



MARKET BRIEF **Produk Ikan Hias** **di pasar Hungaria**



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER **BUDAPEST - HUNGARY 2012**

H-1051 Budapest, Bajcsy Zsilinszky Út, 12, 1st Floor No.101
Ph: (36-1) 317 6382, Fx: (36-1) 266 0572
Inatrade@itpc-bud.hu , www.itpc-bud.hu

Kata Pengantar

Dalam Market Brief ini disajikan berbagai informasi mengenai potensi pasar ikan hias, data mengenai regulasi, sarana distribusi, hambatan yang ditemui dalam pemasaran produk, peluang penjualan produk berikut dengan strategi pemasarannya di Hungaria.

Salah satu tujuan dari penulisan Market Brief ini adalah dalam rangka untuk memenuhi pelaksanaan salah satu tugas pokok dan fungsi Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Budapest di Hungaria, yang mana dengan adanya Market Brief ini, para pelaku bisnis dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya dapat terbantu dalam melakukan perdagangan produk ikan hiasnya di Pasar Hungaria, dimana mereka nantinya dapat lebih efisien dan efektif dalam melakukan penetrasi pasar ke Eropa khususnya di Hungaria.

Atas perhatian yang diberikan, Kami ucapkan terima kasih.

Budapest, Desember 2012

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
I. Kondisi dan Informasi Pasar	5
I.1 Deskripsi Produk	5
I.2 Data Perdagangan	7
II. Pangsa Pasar	9
III. Variasi Produk	11
IV. Negara Pesaing	13
1 Malaysia	13
2 Singapura	13
3 Vietnam	13
4 Filipina	14
5 Thailand	14
V. Trend Produk	14
V.1 Trend Produk di Kalangan Masyarakat	14
V.2 Segmentasi Pasar	15
VI. Regulasi Produk	16
VI.1 Kebijakan Perdagangan	16
VI.2 Saluran Distribusi	19
VI.3 Hambatan	20
VII. Peluang dan Strategi	21
VIII. Daftar Wholesaler, Distributor dan Importir Ikan Hias di Hungaria	22

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kode HS 8 Digit untuk Produk Ikan Hias	6
Tabel 2.	Ekspor Produk Ikan Hias Indonesia ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	7
Tabel 3.	Data Peringkat Negara Berdasarkan Rata-Rata Nilai Perdagangan Ikan Hias (Tahun 2007-2011)	10
Tabel 4.	Ekspor Produk Ikan Hias Malaysia ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	13
Tabel 5.	Ekspor Produk Ikan Hias Singapura ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	13
Tabel 6.	Ekspor Produk Ikan Hias Vietnam ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	13
Tabel 7.	Ekspor Produk Ikan Hias Filipina ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	14
Tabel 8.	Ekspor Produk Ikan Hias Thailand ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)	14

I. Kondisi dan Informasi Pasar

I.1. Deskripsi Produk

- Sektor perdagangan produk ikan hias saat ini semakin meluas dan memainkan peran penting dalam sektor perdagangan global, perikanan dan pembangunan wilayah perairan. Pemeliharaan ikan hias pun telah menjadi sebuah bentuk gaya hidup tersendiri dalam masyarakat. Dengan melihat ikan hias sebagai salah satu ornamen penting dalam mendekorasi rumah atau apartemen mereka, maka bisa dilihat juga bahwa keberadaan pasar perdagangan produk ikan hias menjadi penting dan banyak diminati oleh masyarakat di semua belahan dunia.
- Ikan hias merupakan produk yang memiliki sebuah identifikasi yang jelas mengenai keberadaannya. Beberapa macam ikan hanya bisa hidup di wilayah-wilayah tertentu. Hal ini yang mempengaruhi seberapa identik ikan hias dengan wilayah tempat berkembangbiaknya. Oleh karena itu setiap produk ikan hias memiliki ciri khas masing-masing, yang kemudian memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumennya untuk mengkolleksi berbagai jenis ikan hias.
- Indonesia sebagai salah satu negara dalam wilayah tropis memiliki keuntungan tersendiri di bidang pengembangbiakan ikan hias. Ikan hias yang berkembangbiak di wilayah tropis memiliki nilai jual yang cukup besar bagi negara-negara yang tidak termasuk ke dalam wilayah negara tropis. Indonesia juga diuntungkan dengan kondisi

negara kepulauan yang mengakibatkan luasnya jangkauan eksplorasi kekayaan produksi ikan hias ini di seluruh wilayah Indonesia.

- Perdagangan internasional kemudian muncul sebagai sebuah solusi untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang bervariasi dan berbeda. Dalam pasar perdagangan internasional untuk produk ikan hias, pasar itu sendiri menjadi sebuah media penting untuk pendistribusian produk-produk yang sangat identik dengan suatu wilayah tertentu ke wilayah lainnya. Media ini juga membantu memenuhi keinginan pasar terhadap produk-produk yang mereka inginkan.
- Dalam perdagangan dunia, setiap produk memiliki kode masing-masing untuk pengkategoriannya secara administratif. *Harmonised System Code (HS Code)* merupakan sistem administrasi produk yang digunakan dalam perdagangan global untuk mengkategorikan suatu produk dalam kelompok kategori tertentu. Berikut dibawah ini tabel kode HS 8 Digit untuk produk ikan hias yang diambil dari website statistik Uni Eropa, Eurostat.

Tabel 1. Kode HS 8 Digit untuk Produk Ikan Hias

Kode Produk	Label Produk
03 011010	Live ornamental freshwater fish
03 011090	Live ornamental saltwater fish

Sumber: Eurostat

I.2. Data Perdagangan

- Berdasarkan data sumber *Eurostat*, produk ikan hias asal Indonesia ke Hungaria, dalam 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan dinamika perdagangan yang menarik. Dalam 2 (dua) kategori ikan hias, yaitu ikan hias air tawar dan ikan hias air laut, perdagangan produk ikan hias asal Indonesia di Hungaria menunjukkan nilai positif. Dinamika seringkali terjadi dalam perdagangan internasional. Sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari, dinamika yang terjadi dalam perdagangan ikan hias antara Indonesia dan Hungaria tidak memberikan pengaruh negatif yang besar.
- Beberapa alasan yang mempengaruhi dinamika perdagangan internasional pada tahun 2008-2009 adalah akibat krisis yang terjadi. Namun beberapa negara bisa mengatasi permasalahan tersebut dengan baik.
- Berikut dibawah ini tabel data ekspor produk ikan hias Indonesia ke Hungaria:

Tabel 2. Ekspor Produk Ikan Hias Indonesia ke Hungaria Tahun 2007 - 2011 (Dalam Besaran Euro)

Kode dan Uraian Produk	2007	2008	2009	2010	2011
03 011010 Ikan Hias Air Tawar	23.984	22.462	11.725	13.707	38.163
03 011090 Ikan Hias Air Laut	21.857	28.611	15.410	18.606	18.690

Sumber: *Eurostat (diolah Desember 2012)*

- Pada tahun 2007, nilai perdagangan ikan hias Indonesia di Hungaria menunjukkan angka yang cukup baik, dengan total nilai EUR 23.984 untuk jenis ikan hias air tawar dan EUR 21.857 untuk ikan hias air laut. Kemudian pada tahun berikutnya terjadi penurunan dalam perdagangan ikan hias air tawar menjadi senilai EUR 22.462, namun sebaliknya terlihat adanya peningkatan pada perdagangan ikan hias air lautnya yaitu senilai EUR 28.611. Sementara pada tahun 2009 menunjukkan adanya penurunan yang sangat drastis dalam perdagangan ikan hias Indonesia di Hungaria. Untuk penjualan ikan hias air tawar, nilainya turun hingga hampir 50% atau hanya senilai EUR 11.725. Penurunan dengan kisaran yang sama yaitu hampir setengah dari nilai perdagangannya juga dialami oleh produk ikan hias air laut, dimana nilainya tercatat senilai EUR 15.410, namun pada tahun 2010, nilai perdagangannya kembali naik, yang mana untuk nilai perdagangan ikan hias air tawar mencapai senilai EUR 13.707 dan EUR 18.606 untuk nilai perdagangan ikan hias air laut asal Indonesia di Hungaria. Kemudian pada tahun 2011 peningkatan terjadi dengan cukup signifikan pada perdagangan ikan hias air tawar dengan nilai EUR 38.163, dan peningkatan yang tidak begitu besar pada perdagangan ikan hias air laut dengan nilai EUR 18.690.
- Fluktuasi yang ditunjukkan dalam perdagangan ikan hias Indonesia di Hungaria menunjukkan bahwa persaingan dalam pasar ikan hias di Hungaria cukup ketat, dan Indonesia memainkan peran yang juga

besar dan tidak kalah penting dibandingkan dengan negara-negara pesaingnya. Dengan memanfaatkan kekhasan produk ikan hias yang dimiliki oleh Indonesia, kemungkinan produk ikan hias asal Indonesia untuk dapat bertahan di pasar ikan hias Hungaria sangatlah besar dan semakin menguat. Mengingat bahwa Indonesia memiliki keistimewaan sebagai negara tropis kepulauan yang memiliki banyak sumber daya alam, khususnya keanekaragaman jenis ikan hias yang tersedia.

II. Pangsa Pasar

- Pangsa pasar bagi produk ikan hias Indonesia di wilayah Eropa umumnya sangatlah besar. Sebagai salah satu negara pemasok produk ikan hias tropis, produk-produk ikan hias Indonesia sangat diminati oleh banyak penggemar ikan hias. Jenis-jenis ikan hias tropis tidak mungkin dikembangbiakkan secara natural di wilayah Eropa, oleh karena itu kesempatan bagi negara-negara kepulauan untuk memasuki pasar ikan hias di Eropa dengan jenis-jenis ikan hias tropis sangatlah menguntungkan.
- Dilihat dari nilai ekspor produk ikan hias ke Hungaria dari sumber data *Eurostat*, terlihat bahwa pesaing-pesaing dalam pasar penjualan ikan hias kebanyakan justru berasal dari negara-negara di Kawasan Asia Tenggara. Dengan kemungkinan jenis-jenis komoditas produk yang hampir sama, persaingan kemudian menjadi semakin ketat. Malaysia, Singapura, Vietnam, Filipina, dan Thailand merupakan 5 (lima) negara Asia Tenggara lainnya yang juga

mengirimkan produknya ke Hungaria. Perbedaan jenis komoditas produk ikan hias memang ada, tapi secara keseluruhan hampir serupa dikarenakan lingkungan pengembangan wilayahnya yang juga hampir sama.

- Di Hungaria, pasar ikan hias kebanyakan dikuasai oleh negara-negara tersebut. Walaupun nilai perdagangan produk ikan hias ini lebih kecil daripada nilai perdagangan produk-produk lainnya, tetapi pasar produk ikan hias ini menjadi salah satu pasar yang mampu dikuasai oleh negara-negara berkembang, dan bisa dimanfaatkan sebagai salah satu pasar untuk melangkah lebih dalam lagi ke pasar produk lainnya.
- Persaingan antara Indonesia dengan negara-negara tetangganya dalam pasar produk ikan hias ini sangatlah ketat. Untuk melihat perbandingan peringkat dalam pasar perdagangan ikan hias di Hungaria, bisa dipahami melalui tabel berikut dibawah ini:

Tabel 3. Data Peringkat Negara Berdasarkan Rata-Rata Nilai Perdagangan Ikan Hias Tahun 2007 - 2011

Peringkat	Ikan Hias Air Tawar	Ikan Hias Air Laut
1	Thailand	Indonesia
2	Malaysia	Filipina
3	Singapura	Singapura
4	Indonesia	Vietnam
5	Vietnam	Thailand

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

- Berdasarkan table tersebut di atas, bisa dilihat bahwa dalam pasar penjualan produk ikan hias air tawar memang Indonesia bersaing secara ketat dengan ke-4 (empat) negara lainnya. Dalam perdagangan ikan hias air tawar, salah satu pemasok dominan ke pasar Hungaria adalah Thailand. Sedangkan untuk produk ikan hias air laut, produk Indonesia menjadi paling dominan di antara produk ikan hias air laut asal negara lain. Hal ini dipengaruhi juga oleh karena Indonesia memiliki keuntungan dalam variasi produk ikan hias air laut yang tersebar secara luas di perairan-perairan Indonesia.

III. Variasi Produk

- Berikut dibawah ini beberapa contoh produk ikan hias yang ada di pasaran Hungaria:

1. Nama Produk: *Badis sp. "buxar"*

Harga: 6 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



2. Nama Produk: *Macropodus opercularis*

Harga: 2 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



3. Nama Produk: *Yasuhikotakia sidthimunki*

Harga: 11 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



4. Nama Produk: *Yasuhikotakia modesta*

Harga: 25 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



5. Nama Produk: *Trichogaster chuna*

Harga: 3 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



6. Nama Produk: *Rasbora Trilineata*

Harga: 1,7 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



7. Nama Produk: *Trichopodus leerii*

Harga: 7 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



8. Nama Produk: *Garra flavatra*

Harga: 8 Euro

Sumber: www.amazonas.hu



IV. Negara Pesaing

- Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, persaingan dalam pasar perdagangan produk ikan hias di Hungaria dikuasai oleh beberapa negara Asia Tenggara. Berikut dibawah ini tabel data perdagangan dari negara-negara tersebut:

1. Malaysia

Tabel 4. Ekspor Produk Ikan Hias Malaysia ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)

Kode	2007	2008	2009	2010	2011
Ikan Hias Air Tawar	31.653	39.456	775	1.786	56.278
Ikan Hias Air Laut					

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

2. Singapura

Tabel 5. Ekspor Produk Ikan Hias Singapura ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)

Kode	2007	2008	2009	2010	2011
Ikan Hias Air Tawar	31.399	21.247	25.513	18.546	14.105
Ikan Hias Air Laut	10.298	2.268	537		420

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

3. Vietnam

Tabel 6. Ekspor Produk Ikan Hias Vietnam ke Hungaria Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)

Kode	2007	2008	2009	2010	2011
Ikan Hias Air Tawar	9.354	15.244	18.927	10.911	9.926
Ikan Hias Air Laut	1.625	421	433	2.529	1.709

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

4. Filipina

**Tabel 7. Ekspor Produk Ikan Hias Filipina ke Hungaria
Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)**

Kode	2007	2008	2009	2010	2011
Ikan Hias Air Tawar					
Ikan Hias Air Laut	1.333	2.553	7.437	2.155	2.332

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

5. Thailand

**Tabel 8. Ekspor Produk Ikan Hias Thailand ke Hungaria
Tahun 2007-2011 (dalam besaran Euro)**

Kode	2007	2008	2009	2010	2011
Ikan Hias Air Tawar	212.851	145.949	25.942	32.894	85.800
Ikan Hias Air Laut	4.145	1.174			

Sumber: Eurostat (diolah Desember 2012)

V. **Trend Produk**

V.1 Trend Produk di Kalangan Masyarakat

- Memelihara ikan hias dikategorikan sebagai sebuah hobi dengan tujuan untuk memberikan nuansa tersendiri dalam lingkungan tempat tinggal seorang individu. Masyarakat yang memelihara ikan hias di rumah atau apartemen pada dasarnya memiliki tujuan untuk mendekorasi tempat tinggalnya. Media yang digunakan untuk menampung ikan hias biasanya digunakan akuarium atau dengan membangun kolam ikan bagi mereka yang tinggal di rumah dengan halaman luas. Di Hungaria, kebanyakan masyarakat yang tinggal di pusat kota itu tinggal di sebuah apartemen. Sedangkan masyarakat

yang tinggal di rumah seringkali tersebar di wilayah pinggir kota. Memelihara ikan hias merupakan salah satu pilihan bagi masyarakat yang ingin hewan peliharaan. Memelihara anjing dan kucing sudah banyak dilakukan. Tetapi memelihara ikan hias pun tidak sedikit dilakukan oleh masyarakat Hungaria. Kebanyakan masyarakat menggunakan akuarium sebagai sarana penampung yang praktis.

- Nilai jual bagi produk ikan hias yang diminati masyarakat Hungaria adalah seberapa besar kemampuan ikan hias tersebut dalam mendukung nuansa yang ada di dalam dekorasi tempat tinggal. Kebanyakan produk ikan hias tropis tergolong sebagai ikan hias yang eksotis dengan warna-warna yang menarik. Hal ini menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para penggemar ikan hias karena ciri khasnya tersebut.

V.2. Segmentasi Pasar

- Segmentasi pasar untuk produk ikan hias di Hungaria tidak terbagi berdasarkan kelompok usia masyarakat. Tingkat perekonomian sedikit mempengaruhi, namun yang lebih mempengaruhi segmentasi pasar dalam masyarakat adalah ketertarikan mereka dalam memelihara ikan hias sebagai hewan peliharaan. Memelihara ikan hias dinilai lebih praktis daripada memelihara anjing atau kucing. Tetapi kadang yang dibutuhkan oleh masyarakat dari hewan peliharaannya adalah rasa menemani yang hanya bisa didapatkan dari hewan-hewan yang lebih aktif, seperti anjing atau kucing.

- Fungsi dari ikan hias ini kemudian bertambah, selain sebagai hewan peliharaan, juga sebagai ornamen dalam rumah. Bagi sekelompok masyarakat, mereka menilai ikan hias justru bisa mempercantik kondisi rumah atau apartemennya. Oleh karena itu, saat ini sudah ada banyak masyarakat yang memelihara ikan hias oleh karena tujuan dimaksud diatas.
- Selain untuk kebutuhan individu, Hungaria juga memiliki kebun binatang yang juga menampilkan ikan-ikan hias dari wilayah tropis.

VI. Regulasi Produk

VI.1 Kebijakan Perdagangan

- Semenjak bergabung dengan Uni Eropa pada tahun 2004, Hungaria harus mengikuti peraturan-peraturan perekonomian yang telah ditetapkan oleh Uni Eropa. Dikarenakan standar yang sama, maka kebijakan akan produk pangan juga mengikuti kebijakan yang telah distandarkan oleh Uni Eropa.
- Dengan menggunakan kode HS produk, Uni Eropa melakukan pengumpulan dan pencatatan data statistik produk yang keluar-masuk Uni Eropa. Hal ini dilakukan untuk memonitor perdagangan yang terjadi di kawasan tersebut. Biaya pajak terhadap barang yang masuk ke Uni Eropa berada dalam satu kebijakan yang sama. Beberapa kebijakan mengenai pajak terhadap produk yang masuk dan keluar ke dan dari Uni Eropa, di antaranya adalah *duty relief*, yang mana di dalamnya terdapat kebijakan mengenai produk agrikultur terhadap produk dalam kategori tersebut yang diimpor oleh

negara-negara Uni Eropa dari negara-negara lainnya, baik sesama negara Eropa ataupun negara di luar wilayah Uni Eropa. Point utama dari kebijakan agrikultur Uni Eropa adalah untuk menstandarisasikan proses pembuatan produk dan proses penerimaan masuk produk dari negara lain agar kualitasnya masih tetap terjamin dan berada dalam posisi yang sesuai dengan standar agrikultur Uni Eropa.

- Selain itu, terdapat juga kebijakan Uni Eropa lainnya yang dikenal dengan nama *TARIC*. *TARIC* adalah pusat data multibahasa yang terintegrasi langsung dengan semua kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan tarif, komersil, dan agrikultur. Dengan mengintegrasikan dan mensistemkan kebijakan ini, *TARIC* memiliki kemampuan dalam mengamankan aplikasi seragam yang diterapkan oleh Uni Eropa dan memberikan kemampuan untuk mengoperasikan kegiatan ekonomi yang lebih jelas terhadap semua tindakan yang harus dilakukan saat mengimpor atau mengekspor barang. Beberapa kebijakan dalam *TARIC* adalah:

❖ *Penghitungan biaya tarif:*

- Biaya pajak negara dunia ketiga, yang dijelaskan dalam *Combined Nomenclature*.
- Suspensi terhadap pajak.
- Kuota tarif.
- Preferensi tarif.

- ❖ Kebijakan agrikultur:
 - Komponen agrikultur.
 - Pajak tambahan untuk produk berkonten gula dan tepung.
 - Pajak anti-subsidi.
 - Pengembalian untuk ekspor produk agrikultural dasar dan terproses.
- ❖ Kebijakan komersil:
 - Kebijakan anti-dumping.
 - Kebijakan pajak anti-subsidi.
- ❖ Kebijakan terhadap pembatasan transaksi:
 - Larangan impor dan ekspor.
 - Pembatasan impor dan ekspor.
 - Limit kuantitatif.
- ❖ Kebijakan terhadap pengumpulan data statistik:
 - Pengawasan impor.
 - Pengawasan ekspor.
- 3 (tiga) hal penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha ikan hias dalam mengeksport produknya ke negara-negara Uni Eropa, yaitu:
 1. Customs legislation

Dalam legislasi ini, yang harus diperhatikan oleh para eksportir adalah mengenai masalah transportasi dan perpajakan komoditas yang dikirim. Semua aspek detail harus secara jelas dicantumkan, seperti jenis dan jumlah.

2. Animal welfare legislation

Legislasi ini memfokuskan pada penjagaan kondisi komoditas dan penjaminan selama transportasi berlangsung. Mengenai tanggung jawab eksportir dalam transportasi hingga produk sampai ke tangan importir.

3. Animal health legislation

Uni Eropa memberikan syarat bagi para eksportir produk ikan hias yang akan masuk ke wilayah negara-negaranya untuk memastikan bahwa tidak ada penyakit atau virus-virus tertentu yang dibawa ikan hias itu. Kesehatan akan ikan hias harus didukung dengan disertakannya sertifikat yang menandakan bahwa ikan-ikan hias yang dikirimkan ke Uni Eropa tidak memiliki virus-virus menular yang berbahaya.

Selain itu, Uni Eropa juga sangat memperhatikan proses pengembangbiakkan ikan-ikan hias yang masuk ke wilayah mereka melalui jalur perdagangan. Uni Eropa hanya menerima ikan hias yang tumbuh dengan cara dikembangbiakkan secara legal, dan tidak menerima masuknya komoditas ikan hias yang ilegal.

VI.2. Saluran Distribusi

- Saluran distribusi untuk produk-produk ikan hias yang bisa dimanfaatkan eksportir adalah melalui distributor-distributor dalam negeri yang ada di Hungaria. Beberapa toko di Hungaria mendistribusikan produk-produk ikan hias dengan berbagai cara, dan

juga memanfaatkan teknologi dan internet dalam mempromosikan produk mereka. Kerja sama antara eksportir Indonesia bisa dilakukan secara langsung dengan importir di Hungaria untuk memperkuat jalur distribusi produk mereka.

VI.3. Hambatan

- Beberapa hambatan yang menghalangi peningkatan kerjasama antara negara-negara eksportir dengan Hungaria, dalam hal ini difokuskan pada Indonesia, adalah:
 1. Masalah jarak yang mampu mempengaruhi proses distribusi. Jarak yang jauh antara Indonesia dan Hungaria menunjukkan bahwa proses distribusi yang dibutuhkan untuk mengirimkan produk dari Indonesia ke Hungaria adalah cukup lama.
 2. Selain itu, biaya distribusi produk juga kemudian menjadi cukup mahal. Bagi negara-negara Eropa lain yang juga mengekspor produk serupa ke Hungaria, hambatan jarak dan biaya menjadi tidak masalah karena beberapa kebijakan Uni Eropa sendiri yang menguntungkan produk dalam wilayahnya.
 3. Pemenuhan kewajiban dokumen-dokumen yang harus dilampirkan oleh eksportir dalam perdagangan. Eksportir haruslah mengikuti aturan-aturan dokumen yang diminta oleh Uni Eropa. Beberapa dokumen, mengenai masalah kesehatan dan pengembangbiakkan, harus didukung dengan dokumen-dokumen transportasi yang bisa menjaga kualitas produk ikan hias tersebut.

4. Produk ikan hias memiliki segmentasi pasar yang tidak begitu besar. Sehingga terdapat hambatan terhadap perluasan pasar dan pengembangan usaha promosi produk tersebut.

VII. Peluang dan Strategi

- Hambatan-hambatan yang disampaikan sebelumnya merupakan sebuah hambatan yang nyata dalam usaha mengembangkan nilai perdagangan ikan hias di pasar internasional. Namun terdapat juga beberapa peluang dan strategi yang bisa dimanfaatkan untuk bisa memaksimalkan posisi produk tersebut di pasar internasional yang sudah berkembang.
- Produk ikan hias asal Indonesia yang eksotik memiliki keistimewaan tersendiri dalam meningkatkan nilai jualnya di dalam pasar internasional. Promosi untuk produk ini bisa difokuskan melalui pengenalan mengenai seberapa unik dan menariknya ikan hias yang berasal dari Indonesia dengan menunjukkan keberagamannya. Salah satu cara untuk melakukan promosi tersebut adalah dengan mengenalkan produk dimaksud melalui media-media internet yang dirasa sangat efektif untuk menyebarkan informasi dalam dunia yang lebih global seperti ini.
- Persaingan besar terlihat antara negara-negara Asia Tenggara dalam menguasai pasar ikan hias di Hungaria. Hal ini membuktikan bahwa ada peluang yang cukup besar bagi Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara lainnya untuk mengembangkan pasar ikan hias di wilayah Eropa Timur. Sementara Tantangan yang dihadapi

adalah bahwa Indonesia harus mampu bersaing dengan negara tetangganya. Namun kerjasama merupakan sebuah pilihan yang tepat untuk bisa mengembangkan ekspor produk ikan hias asal Indonesia ke Hungaria. Pemerintah harus bisa membuka kerjasama dengan negara-negara Asia Tenggara sebagai eksportir komoditas yang hampir sama dan juga negara-negara tujuan ekspor agar distribusi produk bisa lebih mudah.

VIII. Daftar Wholesaler, Distributor dan Importir Produk Ikan Hias di Hungaria

NO.	COMPANY	ADDRESS	PHONE / FAX	WEBSITE / E-MAIL	CONTACT PERSON
1	Galapagos Kft	H-1062 Budapest, Váci út 1 – 3	Ph:+36 1 347 1554 Fx:+36 1 238 7841	Mr. Heizer Géza Mr. Kóródy Olivér	westend@galapagos.hu galapagos@galapagos.hu www.galapagos.hu
2	Fisch Kft.	H-2800 Tatabánya, Kossuth Lajos út 55	Ph:+36 34 312 496 Fx:+36 34 337 142	Mr. Csaba Pataki	contact@fisch.hu www.fisch.hu
3	Vizivilág Stúdió Kft	H-9023 Győr, Tihanyi Árpád u. 78	Mb:+36 20 3777903 Ph:+36 94 417 926	Mr. Bucskó Ákos	info@vizivilagstudio.hu www.vizivilagstudio.hu
4	Tropheus Kft.	1028 Budapest, Fuvola u. 13.	Mb:+36 20 9996066 Ph:+36 76 50468	Mr. Csizmadia László	www.tropheus.hu info@africanfish.hu csizmadia.laszlo@africanfish.hu
5	Lila Sárkány Kft.	H-1039 Budapest, Csobánka tér 2.	Ph: +36 1 243 1982	Mr. Kiss Imre Ottó	lila.sarkany.k.f.t.@mailbox.hu lilasarkanykft@citromail.hu
6	Danio Kft.	H-2800 Tatabánya, Mészáros út 4	Ph:+36 34 300 944 Fx:+36 34 510 752	Mr. Pataki Antal	irjonnekunk@daniodiszkont.hu www.daniodiszkont.hu/
7	Leguán Kft.	H-1123 Budapest, Alkotás u. 25	Ph:+36 1 214 9529	Mrs. Bíró Józsefné	www.leguan.hu info@leguan.hu

NO.	COMPANY	ADDRESS	PHONE / FAX	WEBSITE / E-MAIL	CONTACT PERSON
8	Korallszirt Kft.	H-1177 Budapest, Wesselenyi u. 23	Ph:+36 1 342 8329	Mr. Kis Rudolf	korallszirt@t-online.hu www.korallszirt.hu
9	Trioker Kft.	H-2030 Érd, Balatoni út 103/A	Ph:+36 23 374 814 Fx:+36 23 375 847	Mr. Kutsera Zoltán	trioker@t-online.hu www.trioker.hu
10	Aqua Maritime Kft.	H-1138 Budapest, Meder u. 8.	Mb:+36 30 24 40 457	Mr. Karácsony György Mr. Karácsony Ferenc	www.aqua-maritime.hu info@aqua-maritime.hu