, maupun barang jadi, dan kebutuhan tersebut merupakan barang-barang yang juga diproduksi oleh Indonesia.

Seperti dikutip dari situs pemerintah Hongaria, Indonesia merupakan salah satu partner ekonomi di Asia Tenggara yang sangat penting bagi Hongaria. Pentingnya hubungan ekonomi kedua negara ditandai oleh adanya berbagai perjanjian kerjasama di bidang ekonomi perdagangan, seperti *Agreement on the Avoidance of Double Taxation* (1989), *Agreement on the Mutual Protection of Investments* (1992), *Framework-agreement between the Central Banks* (1994), *Co-operation agreement between the Chambers of Commerce* (2004), *Agreement on the establishment of a Joint*

*Business Council (2004), Economic Co-operation Agreement (2005).* Berdirinya kantor perwakilan perdagangan Indonesia di Hongaria, dalam hal ini yaitu *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* Budapest juga menandai pentingnya hubungan ekonomi bilateral kedua negara bagi Indonesia.

Konsumen di Hongaria saat ini merupakan konsumen yang dianggap *price-sensitive*, hal ini terkait dengan adanya permasalahan krisis ekonomi di dalam negeri yang tak kunjung henti. Dari minimnya lapangan pekerjaan, rendahnya gaji rata-rata masyarakat, hingga tingginya pajak, merupakan beberapa diantara permasalahan utama yang dihadapi oleh negara ini. Sebagai efeknya, masyarakat harus menanggung beban yang amat berat dan memilih untuk memperkecil jumlah pengeluaran rumah tangganya. Hal ini tentunya dapat dilihat sebagai kesempatan bagi masuknya produk Indonesia untuk dapat berekspansi ke Hongaria dengan harga barang yang cukup murah tanpa mengkompensasikan kualitasnya.

## **I.2. Pemilihan Produk**

Hongaria dianggap merupakan salah satu negara di Uni Eropa yang saat ini sudah mulai membuka diri. Hal tersebut mempengaruhi keterbukaan terhadap berbagai pilihan kuliner asing, khususnya kuliner Asia, yang kini sangat digemari dan menjamur di berbagai sudut kota di Hongaria. Dengan melihat hal tersebut diatas, maka prospek pasar *mie instant* sebagai pilihan kuliner Asia di negara ini cukup besar. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh banyaknya diaspora masyarakat Asia di Hongaria, yang kebanyakan cukup

loyal pada tradisi kuliner kampung halamannya, yaitu mie. Meski demikian, para pecinta kuliner Asia di Hongaria bukanlah hanya masyarakat Asia, namun juga masyarakat lokal Hongaria. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti misalnya harga *mie instant* yang tergolong cukup murah, dengan berbagai pilihan rasa yang bervariasi di pasaran. Selain itu alasan kepraktisan, dimana proses dan waktu memasaknya juga cukup singkat dan mudah tentunya menjadi faktor yang mendukung tingginya penjualan *mie instant* di kalangan masyarakat Hongaria. Sehingga, pelan tetapi pasti, produk *mie instant* mulai semakin dikenal dan menunjukkan peningkatan penjualan di negara ini.

**Tabel 1. Global market share mie instant tahun 2013 di seluruh dunia (nilai per 1 juta bungkus)**

	Country / Region	2008	2009	2010	2011	2012
1	China / Hong Kong	42,530	40,860	42,300	42,470	<b>44,030</b>
2	Indonesia	13,700	13,930	14,400	14,530	<b>14,100</b>
3	Japan	5,100	5,340	5,290	5,510	<b>5,410</b>
4	Vietnam	4,070	4,300	4,820	4,900	<b>5,060</b>
5	India	1,480	2,280	2,940	3,530	<b>4,360</b>
6	USA	4,150	4,290	4,180	4,270	<b>4,340</b>
7	Republic of Korea	3,340	3,480	3,410	3,590	<b>3,520</b>
8	Thailand	2,170	2,350	2,710	2,880	<b>2,960</b>
9	Philippines	2,500	2,550	2,700	2,840	<b>2,720</b>
10	Brazil	1,690	1,870	2,000	2,140	<b>2,320</b>

**Sumber : World Instant Noodles Association**

**Tabel 2. Total impor produk mie instant (HS 190230) Hongaria dari seluruh dunia (Nilai dalam satuan Euro)**

2008	2009	2010	2011	2012
2,960,433	2,468,349	2,396,734	2,726,317	3,734,266

**Sumber : Eurostat (diolah)**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kebutuhan Hongaria akan produk *mie instant* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini merupakan pertanda positif mengenai celah bagi Indonesia untuk melakukan penetrasi pasar *mie instant* ke Hongaria.

### I.3. Profil Singkat Negara Hongaria

Sistem Pemerintahan: Republik Parlementer

Presiden : János Áder

Perdana Menteri : Viktor Orbán

Populasi : 9,939,470 juta jiwa

Suku Bangsa : Hongaria 92,3%

Roma 1,9%

Lain-lain 5,8%

Agama : Katolik Roma 51,9%

Calvinist 15,9%

Lutheran 3%

Katolik Yunani 2,6%

Kristen lain – lain 1%





Lain – lain 11,1%

Tidak terafiliasi 14,5%

Lokasi geografis Negara Hongaria :

- ➔ *Landlocked* di Eropa Tengah, tepatnya terletak antara Eropa Barat dengan Semenanjung Balkan, dan antara Ukraina dengan Semenanjung Mediteran.
- ➔ Negara terbagi menjadi 3 (tiga) wilayah yang dipisahkan oleh Sungai Duna dan Sungai Tisza
- ➔ 366 km dari Austria, 329 km dari Kroasia, 443 km dari Rumania, 166 km dari Serbia, 676 km dari Slovakia, 102 km dari Slovenia, 103 km dari Ukraina.

Ekonomi Negara Hongaria :

- ➔ GDP (*Purchasing Power Parity*) : USD 198.8 milyar
- ➔ GDP (*Real Growth Rate*) : -1,7%
- ➔ GDP *per capita* : USD 20.000
- ➔ Produk pertanian utama
  - Nabati : gandum, jagung, biji bunga matahari, kentang, bit gula
  - Hewani : babi, sapi, unggas, dan produk olahan susu
- ➔ Tenaga kerja : 4.391 juta jiwa
- ➔ Tingkat pengangguran : 10.9%
- ➔ Tingkat inflasi : 5,7%
- ➔ Total nilai ekspor : USD 90.23 milyar

- Komoditi ekspor utama : mesin dan peralatan 53.5%; industri lain-lain 31,2%; produk makanan 8.7%; bahan mentah 3.4%; bahan bakar 3.9%
  - Partner ekspor utama : Jerman 25,6%; Romania 6,2%; Slovakia 6,1%; Austria 6%; Italia 4,8%; Perancis 4,8%; Inggris 4,2%.
- ➔ Total nilai impor : USD 87.37 milyar
- Komoditi impor utama : mesin dan peralatan 45,4%; industri lain-lain 34,3%; listrik dan bahan bakar 12,6%; produk makanan 5,3%; bahan mentah 2,5%
  - Partner impor utama : Jerman 25,1%, Rusia 8,8%, China 7,4%, Austria 7,1%, Slovakia 5,6%, Polandia 4,8%, Italia 4,5%, Belanda 4,2%.
- ➔ Industri utama : pertambangan, material bangunan, makanan olahan, tekstil, farmasi, kendaraan bermotor

## BAB II - POTENSI PASAR NEGARA HONGARIA

### II.1. Ekspor Produk *Mie Instant* dari Hongaria ke Dunia

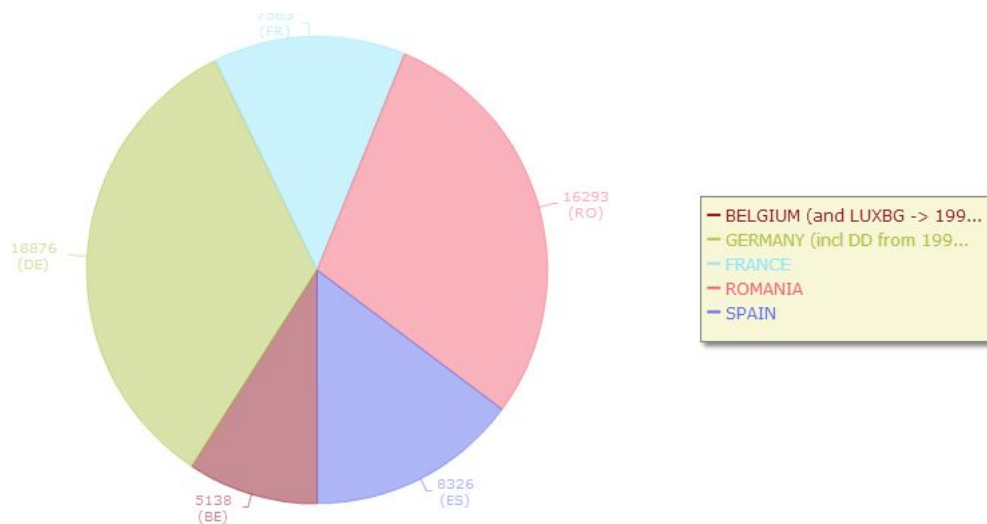
**Tabel 3. Tujuan utama ekspor produk mie instant (HS 190230) dari Hongaria dan jumlahnya (dalam satuan nilai Euro) pada tahun 2012**

NO.	COUNTRY	VALUE (EURO) IN 2012
1	GERMANY	5,476,723
2	FRANCE	2,287,037
3	SPAIN	2,013,168
4	BELGIUM	2,009,906
5	ROMANIA	1,524,724

**Sumber : Eurostat (diolah)**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Hongaria saat ini memfokuskan ekspor produk *mie instan*nya ke negara-negara di wilayah Uni Eropa. 4 (Empat) dari 5 (lima) negara tujuan ekspor utamanya adalah negara – nagara di Eropa Barat yang memiliki pendapatan per kapita lebih tinggi, sedangkan ekspor terbesar ke-5 (lima) ditujukan ke Romania yang merupakan negara tetangga Hongaria di *region* Eropa Tengah dan Timur.

**Pie chart 1. Volume ekspor mie instant dari Hongaria ke 5 (lima) negara tujuan terbesar (dalam satuan volume 100 kg)**



Source: Copyright 1958 - 2011 European Community, Eurostat. All Rights Reserved.

**Sumber : Eurostat (diolah)**

Melihat potensi pasar *mie instant* di Eropa yang cukup positif pada umumnya, kini semakin banyak *mie instant* yang diproduksi di Hongaria untuk diekspor ke negara-negara tetangganya dengan harga yang cukup kompetitif. Perusahaan-perusahaan tersebut pun berasal dari berbagai macam negara, baik yang sudah multinasional seperti Nissin, maupun perusahaan mie asal Thailand dan Vietnam yang mulai memilih untuk langsung melakukan produksi yang dekat dengan pasarnya, yaitu langsung di Eropa, dibandingkan mengirim produk dari pabriknya di Asia Tenggara.

*Nissin Foods Kft* tercatat sebagai perusahaan yang memegang penjualan tertinggi pada tahun 2012, dengan nilai total sebesar 36% dari

seluruh penjualan produk *mie instant* di Hongaria<sup>1</sup>. Nissin Foods mampu terus berinovasi dan memberikan produk berkualitas tinggi, sehingga mudah mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan dan konsumennya. Chimpex Hungary Kft menduduki peringkat ke-2 (dua) dengan produk utamanya yang berasal dari Vietnam, Vishu. *Market share* yang dimenangkan oleh Chimpex Hungary Kft adalah sebesar 22%. Sementara itu, posisi ke-3 (tiga) diduduki oleh Tesco-Globál Áruházak Zrt, dengan *market share* sebesar 19%. Tesco sebelumnya memiliki label sendiri, namun pada 2011 mulai menggunakan label baru bernama Shanghai Garden.

## II.2. Potensi Pasar Produk *Mie Instant* di Hongaria

**Tabel 4. Market share mie instant dari beberapa eksportir terbesar ke Hongaria**

No.	EXPORTER	VALUE (in Euro) year 2012
1	SLOVAKIA	1,026,894
2	VIETNAM	541,638
3	GERMANY	479,692
4	UNITED KINGDOM	408,614
5	UKRAINE	361,011
	....	
8	THAILAND	109,822
	...	
11	CHINA	84,659

**Sumber : Eurostat (diolah)**

<sup>1</sup> <http://www.euromonitor.com/noodles-in-hungary/report>

Data Eurostat menunjukkan bahwa pasokan *mie instant* di Hongaria sepanjang tahun 2012 yang terbanyak berasal dari Slovakia, kemudian diikuti oleh Vietnam, Jerman, Inggris, dan Ukraina. Sementara itu, untuk produsen dari negara-negara Asia, selain Vietnam yang berhasil menduduki posisi ke-2 (dua) besar, Thailand menduduki peringkat ke-8 (delapan) dan China menduduki peringkat ke-11 (sebelas). Sangat disayangkan, negara-negara produsen *mie instant* dari negara Asia masih belum begitu banyak mendominasi pasar ekspor produk ini di Hongaria. *Eurostat* pun belum mencatat adanya ekspor *mie instant* secara langsung dari Indonesia ke Hongaria.

Pada prakteknya, di pasaran Hongaria sudah dapat ditemukan produk-produk *mie instant* dari PT. Indofood CBP Sukses Makmur Jakarta - Indonesia, meski hanya dalam skala sangat kecil dan hanya dapat dibeli di beberapa toko Asia tertentu. Namun, untuk pasar ekspor yang memadai, dari 5 (lima) negara pengekspor terbesar, pemain dari Asia hanyalah diduduki oleh Vietnam.

Berikut akan disampaikan beberapa tabel secara detail mengenai nilai ekspor dari masing – masing 5 (lima) pemain terbesar untuk industri *mie instant* di Hongaria.

1) Slovakia

**Tabel 5.a. Nilai Ekspor Mie Instant (HS 190230) Dari Slovakia Ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro Periode Tahun 2008 s/d 2012**

PARTNER/PERIOD	2008	2009	2010	2011	2012
SLOVAKIA	883,840	518,526	414,898	493,610	1,026,894

*Sumber : Eurostat (diolah)*

2) Vietnam

**Tabel 5.b. Nilai Ekspor Mie Instant (HS 190230) Dari Vietnam Ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro Periode Tahun 2008 s/d 2012**

PARTNER/PERIOD	2008	2009	2010	2011	2012
VIETNAM	273,752	347,712	518,352	667,370	541,638

*Sumber : Eurostat (diolah)*

3) Jerman

**Tabel 5.c. Nilai Ekspor Mie Instant (HS 190230) Dari Jerman Ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro Periode Tahun 2008 s/d 2012**

PARTNER/PERIOD	2008	2009	2010	2011	2012
GERMANY	647,571	703,901	710,422	515,896	479,692

*Sumber : Eurostat (diolah)*

4) Inggris

**Tabel 5.d. Nilai Ekspor Mie Instant (HS 190230) Dari Inggris Ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro Periode Tahun 2008 s/d 2012**

PARTNER/PERIOD	2008	2009	2010	2011	2012
UNITED KINGDOM	231,211	82,127	55,717	198,547	408,614

*Sumber : Eurostat (diolah)*

## 5) Ukraina

**Tabel 5.e. Nilai Ekspor Mie Instant (HS 190230) Dari Ukraina Ke Hongaria Dalam Satuan Nilai Euro Periode Tahun 2008 s/d 2012**

PARTNER/PERIOD	2008	2009	2010	2011	2012
UKRAINE				895	361,011

*Sumber : Eurostat (diolah)*

### II.3. Regulasi Produk *Mie Instant* (HS 190230) di Hongaria

#### II.3.1. Kebijakan Impor Produk *Mie Instant* di Hongaria

Kebijakan bagi produk makanan di Hongaria saat ini disesuaikan dengan regulasi Uni Eropa, sejalan dengan masuknya Hongaria menjadi negara anggota Uni Eropa. Regulasi produk makanan oleh Uni Eropa pada umumnya ditujukan untuk memberikan perlindungan kesehatan bagi masyarakatnya, termasuk juga perlindungan bagi keselamatan hewan, tumbuhan, dan lingkungan sekitarnya. Kebijakan produk makanan, baik di level nasional Hongaria maupun di level Uni Eropa, ditetapkan dengan prinsip dasar atas adanya hak konsumen untuk mendapatkan makanan yang aman, disertai dengan adanya informasi produk makanan yang akurat dan jujur. Dengan demikian, perputaran produk makanan di pasar Uni Eropa pun dapat terjamin aman untuk dikonsumsi, dengan tidak memandang dari negara manapun suatu produk makanan berasal.



Produk makanan yang dianggap aman bagi Uni Eropa mencakup seluruh prosesnya, contohnya kesehatan dan metode penyembelihan hewan ternak, residu pestisida dan kontaminan, bahan tambahan, bahan perasa, pengemasan, dan kandungan radiasi yang terdapat dalam suatu produk makanan.

Selain itu, regulasi lain yang berhubungan dengan produk makanan, termasuk *mie instant*, adalah *Regulasi EC 1332/2008* yang mengatur mengenai bahan sintetis yang harus dicantumkan pada informasi komposisi makanan.

**Tabel 6. Pajak Impor Produk Mie Instant (HS 19023010) di Uni Eropa**

ORIGIN	MEASURE TYPE	TARIFF	EU LAW
ERGA OMNES (everyone)	Third country duty	6.4 % + 24.6 EUR/100 kg	<a href="#">R2204/99</a>
ERGA OMNES (everyone)	Non preferential tariff quota [01/01/2013 - 31/12/2013]	11%	<a href="#">R0928/06</a>
GSP (General Agreement) Excluding: Brasilia	Tariff preference	2.9 % + 24.6 EUR/100 kg	<a href="#">R0732/08</a>

**Sumber : [Exporthelp.europa.eu](http://Exporthelp.europa.eu)**

Selain itu, ada juga pajak VAT (*Value Added Tax*) senilai 27% yang ditetapkan untuk produk *mie instant* di Hongaria .

*Regulasi EC 1924/2006* merupakan acuan bagi *klaim* terhadap suatu produk makanan, yang tentunya juga dapat menjadi referensi bagi para pengusaha produk *mie instant*.

### II.3.2. Persyaratan Mutu, Label, dan Kemasan Produk Mie Instant di Hongaria

Ada beberapa aturan khusus yang diterapkan untuk produk *mie instant* yang akan dipasarkan ke negara UE, termasuk Hongaria, seperti dikutip dari *Export Helpdesk Uni Eropa*, yaitu :

→ *Kontrol kontaminan dalam produk makanan*

- Kontaminan merupakan substansi yang tidak secara sengaja ditambahkan ke dalam produk makanan, namun substansi tersebut ada dikarenakan berbagai macam proses produksi makanan, termasuk karena proses pengemasan dan distribusi. Kontaminasi cenderung menimbulkan efek negatif bagi kesehatan, sehingga Uni Eropa menetapkan aturan untuk meminimalisir jumlah kontaminan dalam produk makanan, khususnya pada substansi *mycotoxins (aflatoxins, ochratoxin A, fusarium-toxins, patulin)*, *metals (cadmium, lead, mercury, inorganic tin)*, *dioxins and PCBs, polycyclic aromatic hydrocarbons (PAH), 3-MCPD and nitrates*.
- *EC White Paper on Food Safety (12 January 2000 Commission (1999) 719 Final)* merupakan dokumen dari Uni Eropa yang memberikan informasi mengenai bahan kimia bagi makanan yang dianggap berisiko, dan *White Paper* ini menjadi acuan wajib sejak tahun 2002 bagi industri makanan di Uni Eropa. Selain itu, *EC*

No.1881/2006 juga merupakan referensi bagi bahan produk makanan, dimana regulasi ini mengatur mengenai level maksimum kontaminan tertentu bagi produk makanan.

→ *Tingkat keamanan produk makanan non-hewani bagi kesehatan, baik dari sisi higienitasnya, kandungan kontaminannya, dan apakah makanan tersebut berasal dari modifikasi genetik (Genetically Modified Food).*

Jika suatu produk makanan non-hewani sedang berada di bawah pengawasan karena alasan higienitasnya, maka pihak Bea dan Cukai diharuskan melakukan pengecekan mengenai sertifikat kesehatan, sampling resmi, dan analisa khusus. Selain itu, produk makanan pada umumnya juga dapat diinspeksi tanpa pemberitahuan sebelumnya, baik pada *point of entry* atau pada rantai produksinya (proses produksi, penyimpanan, transportasi, distribusi, dan transaksi dagang).

→ *Pelabelan produk*

Menurut ketentuan Uni Eropa, pelabelan produk diantaranya harus mengandung :

1. Nama produk, Daftar komposisi bahan.
2. Berat netto produk.
3. Tanggal kadaluarsa.
4. Kondisi penyimpanan dan penggunaan.

5. Nama perusahaan, pabrik, pengemas, atau importir di dalam wilayah Uni Eropa.
6. Asal produk.
7. Instruksi penggunaan.
8. Indikasi alkohol untuk minuman yang mengandung lebih dari 1,2% alkohol.

Khusus untuk Hongaria, isi label juga harus dalam bahasa Hongaria. Pengecekan ulang mengenai keakuratan informasi dalam label dapat dilakukan pada rantai-rantai distribusi produk, misalnya pada Bea Cukai, *warehouse*, grosir, atau *outlet retailer* produk tersebut.

- ➔ *Asal bahan makanan*, khususnya jika berasal dari negara non EU.
- ➔ *Opsional* : diproduksi secara organik atau tidak.

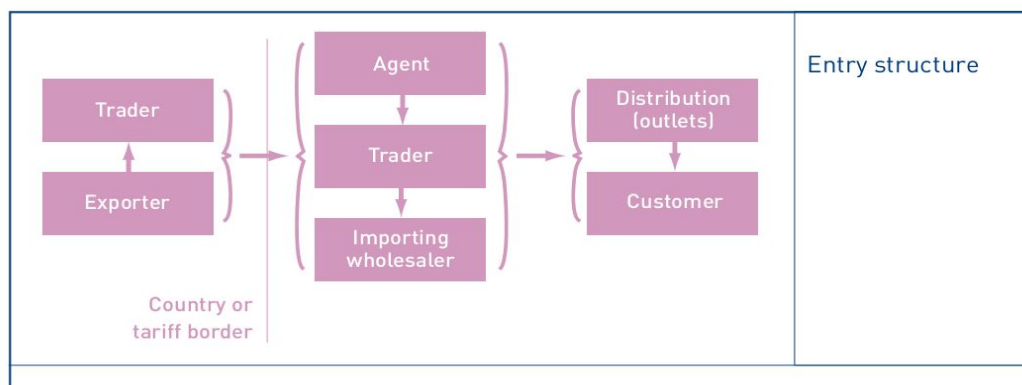
Untuk pengemasan produk, pada bulan Maret 2010, *European Paper and Board Food Packaging Chain* membuat *Industry Guideline for the Compliance of Paper & Board Materials and Articles for Food Contact*, yang berisi tentang regulasi penggunaan kertas daur ulang dan syarat kualitas minimum untuk kertas daur ulang yang akan dipakai untuk mengemas makanan.

Berdasarkan rekomendasi dari *World Instant Noodles Association (WINA)*, kemasan untuk *mie instant* dapat menggunakan *virgin pulp* yang dilapisi *polyethylene* (PE) untuk lapisan dalam dan kertas daur ulang untuk lapisan luar.

### II.3.3. Saluran Distribusi Mie Instant di Hongaria

Produk *mie instant* dari Indonesia dapat masuk ke Hongaria melalui jalur langsung ataupun tidak langsung. Jalur langsung berarti produsen harus terlibat langsung dari proses logistik, promosi, distribusi, hingga penjualan, semuanya harus dilakukan sendiri oleh produsen. Bagi para produsen yang baru akan memulai penetrasi pasar, cara ini dianggap kurang efisien karena memakan lebih banyak biaya. Sementara itu, ada jalur tidak langsung yang merupakan jalur di mana produsen dapat memasarkan produknya tanpa harus secara langsung turun tangan. Tabel di bawah ini menunjukkan jalur tidak langsung, yang direkomendasikan karena dianggap lebih mudah bagi produsen *mie instant* asal Indonesia untuk melakukan penetrasi pasar ke Hongaria:

**Gambar 1. Jalur Pemasaran Produk Ekspor Secara Tidak Langsung**



**Sumber : [exporthelp.europa.eu](http://exporthelp.europa.eu)**

Sasaran pelanggan / konsumen *mie instant* di Uni Eropa merupakan *end-user*, sebab *mie instant* belum menjadi makanan pokok di Hongaria, dan *market share*nya juga masih kecil. Persaingan pasar *mie instant* bagi masyarakat Asia sendiri cukup ketat, sebab *mie instant* di pasaran juga banyak didominasi oleh produk dari Vietnam dan Thailand, ditambah yang saat ini mulai menjadi pesaing baru adalah produk *mie instant* asal Korea.

Untuk jalur bongkar muat barang, produk *mie instant* yang ditujukan untuk pasar Hongaria saat ini dapat memanfaatkan jalur pelabuhan Kroasia dan Slovenia. Akses menuju Hongaria dianggap lebih dekat dari pelabuhan tersebut, dibandingkan jika lewat jalur pelabuhan Amsterdam, Hamburg, ataupun Antwerp. Hal ini dapat pula dimanfaatkan untuk memasarkan *mie instant* ke negara-negara lain di Eropa Tengah dan Timur, dan dianggap lebih efisien.

#### II.3.4. Hambatan

##### a. *Jarak*

Jarak merupakan hambatan yang sudah diketahui sejak awal menjadi resiko bagi para pengusaha *mie instant* dari Indonesia. Jauhnya jarak antara Indonesia-Hongaria ini mau tidak mau akan dapat menjadi beban / biaya yang harus dihitung oleh pengusaha, sehingga seringkali menjadi faktor yang menghalangi upaya penetrasi pasar untuk ekspor ke Hongaria. Apalagi, Hongaria merupakan negara *landlocked* atau negara yang hanya berbatasan dengan negara lain dan tidak memiliki laut, sehingga produk *mie instant* dari

Indonesia, setelah dibongkar di pelabuhan masih harus didistribusikan kembali melalui jalur darat untuk sampai ke negara tujuan. Selain itu jauhnya jarak ini, tentunya juga akan mempengaruhi lamanya produk untuk dapat sampai di tempat tujuan dari sejak barang selesai diproduksi hingga sampai ke tangan *retailer* untuk dijual.

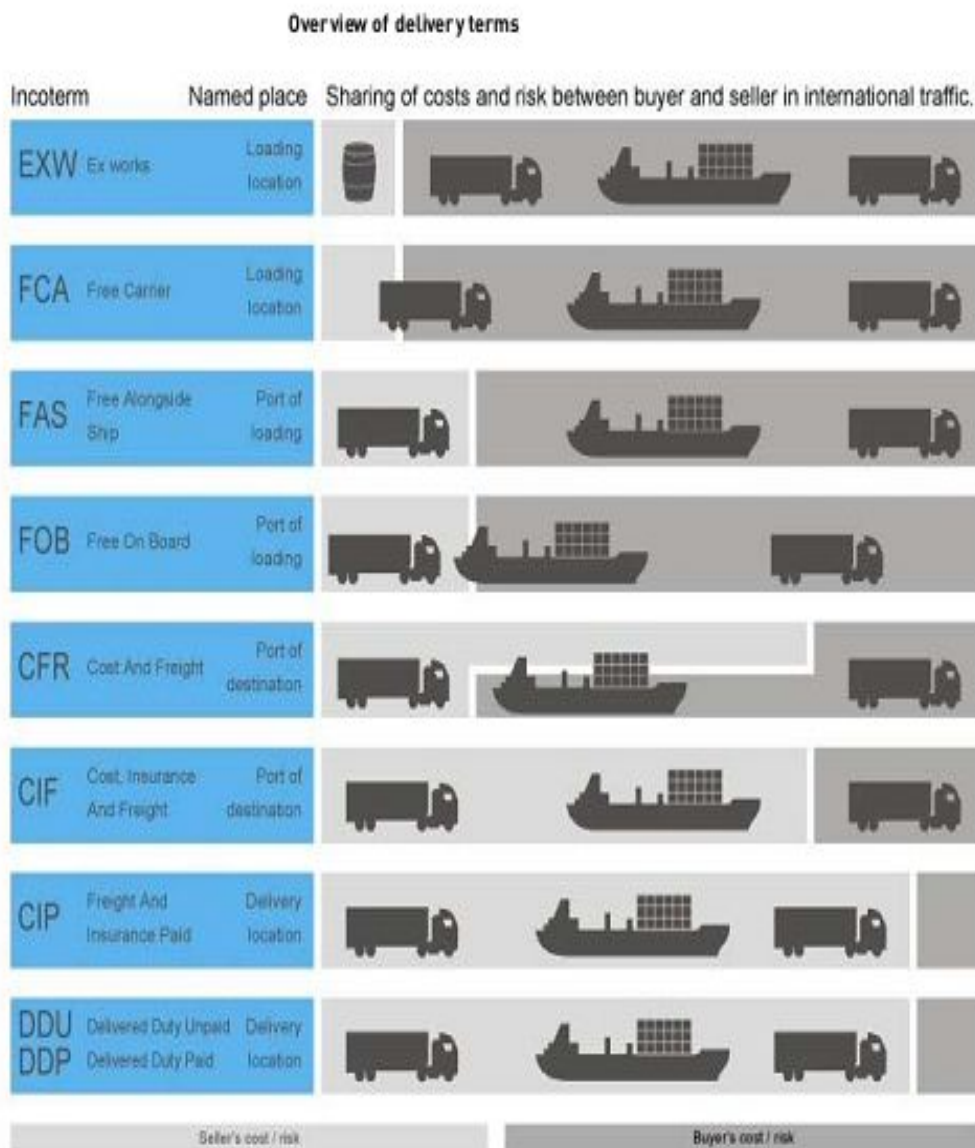
*b. Transportasi*

Pilihan transportasi untuk ekspor tentunya juga terbatas, apakah jalur laut ataupun udara. Untuk produk *mie instant* pengiriman via jalur udara tentunya akan membuat *cost* menjadi jauh lebih tinggi, sehingga pilihan yang ada hanyalah menggunakan jalur laut. Tentunya, diperlukan kargo yang dapat dipercaya agar produk *mie instant* sebagai produk makanan tidak rusak dan dapat tiba tepat waktu di pelabuhan tujuan sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, jalur transportasi darat sesudah barang sampai di pelabuhan tujuan, juga perlu dipertimbangkan agar *cost* dapat ditekan.

*c. Cara Pembayaran*

Sistem yang dijabarkan pada gambar 2 berikut ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi para pengusaha agar dapat meminimalisir biaya dan distribusi *mie instant* dapat lebih efisien lagi.

**Gambar 2. Sistem Pembayaran Ekspor Impor**



**Sumber : [Exporthelp.europa.eu](http://Exporthelp.europa.eu)**



### BAB III - PELUANG DAN STRATEGI

Peluang dan strategi bagi para calon eksportir *mie instant* dari Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut :



a. *Perbandingan harga per unit*

Berdasarkan data *Eurostat*, dapat kita lihat bahwa untuk impor *mie instant* oleh Hongaria, tahun 2012, harga per kg *mie instant* asal China adalah merupakan harga yang termurah jika dibandingkan dengan harga untuk produk sejenis dari negara – negara pesaing kawasan Asia lainnya, yaitu Thailand dan Vietnam. Harga impor *mie instant* asal China ke Hongaria adalah senilai EUR 0.60/kg, sementara dari Vietnam EUR 1,48/kg, dan dari Thailand adalah senilai EUR 2.94/kg. Dari sini dapat dilihat ketatnya persaingan ekspor *mie instant* dari negara-negara tetangga Indonesia, dan sebaliknya harga ekspor *mie instant* asal Indonesia sendiri belum tercatat dalam data *Eurostat*.

**Gambar 3. Contoh Produk Mie Instant di Pasaran Hongaria**

Shanghai Garden (TESCO)	Smack (Nissin)
	
76 HUF (USD 0,35) /pc 1267 HUF (USD 5,76) /kg	199 HUF (USD 0,90) /pc 1519 HUF(USD 6,90) /kg

**Sumber : Tesco Hungary**

 <p><a href="http://www.exoticindia.hu">www.exoticindia.hu</a> 275 HUF (USD 1,24) / pc</p>	 <p>Kőbánya Asian Market 150 HUF (USD 0,67) / pc</p>	 <p><a href="http://www.shopmania.hu">www.shopmania.hu</a> 75 HUF (USD 0.35)/ pc</p>
---	---	---

Pada mayoritas *retail shop* besar di Hongaria, memang produk *mie instant* asal Asia masih sulit untuk ditemui. Data mengenai harga retail *mie instant* asal Asia di Hongaria pun sulit didapatkan aksesnya tanpa mendatangi langsung ke lokasi penjualan.

Karena transaksi diperkirakan akan menggunakan Euro atau USD, maka ada baiknya bahwa pengusaha mempertimbangkan faktor fluktuasi nilai mata uang tersebut. Nilai Euro dan USD yang menguat terhadap Rupiah dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi pengusaha.

*b. Retail dan Distribusi*

Promosi merupakan langkah yang harus ditempuh bagi setiap produsen untuk dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Demikian juga untuk produk *mie instant* dari Indonesia, promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara. Produsen dapat menghubungi *retailer* dan memberikan harga khusus atau *souvenir* agar dapat menstimulasi *retailer* untuk menjual produk *mie instant* dari Indonesia. Selain itu, distribusi mie

*instant* hendaknya diperluas, agar konsumen dapat mulai mengenal produk tersebut.

c. *Variasi Rasa*

Mengenai hal rasa, penetrasi pasar *mie instant* asal Indonesia di Hongaria juga dapat dilakukan dengan menyediakan varian baru rasa mie yang akrab di lidah masyarakat Eropa, misalkan rasa pizza ataupun keju. Setelah masyarakat mulai akrab dan mengenal *mie instant* asal Indonesia, produsen dapat mulai memperkenalkan cita rasa yang lebih spesifik, yaitu varian rasa makanan khas Indonesia. Cita rasa makanan Indonesia sendiri sebenarnya sudah menjadi daya tarik tersendiri, mengingat saat ini kuliner eksotis mulai menjamur di Hongaria. Namun, memperkenalkan suatu barang baru dengan kombinasi rasa yang akrab di lidah konsumen dapat menjadi langkah pertama.

d. *Akses informasi tentang produk*

Akses informasi mengenai produk *mie instant* asal Indonesia pun sebaiknya dipermudah dengan adanya promosi yang lebih gencar, misalnya lewat internet, atau melalui website toko-toko yang menjual produk-produk Asia di Hongaria. *Product knowledge* dalam hal ini sangatlah diperlukan, agar konsumen tidak ragu-ragu untuk mencoba produk baru.

e. *Partisipasi aktif pengusaha*

Selain itu, partisipasi aktif pengusaha Indonesia di berbagai pameran sangatlah diperlukan, baik pameran produk Indonesia di luar negeri, maupun pameran industri internasional di dalam negeri. Dalam hal ini, pengusaha sangat dianjurkan untuk menjalin komunikasi intensif dengan *representative office* Indonesia di Hongaria, serta dengan institusi-institusi terkait produk makanan dan perdagangan di Hongaria.

f. *Kualitas produk*

Sifat konsumen Uni Eropa yang memiliki *awareness* cukup tinggi mengenai *food safety* juga hendaknya diperhatikan oleh produsen *mie instant*. Mengikuti standar Uni Eropa merupakan syarat mutlak agar konsumen bukan hanya berani mencoba, namun dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen agar mereka secara kontinyu dapat memilih produk yang sama.

g. *Bergabung dengan asosiasi dan mengikuti pelatihan*

Keterlibatan aktif dalam berbagai asosiasi yang berhubungan dengan industri makanan juga dapat menjadi strategi pengusaha. Ada banyak keuntungan yang didapat dengan bergabung dalam asosiasi-asosiasi sejenis, seperti misalnya yaitu pengusaha bisa mendapatkan *update* mengenai regulasi yang berkaitan dengan produk makanan khususnya *mie instant*, baik dari segi ekspor impornya maupun dari sisi standarisasi produk. Salah satu

asosiasi utama untuk produk *mie instant* adalah *World Instant Noodles Association (WINA)*, keterangan lebih detail dapat diakses melalui situs [www.instantnoodles.org](http://www.instantnoodles.org).

Pengusaha juga disarankan untuk aktif mengikuti pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan industri *mie instant*. Dari pelatihan-pelatihan tersebut, diharapkan pengusaha bisa semakin meningkatkan kualitas produknya, meningkatkan teknologi dan efisiensi produksinya, serta pelatihan ekspor impor untuk dapat melakukan penetrasi pasar lebih luas lagi.

## BAB IV – INFORMASI PENTING

### IV.1. Perwakilan Negara Hongaria di Indonesia

NO.	LEMBAGA / INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Negara Hongaria di Jakarta	Jl. Rasuna Said Kav. X/3, Kuningan, Jakarta, 12950, Indonesia Ph: (+62- 21) 520-34-59 / 60 Fx: (+62- 21) 520 34 61 E-mail: <a href="mailto:huembjkt@rad.net.id">huembjkt@rad.net.id</a> E-mail: <a href="mailto:huembjkt@telkom.net">huembjkt@telkom.net</a> Website: <a href="http://www.huembjkt.or.id">www.huembjkt.or.id</a>
2.	Konsulat Hongaria di Denpasar	Jl. Bypass Ngurah Rai No. 219 Sanur, Bali, Indonesia Ph: (+62- 361) 735 233, 287 701 Fx: (+62- 361) 735 232 E-mail: <a href="mailto:huconbali@telkom.net">huconbali@telkom.net</a>

### IV.2. Perwakilan Negara Indonesia di Hongaria

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Republik Indonesia di Hongaria	1068 Budapest, Városligeti fasor 26 Ph: (+36-1) 413 3800 Fx: (+36-1) 322 8669 E-mail: <a href="mailto:embassy@indonesianembassy.hu">embassy@indonesianembassy.hu</a> Website: <a href="http://www.indonesia.hu">www.indonesia.hu</a>
2.	Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Budapest	1051 Budapest, Bajcsy Zsilinzsky út 12 Ph : (+36-1) 317 6382 Fx: (+36-1) 266 0572 E-mail: <a href="mailto:inatrade@itpc-bud.hu">inatrade@itpc-bud.hu</a> Website: <a href="http://www.itpc-bud.hu">www.itpc-bud.hu</a>

### IV.3 Institusi Terkait Perdagangan di Hongaria

NO.	NAMA INSTITUSI	ALAMAT
1.	Hungary Budapest Chamber Commerce and Industry	1061 Budapest, Krisztina Korut 99 Ph: (+36-1) 488 2000 Fx: (+36-1) 488 2108 E-mail: <a href="mailto:Ugyfelszolgalat@bkik.hu">Ugyfelszolgalat@bkik.hu</a> Website: <a href="http://www.bkik.hu">www.bkik.hu</a>
2.	Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal- NÉBIH (National Food Chain Safety Office) Élelmiszer- és Takarmánybiztonsági Igazgatóság (Directorate for Food and Feed Safety)	1095 Budapest, Mester u. 81 Ph: (+ 36-1) 456 3012 Fx: (+36-1) 215 6858 E-mail: <a href="mailto:etbi@nebih.gov.hu">etbi@nebih.gov.hu</a> Website: <a href="http://www.nebih.gov.hu">www.nebih.gov.hu</a>
3.	Állami Népegészségügyi és Tisztifőorvosi Szolgálat - ANTSZ (National Public Health and Medical Officer Services)	1097 Budapest, Gyáli u 2-6 Ph: (+36-1) 476 1100 Fx: (+36-1) 476 1390 E-mail: <a href="mailto:tisztifoorvos@oth.antsz.hu">tisztifoorvos@oth.antsz.hu</a> Website: <a href="http://www.antsz.hu">www.antsz.hu</a>
4.	Nemzeti Ádo és Vámhivatal (NAV) National Tax and Customs Administration of Hungary (NTCA)	1054 Budapest, Széchenyi ut. 2 Ph: (+36-1)-428-5100 Fx. (+36-1) 428-5509 E-mail: <a href="mailto:vam.info@nav.gov.hu">vam.info@nav.gov.hu</a> Website: <a href="http://www.nav.gov.hu">www.nav.gov.hu</a>
5.	Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (National Food Safety Office)	1024 Budapest, Keleti Karoloz u. 24 Ph: (+36-1) 336 9000 Fx: (+36-1) 336 9479 E-mail: <a href="mailto:ugyfelszolgalat@nebih.gov.hu">ugyfelszolgalat@nebih.gov.hu</a> Website: <a href="http://www.nebih.gov.hu">www.nebih.gov.hu</a>

NO.	NAMA INSTITUSI	ALAMAT
6.	Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság - NFH (Hungarian Authority for Consumer Protection)	1088 Budapest, József krt. 6 Ph: (+ 36-1) 459 4800 Fx. (+36-1) 210 4677 E-mail: <a href="mailto:nfh@nfh.hu">nfh@nfh.hu</a> Website: <a href="http://www.nfh.hu">www.nfh.hu</a>

#### IV.4. Asosiasi Terkait Produk *Mie Instant* / Produk Makanan

NO.	NAMA ASOSIASI	ALAMAT
1.	WINA <i>World Instant Noodles Association</i>	Momofuku Ando Instant Ramen Museum in Ikeda City, Osaka, Japan Website: <a href="http://www.instantnoodles.org">www.instantnoodles.org</a>
2.	FHFI – <i>Federation of Hungarian Food Industries</i>	1012 Budapest, Kuny Domokos u.13-15 Ph: (+36-1) 202 5586, (+36-1) 375 4721 Fx: (+36-1) 355 5057 E-mail: <a href="mailto:efosz@efosz.hu">efosz@efosz.hu</a> Website: <a href="http://www.efosz.hu">www.efosz.hu</a>
3.	Food Drink Europe	1040 Brussels, Avenue des Nerviens, 9-31 Belgium Ph: +32 2 514 11 11 Fx. +32 2 511 29 05 E-mail: <a href="mailto:info@fooddrinkeurope.eu">info@fooddrinkeurope.eu</a> <a href="http://www.fooddrinkeurope.eu">www.fooddrinkeurope.eu</a>



NO.	NAMA ASOSIASI	ALAMAT
4.	<i>International Food and Beverage Alliance</i>	E-mail: <a href="mailto:Secretariat@ifballiance.org">Secretariat@ifballiance.org</a> Website: <a href="http://www.ifballiance.org">www.ifballiance.org</a>
5.	ESA – <i>The European Spices Association</i>	Reuterstrasse 151 D-53113 Bonn, Germany Ph: +49 228 216 162 Fx: +49 228 229 460 E-mail: <a href="mailto:esa@verbaendebuero.de">esa@verbaendebuero.de</a> Website: <a href="http://www.esa-spices.org">www.esa-spices.org</a>

#### IV.5. Daftar Pameran Terkait Dengan Produk Makanan di Hongaria

NO.	NAMA	WEBSITE	WAKTU
1.	Foodapest Pameran internasional untuk produk makanan, minuman, dan perhotelan	<a href="http://www.foodapest.hu">www.foodapest.hu</a> *	November (Setiap Tahun)
2.	Sirha Budapest Pameran dagang internasional yang memamerkan berbagai barang dan jasa dari industri makanan, katering, dan perhotelan	<a href="mailto:sirha-budapest@hungexpo.hu">sirha-budapest@hungexpo.hu</a> <a href="http://www.sirha-budapest.com">www.sirha-budapest.com</a> *	10-12 Maret 2014

\* Catatan : Kedua pameran di atas diselenggarakan oleh Hungexpo C.Co.Ltd :

Address : H-1101 Budapest Albertirsai út 10.

Ph: (+36-1) 263 6000, Fx: (+36-1) 263 6098

E-mail: [hungexpo@hungexpo.hu](mailto:hungexpo@hungexpo.hu), Website: [www.hungexpo.hu](http://www.hungexpo.hu)

#### IV. 6. Daftar Importir Produk *Mie Instant* di Hongaria

NO.	NAMA PERUSAHAAN	ALAMAT
1.	Nissin Foods Kft	6000 Kecskemét, Búzakalász u. 20. Ph: (+ 36- 76) 485 702 Website: <a href="http://www.nissinfoods.hu">www.nissinfoods.hu</a>
2.	Chimpex Hungary Kft	1036 Budapest, Bécsi út 267. Ph: (+ 36-1) 430 3280 Fx: (+ 36-1) 430 32 89 E-mail: <a href="mailto:info@chimpex.hu">info@chimpex.hu</a> Website: <a href="http://www.chimpex.hu">www.chimpex.hu</a>
3.	Tesco-Globál Áruházak Zrt	2040 Budaörs, Kinizsi u. 1-3. Ph: (+ 36- 20) 827 0000 <a href="http://www.tesco.hu">www.tesco.hu</a>

## BAB V - DAFTAR PUSTAKA (REFERENSI INTERNET)

- [www.agriculturejournals.cz](http://www.agriculturejournals.cz)
- [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu)
- [www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- [www.eur-lex.ec.eu](http://www.eur-lex.ec.eu)
- [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- [www.eurostat.eu](http://www.eurostat.eu)
- [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)
- [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)
- [www.instantnoodles.org](http://www.instantnoodles.org)
- [www.mfa.gov.hu](http://www.mfa.gov.hu)
- [www.tropifood.net](http://www.tropifood.net)