

MARKET BRIEF PRODUK LEMAK HEWAN & NABATI DI KROASIA



**INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
BUDAPEST - HUNGARY 2014**

H-1051 Budapest, Bajcsy Zsilinszky Út. 12, 1st Floor No. 101

Tel: (+36 1) 317 6382, Fax: (+36 1) 266 0572

Intrade@itpc-bud.hu, www.itpc-bud.hu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME kami panjatkan karena berkat rahmatNya kami dapat menyelesaikan penulisan *Market Brief* perdagangan produk lemak hewan dan nabati di Kroasia ini.

Dalam *Market Brief* ini akan dibahas mengenai potensi pasar produk lemak hewan dan nabati di Kroasia, baik mengenai regulasi, saluran distribusi, hambatan, peluang dan strategi, serta informasi penting lainnya. Diharapkan informasi tersebut akan bermanfaat bagi para pelaku bisnis dan pihak yang membutuhkan, khususnya untuk ekspor produk terkait dari Indonesia ke Kroasia.

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

Budapest, Maret 2014

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
PETA NEGARA KROASIA... ..	6
I PENDAHULUAN	7
I.1 Pemilihan Negara	7
I.2 Pemilihan Produk	8
I.3 Profil Singkat Negara Kroasia	12
II POTENSI PASAR NEGARA KROASIA... ..	16
II.1 Ekspor Produk Minyak dan Lemak Hewan dan Nabati dari Kroasia ke Dunia	16
II.2 Potensi Pasar Ekspor Produk HS 1517 Indonesia di Kroasia	17
II.3 Regulasi Produk HS 1517 di Kroasia	20
II.3.1 Kebijakan Impor Produk HS 1517 di Kroasia.....	20
II.3.2 Persyaratan mutu, label, dan kemasan	21
a. Persyaratan mutu	21
b. Pelabelan dan Etiket	23
c. Kemasan	24
II.4 Saluran Distribusi Produk Olahan Lemak Hewan dan Nabati di Kroasia	24
II.5 Hambatan Lainnya	25
II.5.1 Jarak dan Transportasi	25
II.5.2 Komunikasi	26
II.5.3 Sistem Pembayaran	26

III PELUANG DAN STRATEGI	27
III.1 Peluang	27
III.2 Strategi	29
IV INFORMASI PENTING	31
IV.1 TPO & Kedutaan Republik Kroasia.....	31
IV.2 Asosiasi Produk Lemak, Minyak Hewan & Nabati di Kroasia dan Uni Eropa	31
IV.3 Perwakilan Indonesia di Kroasia	32
IV.4 Pameran & Kegiatan Promosi Produk HS 1517 di Kroasia.....	33
IV.5 Daftar Importir, Distributor dan Wholesaler Produk HS 1517 di Negara Kroasia	34
REFERENSI	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Negara-negara Pengimpor Utama Produk HS 1517 di Dunia	7
Tabel 2. Negara-negara Pengekspor Utama HS 1517 di Dunia (2012)	9
Tabel 3. Ekspor produk HS 1517 Kroasia ke Dunia (2008-2012).....	16
Tabel 4. Impor produk HS 1517 Kroasia dari Dunia (2008-2012)	18
Tabel 5. Indikator impor HS 1517 Kroasia dari seluruh Dunia (2012)	19
Tabel 6. Ekspor produk HS 1517 Indonesia ke Kroasia (2008-2012)	20
Tabel 7. Tarif masuk produk HS 1517 asal Indonesia di Kroasia.....	20
Tabel 8. Regulasi hukum impor produk HS 1517 di Kroasia.....	21
Tabel 9. Harga impor produk HS 1517 di Kroasia dari Dunia (2012)	27
Tabel 10. Harga produk HS 1517 di perdagangan Dunia (2012)	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses pengolahan mentega dari susu sapi.....	10
Gambar 2. <i>Margarine “low-fat”</i>	11
Gambar 3. Mentega / margarine	11
Gambar 4. <i>Shortening</i> atau mentega putih khusus untuk menggoreng.....	11
Gambar 5. Contoh produk campuran lemak hewan dan nabati, mentega dan minyak zaitun.	12
Gambar 6. Jalan bebas hambatan di Kroasia	14
Gambar 7. Dasi, sebagai pelengkap seragam tentara Kroasia	15
Gambar 8. Pelabuhan laut di Rijeka, Kroasia	25

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. <i>Share</i> pasar produk HS 1517 di Dunia (2012)	8
Grafik 2. <i>Share</i> pasar Produk KS 1517 di Kroasia	19
Grafik 3. Rantai Distribusi produk pangan impor di Kroasia	24

PETA NEGARA KROASIA



Negara-negara tetangga Republik Kroasia

Timur Laut : Hongaria

Barat Laut : Slovenia

Timur : Serbia

Selatan : Bosnia – Herzegovina

Barat : Laut Adriatik

BAB I - PENDAHULUAN

I.1. Pemilihan Negara

Kroasia tercatat sebagai negara pengimpor produk HS 1517 dengan peringkat ke-77 (tujuh puluh tujuh) besar di dunia. Impor Kroasia untuk produk tersebut mencapai sekitar 7,3 ribu ton dengan nilai EUR 9,2 ribu. *Share* pasar negara ini merupakan 0,2% dari total impor dunia. Selama periode tahun 2009 - 2012, pertumbuhan impor negara tersebut untuk produk HS 1517 ini terlihat sebesar 4,96%. Nilai impor terlihat mengalami sedikit penurunan pada tahun 2010, namun kembali meningkat di tahun 2011 dan 2012.

Tabel 1. Negara-negara Pengimpor Utama Produk HS 1517 di Dunia

NO.	IMPORTERS	IMPORT VALUE (THOUSAND EURO)				QUANTITY IMPORTED IN 2012 (TONS)	SHARE IN WORLD IMPORTS (%)	IMPORT GROWTH (%)
		2009	2010	2011	2012			
1	France	284 140	298 595	355 860	356 131	262 709,00	8.1	8,90
3	Germany	170 594	172 466	242 064	276 929	215 379,00	6.3	19,63
5	Netherlands	103 827	115 688	150 988	169 609	78 253,00	3.9	18,99
7	Poland	51 670	73 056	101 358	138 984	114 161,00	3.2	39,04
9	United Kingdom	81 711	86 586	111 070	115 804	84 238,00	2.6	13,83
12	Belgium	83 703	79 464	90 805	92 307	64 314,00	2.1	4,36
14	Italy	54 607	60 901	75 812	81 545	58 715,00	1.9	15,28
15	Spain	62 599	66 125	81 430	77 939	56 446,00	1.8	9,04
17	Czech Republic	42 580	58 936	71 457	73 536	66 524,00	1.7	20,10
20	Hungary	55 605	51 294	60 212	53 592	55 179,00	1.2	0,50
77	Croatia	8 070	7 548	8 134	9 251	7 348,00	0.2	4,96

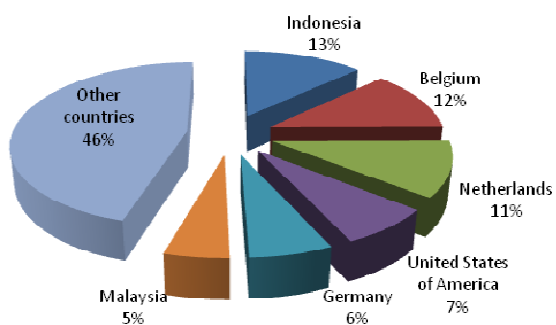
Sumber : Intracen, diolah

Dari data-data tersebut diatas, dapat kita lihat bahwa kebutuhan negara Kroasia akan produk HS 1517 relatif tinggi. Disamping dapat memproduksi sendiri, Kroasia juga masih harus mengimpor produk HS 1517 untuk memenuhi kebutuhan pasar lokalnya. Defisit yang ada pada bahan baku pembuatan *margarine* dan mentega, yaitu produk susu dan minyak nabati, seperti minyak kelapa sawit dan minyak bunga matahari yang digunakan untuk pembuatan *margarine*, menyebabkan negara ini masih harus mengimpor produk tersebut dari berbagai negara.

I.2. Pemilihan Produk

Indonesia merupakan pengekspor terbesar produk HS 1517 di Dunia, dengan pertumbuhan ekspor mencapai 18% selama periode tahun 2008 - 2012.

Pada tahun 2012, ekspor Indonesia ke Dunia untuk produk terkait mencapai 761,2 ribu ton dengan total nilai ekspor sebesar EUR 627 juta. Angka ini jauh lebih tinggi dari negara-negara di Eropa seperti Perancis, Belgia dan Jerman. Sementara untuk perdagangan tahun 2012, Indonesia berhasil menguasai 13% dari *share* pasar untuk total impor produk HS 1517 di Dunia.



Grafik 1. Share pasar produk HS 1517 di dunia tahun 2012

Tabel 2. Negara-negara Pengekspor Utama Produk HS 1517 di Dunia Tahun 2012

NO.	EXPORTERS	EXPORTED VALUE IN 2012 (THOUSAND EURO)	QUANTITY EXPORTED IN 2012 (TONS)	ANNUAL GROWTH IN QUANTITY BETWEEN 2008-2012 (%)	SHARE IN WORLD EXPORTS (%)
1	Indonesia	627 010,00	761 214	18	13
2	Belgium	571 271,00	457 891	3	11,9
3	Netherlands	524 692,00	384 123	5	10,9
4	USA	353 843,00	201 942	5	7,3
5	Germany	307 703,00	254 870	7	6,4
6	Malaysia	240 861,00	244 329	-20	5
7	Sweden	195 805,00	124 778	2	4,1
8	Argentina	184 126,00	170 427	6	3,8
9	Poland	144 803,00	133 003	14	3
10	Russian Federation	143 910,00	124 079	7	3
11	Denmark	133 600,00	90 008	-5	2,8
12	Turkey	118 645,00	109 166	-2	2,5
13	Canada	93 957,00	72 214	-7	2
14	Spain	86 885,00	62 967	3	1,8
15	Australia	83 830,00	29 424	-6	1,7
16	Singapore	73 917,00	42 167	9	1,5
17	United Kingdom	73 770,00	36 635	-15	1,5
18	Ukraine	63 230,00	59 444	18	1,3
19	Italy	57 800,00	46 568	1	1,2
20	Austria	49 954,00	38 476	5	1
21	France	45 597,00	24 761	-5	0,9
22	Thailand	39 249,00	29 763	88	0,8
23	Switzerland	38 141,00	2 450	15	0,8
24	Mexico	37 348,00	21 422	48	0,8
25	Azerbaijan	31 839,00	17 997	5	0,7

Sumber : Intracen, diolah

Produk HS 1517 yang akan dibahas dalam *market brief* kali ini terbagi atas 2 (dua) sub produk *HS 6 Digits* sebagai berikut :

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 151710	Margarine, excluding liquid margarine
HS 151790	Edible mixtures or preparations of animal or vegetable fats or oils or of fractions of different fats or oils of this chapter, other than edible fats or oils or their fractions of heading 1516



Dipasaran, produk HS 1517.10 lebih dikenal sebagai mentega atau *margarine* dapur. Selain untuk industri pangan, produk ini paling banyak dikonsumsi oleh kalangan rumah tangga. Disamping itu terdapat pula jenis *margarine* putih atau *shortening* yang banyak digunakan dalam industri makanan dan roti. Produk-produk tersebut merupakan hasil dari proses emulsi air dengan lemak, baik nabati, hewani maupun gabungan keduanya.



Gambar 1. Proses pengolahan mentega dari susu sapi.

Margarine merupakan emulsi dari minyak nabati dan air. Minyak yang digunakan biasanya berasal dari kelapa sawit atau minyak bunga matahari. Mentega atau *butter* adalah produk olahan dari susu sapi. Kandungan yang terdapat didalamnya adalah lemak susu, protein susu dan air. Berbeda

dengan *margarine* yang tidak mudah meleleh pada suhu ruang, mentega atau *butter* harus disimpan pada suhu dingin karena akan meleleh pada suhu 32–35 °C.



Gambar 2. Margarine “low-fat”



Gambar 3. Mentega/ margarine

Kadar lemak yang dikandung mentega maupun *margarine* berkisar 80%. Namun saat ini dipasaran juga sudah ditemukan jenis-jenis mentega dan *margarine* berkadar lemak lebih rendah. Produk *low-fat* ini banyak digemari oleh konsumen yang ingin mengurangi asupan kalori dan kolesterol.

Selain ke-2 (dua) produk tersebut diatas, ada juga produk *shortening*



Gambar 4. Shortening atau mentega putih khusus untuk menggoreng.

atau mentega putih, yaitu produk lemak yang padat pada suhu ruang. *Shortening* dapat terbuat dari lemak hewan maupun nabati. Kandungan air yang dimilikinya lebih rendah dari *margarine* atau mentega. Karena titik asapnya yang lebih tinggi, produk ini sangat

ideal digunakan untuk menggoreng dengan suhu tinggi.

Perbedaan antara Produk HS 1517.90 dengan HS 1517.10 adalah terletak pada bahan baku yang digunakan. Bila HS 1517.10 menggunakan 1 (satu) jenis bahan sumber lemak, misalnya susu sapi untuk mentega, minyak kelapa sawit atau minyak bunga matahari untuk *margarine*, maka produk HS1517.90 merupakan emulsi dari 2 (dua) jenis minyak nabati atau hewani dengan air, ataupun campuran dari lemak hewani dan nabati. Saat ini dipasaran terdapat pula jenis *margarine* yang terbuat dari minyak tumbuhan yang mengandung susu. Di beberapa negara, produk tersebut dikenal dengan nama *oleomargarine*. Selain itu terdapat pula jenis *margarine* yang terbuat dari 2 (dua) jenis minyak nabati. Sebagai contoh adalah mentega yang berasal dari susu sapi dan minyak zaitun, atau campuran minyak bunga matahari dan minyak kelapa sawit.



Gambar 5. Contoh produk campuran lemak hewan dan nabati, mentega dan minyak zaitun.

I.3. Profil Singkat Negara Kroasia

Kroasia adalah sebuah negara berbentuk republik parlementer demokratis yang terletak di antara Eropa Tengah, Balkan dan Mediterania. Kota terbesar adalah Zagreb yang juga merupakan ibu kota negara. Negara ini berbatasan dengan Hongaria di timur laut, Serbia di timur, Bosnia Herzegovina serta Montenegro di tenggara, Laut Adriatik di barat daya dan Slovenia di barat laut. Kroasia terbagi menjadi 20 (dua puluh) provinsi,

sementara kota Zagreb memiliki otonomi sendiri. Negara seluas 56.594 km² ini memiliki iklim campuran benua Eropa dan Mediterania. Kroasia menjadi negara anggota ke-28 (dua puluh delapan) Uni Eropa pada tanggal 1 Juli 2013 lalu. Bahasa resmi yang digunakan di Kroasia adalah Bahasa Kroasia. Bahasa-bahasa minoritas juga kadang masih digunakan di tingkat pemerintahan daerah, diantaranya yaitu bahasa Ceko, Hongaria, Italia, Rutherfordia, Serbia dan Slovakia.

Jumlah penduduk Kroasia tercatat sebesar 4,28 juta jiwa dengan tingkat pertumbuhan penduduknya sekitar 0,05% per tahunnya. Mata uang Kroasia adalah Kuna (HRK) yang berlaku sejak tahun 1994. Pendapatan per kapita negara tersebut cukup tinggi dan mencapai sekitar USD 14.457 pada tahun 2011, sementara di tahun yang sama paritas daya belinya tercatat sebesar HRK 80,334 milyar atau USD 18.191 per kapita. Kekuatan ekonomi negara ini didukung oleh pertumbuhan PDB riil rata-rata sebesar 4,3% antara tahun 2000 dan 2008. Sebagai akibat dari krisis ekonomi global, pertumbuhan PDBnya menurun tajam ke 5,8% pada tahun 2009. Sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 7% terhadap PDB dengan pertumbuhan tahunan rata-rata 2,7% pada periode 2004 - 2009 dan 2% di tahun 2009, dan mempekerjakan 14,1% dari total angkatan kerja pada tahun 2009. Menurut data *Eurostat*, PDB per kapita Kroasia mencapai 61% dari rata-rata Uni Eropa pada tahun 2012.

Dari sumber informasi *“Doing Business”* 2011, Kroasia dianggap sebagai salah satu dari 10 (sepuluh) negara yang membuat langkah terbesar dalam usaha meningkatkan peluang bisnis di negara tersebut, dengan menerapkan reformasi terhadap lebih dari selusin peraturan selama 5 (lima) tahun. Negara ini berada pada peringkat ke-84 (delapan puluh empat) dari 183 (seratus delapan puluh tiga) di tahun 2011 atau naik 5 (lima) peringkat dari tahun 2010.

Negara Kroasia telah mencapai swasembada pangan untuk produk jagung, gandum dan gula, namun memiliki defisit untuk produk daging sapi dan produk susu. Pertanian di negara ini meningkat sebesar 65% selama periode tahun 2005 -2008, sedangkan total anggaran meningkat sebesar 25%. Industri manufaktur yang mencapai 84% dari produksi industri atau sekitar 16% dari PDB menurun tajam ke 9,4% di tahun 2009, setelah sebelumnya mengalami pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 4,5% antara tahun 2000 dan 2008.

Puncak pembangunan infrastruktur Kroasia adalah pembuatan jaringan jalan tol bebas hambatan, yang sebagian besar dibangun antara akhir tahun 1990 dan awal tahun 2000. Pada September 2011, Kroasia sudah menyelesaikan lebih dari 1.100 kilometer (680 mil) jalan raya, yang menghubungkan Zagreb ke daerah lain di Eropa dalam koridor Pan-Eropa.



Gambar 6. Jalan bebas hambatan di Kroasia

Sepak bola adalah olahraga paling populer di Kroasia. *The Croatian Football Federation* (Kroasia: *Hrvatski nogometni savez*), dengan lebih dari 118.000 anggota, adalah asosiasi olahraga terbesar di negara ini. Atlet Kroasia bersaing di acara-acara internasional sejak kemerdekaan Kroasia pada 1991. Kroasia juga telah menjadi tuan rumah beberapa kompetisi olahraga dunia, termasuk *World Handball Championship* (2009), Kejuaraan Dunia Tenis Meja (2007), *World Rowing Championships* (2000), *Summer Universiade* (1987), *Mediterranean Games* (1979) dan beberapa kejuaraan Eropa lainnya.

Posisi geografis Kroasia menyebabkan negara ini memiliki perpaduan dari 4 (empat) budaya yang berbeda. Kroasia telah menjadi tempat pertemuan budaya barat dan timur sejak pembagian Kekaisaran Romawi Barat dan Kekaisaran Bizantium, serta dari Mitteleuropa dan budaya Mediterania. UNESCO telah mencatat 7 (tujuh) situs di Kroasia dalam Daftar Warisan Dunia. Sumbangan budaya Kroasia kepada dunia diantaranya adalah dasi, yang pada awalnya dikenakan oleh para tentara Kroasia abad ke-17 (tujuh belas) .



Gambar 7. Dasi, sebagai pelengkap seragam tentara Kroasia

BAB II - POTENSI PASAR NEGARA KROASIA

II.1. Ekspor Produk Minyak dan Lemak Hewan dan Nabati dari Kroasia ke Dunia

Selain melakukan impor, Kroasia juga mengekspor produk HS 1517 ke luar negeri. Mayoritas negara tujuannya adalah negara-negara Uni Eropa, terutama Eropa Tengah dan Timur. 5 (Lima) negara tujuan utama ekspor Kroasia adalah Bosnia-Herzegovina, Slovenia, Macedonia, Amerika Serikat dan Serbia.

Tabel 3. Ekspor produk HS 1517 Kroasia ke Dunia periode Tahun 2008 - 2012

NO.	IMPORTERS	IMPORT VALUE (THOUSAND EURO)					IMPORT GROWTH (%)
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Bosnia and Herzegovina	884,91	801,65	835,91	988,63	1 069,14	6,06
2	Slovenia	12,91	0,72	1,51	7,18	87,86	84,69
3	Macedonia	24,47	13,62	16,57	28,72	24,1	7,42
4	USA	7,48	4,3	6,02	6,46	6,22	0,38
5	Serbia	8,84	5,02	0	0	3,89	N/A
6	Sweden	0	0	3,77	1,44	3,11	N/A
7	Montenegro	0,68	3,59	4,52	5,03	1,56	22,12
8	Russian Federation	0	0	0	0	0,78	N/A
9	Albania	10,87	13,62	0	0	0	N/A
10	Austria	0	0	0	0	0	N/A
11	Germany	5,44	0	0	0	0	N/A

Sumber : Intracen, diolah

Tingginya nilai ekspor ke Bosnia-Herzegovina yang mencapai senilai EUR 1,06 juta, serta pertumbuhan ekspor ke Slovenia yang mencapai 84,69% selama periode tahun 2008 - 2012 menunjukkan bahwa ke-2 (dua) negara tersebut merupakan pasar penting untuk produk HS 1517 dari Kroasia. Ekspor ke negara diluar Eropa yaitu Amerika Serikat juga terlihat cukup stabil, dengan angka pertumbuhan mencapai 7,42% dalam periode yang sama. Krisis ekonomi yang terjadi di tahun 2009 menyebabkan turunnya angka penjualan di hampir semua negara, namun terlihat kembali meningkat di tahun 2010.

II.2. Potensi Pasar Ekspor Produk HS 1517 Indonesia di Kroasia

Krisis ekonomi global yang terjadi di tahun 2009 terlihat menyebabkan penurunan nilai impor dari sebagian besar negara pemasok produk HS 1517. Namun kondisi ini terlihat kembali membaik pada tahun 2010 dan cenderung mengalami peningkatan selama periode tahun 2008 - 2012.

Total impor produk HS 1517 Kroasia dari Dunia pada tahun 2012 tercatat sebesar 7.348 ton, dengan total nilai mencapai EUR 9,25 juta. 5 (Lima) negara pengekspor utama adalah Slovenia, Jerman, Itali, Bosnia-Herzegovina dan Denmark. Ke-5 (lima) negara tersebut menguasai total 78% pasar di Kroasia. Sisanya yaitu sebesar 22% merupakan impor dari negara-negara lain seperti Malaysia, Republik Ceko, Slovakia dan Inggris.

Tabel 4. Impor produk HS 1517 Kroasia dari Dunia periode Tahun 2008 - 2012

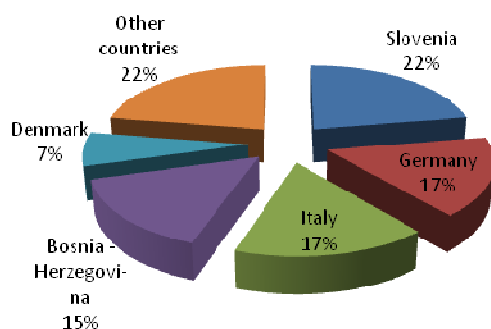
EXPORTERS	IMPORT VALUE (THOUSAND EURO)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Slovenia	721.11	276.78	1 039.24	1 133.66	2 065.96
Germany	991.62	759.34	1 075.39	1 667.82	1 525.56
Italy	1 075.89	1 273.46	1 488.08	1 621.15	1 521.67
Bosnia -Herzegovina	4 289.98	2 248.62	1 303.57	1 331.1	1 412.82
Denmark	425.46	316.93	418.71	298.67	649.26
Poland	199.14	200.77	502.3	585.86	631.37
Sweden	1 122.79	1 404.67	493.26	376.93	359.23
Romania	0	0	156.64	329.54	246.48
Belgium	133.21	202.92	213.87	117.75	188.17
Serbia	130.49	224.43	163.42	142.16	157.07
Austria	167.87	129.78	118.23	137.13	145.4
USA	50.97	231.6	194.29	179.49	133.74
Hungary	480.52	226.58	51.21	56.72	66.87
France	2.04	0.72	2.26	19.38	52.87
Netherlands	34.66	8.6	53.47	50.26	52.1
Spain	90.39	86.04	105.43	50.26	24.1
Malaysia	20.39	25.81	82.84	34.46	13.22
Czech Republic	468.96	426.64	65.52	0	2.33
Slovakia	0	0	0	0	1.56
United Kingdom	2.72	1.43	2.26	0.72	1.56
Bulgaria	0	0	0	0	0
Indonesia	21.75	23.66	16.57	0	0
TOTAL IMPORT	10 431.33	8 070.24	7 548.08	8 133.77	9 251.34

Sumber : Intracen, diolah

Tabel 5. Indikator impor produk HS 1517 Kroasia dari seluruh dunia tahun 2012

NO.	EXPORTERS	TRADE INDICATORS 2012		
		IMPORTED VALUE (THOUSAND EURO)	SHARE IN CROATIA'S IMPORTS (%)	IMPORTED QUANTITY (TONS)
1	Slovenia	2 065.96	22.3	1 900
2	Germany	1 525.56	16.5	1 237
3	Italy	1 521.67	16.4	1 423
4	Bosnia - Herzegovina	1 412.82	15.3	1 099
5	Denmark	649.26	7	476
6	Poland	631.37	6.8	356
7	Sweden	359.23	3.9	159
8	Romania	246.48	2.7	166
9	Belgium	188.17	2	130
10	Serbia	157.07	1.7	119
11	Austria	145.4	1.6	116
12	USA	133.74	1.4	4
13	Hungary	66.87	0.7	65
14	France	52.87	0.6	19
15	Netherlands	52.1	0.6	41
16	Spain	24.1	0.3	22
17	Malaysia	13.22	0.1	14
18	Czech Republic	2.33	0	1
19	Slovakia	1.56	0	1
	TOTAL IMPORT	9 251.34	100	7 348

Sumber : Intracen



Grafik 2. Share pasar HS 1517 di Kroasia

Setelah sempat melakukan ekspor pada tahun 2008 - 2010, kegiatan ekspor Indonesia terlihat terhenti sejak tahun 2011. Nilai ekspor tertinggi yang diperoleh Indonesia sebesar EUR 23,66 ribu tercatat pada

tahun 2009. Hal ini sangat disayangkan terutama karena salah satu kompetitor Indonesia yaitu Malaysia tercatat masih melakukan ekspor, dengan nilai pertumbuhan mencapai 0,94% selama periode tahun 2008 - 2012.

Tabel 6. Ekspor produk HS 1517 Indonesia ke Kroasia periode tahun 2008-2012

Product code	Product label	Import value (Euro thousand)				
		2008	2009	2010	2011	2012
HS 151790	Edible mx/prep of animal/veg fats&oils/of fractions ex hd No 15.16	21.75	23.66	16.57	0	0
HS 151710	Margarine, excluding liquid margarine	0	0	0	0	0

Sumber : Intracen

II.3. Regulasi Produk HS 1517 di Kroasia

II.3.1. Kebijakan impor produk HS 1517 di Kroasia

Berikut adalah daftar tarif masuk dan PPN (VAT) produk lemak hewan dan nabati asal Indonesia di Kroasia berdasarkan HS Code :

Tabel 7. Tarif masuk produk HS 1517 asal Indonesia di Kroasia

HS CODE	ORIGIN	MEASURE TYPE	TARIFF	EU LAW
HS 151710 <i>Margarine, excluding liquid margarine</i>	ERGA OMNES	Third country duty	8.3 % + 28.4 EUR/100 kg	R2204/99
	GSP (general arrangement) Excluding: Indonesia	Tariff preference	4.8 % + 28.4 EUR/100 kg	R0978/12
HS 151790 <i>Others</i>	ERGA OMNES	Third country duty	9.6 %	R2204/99
	GSP (general arrangement) Excluding: Indonesia	Tariff preference	6.1 %	R0978/12

Sumber : Export Helpdesk

Indonesia tidak termasuk kedalam negara yang mendapat fasilitas tarif GSP di Kroasia, sehingga kebijakan tarif masuk untuk produk HS 1517 dari Indonesia ke negara tersebut adalah tarif umum negara ke tiga (ERGA OMNES) seperti yang tercantum pada Tabel 7 di atas. VAT yang ditetapkan untuk produk HS 1517 di Kroasia adalah sebesar 13%.

II.3.2. Persyaratan mutu, label dan kemasan

a. *Persyaratan mutu*

Kroasia telah mengadopsi dan menerapkan undang-undang Uni Eropa di semua sektor. Persyaratan mutu produk HS 1517 yang diperdagangkan di Kroasia mengacu pada peraturan Uni Eropa untuk impor produk lemak, minyak hewan dan nabati sebagai berikut :

Tabel 8. Regulasi hukum impor produk HS 1517 di Kroasia




REGULASI HUKUM	KETERANGAN
Kandungan maksimum asam erukat dalam minyak dan lemak	Uni Eropa telah menetapkan hukum yang mengatur kadar maksimum asam erukat yang terkandung dalam bahan makanan untuk konsumsi manusia. Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Maximum-level-for-erucic-acid-in-oils-and-fats/159343
Jenis bahan tambahan yang diizinkan di Uni Eropa	Uni Eropa telah menetapkan daftar bahan tambahan makanan, enzim dan perasa makanan yang diizinkan untuk digunakan dalam bahan makan untuk konsumsi manusia. Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Additives-enzymes-and-flavourings-in-food/160050

REGULASI HUKUM	KETERANGAN
Jenis bahan pelarut yang digunakan dalam bahan makanan yang diizinkan.	Uni Eropa telah menetapkan peraturan mengenai pemasaran dan penggunaan bahan pelarut dalam produksi bahan makanan. Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Extraction-solvents-for-food/159342
Pengendalian kontaminasi dalam bahan makanan	Peraturan keamanan pangan Uni Eropa telah menetapkan standar yang tinggi perihal kontaminasi yang mungkin terdapat pada beberapa jenis makanan dan bahan pangan tertentu. Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Contaminants-in-food/159344
Pengendalian kebersihan dan kesehatan bahan makanan (HACCP)	Peraturan HACCP di Uni Eropa sangat mengikat bagi para produsen makanan, dan dianjurkan untuk diterapkan mulai dari tingkat petani. Sejak tahun 2003 berdasarkan Undang-Undang Pangan system kontrol kualitas HACCP menjadi prosedur wajib. Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Hygiene-of-food-HACCP-/160068
Kadar maksimum residu pestisida dalam makanan	Uni Eropa telah membuat peraturan hukum mengenai kadar maksimum residu pestisida dalam produk-produk makanan. Keterangan lebih lanjut : http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/legislation/max_residue_levels_en.htm

Sumber : Export Helpdesk

Selain regulasi hukum tersebut diatas, terdapat pula regulasi-regulasi tambahan menyangkut mutu produk sebagai berikut :

REGULASI	KETERANGAN
<p>Organik</p> 	<p>Untuk dapat dipasarkan sebagai produk organik, Uni Eropa telah menetapkan beberapa peraturan dan syarat-syarat produksi yang harus dipenuhi oleh petani dan produsen produk kopra kelapa dan olahannya. Produk yang diberi tanda label seperti disamping menunjukkan bahwa produk tersebut adalah jenis produk organik.</p> <p>Keterangan lebih lanjut : http://www.cbi.eu/marketintel/EU-legislation-Organic-production-and-labelling/159090</p>

REGULASI	KETERANGAN
<p>Sustainable Palm Oil</p> 	<p>Minyak sawit (<i>palm oil</i>) merupakan salah satu bahan utama yang digunakan dalam pembuatan margarine di Indonesia. The <i>Roundtable of Sustainable Palm Oil</i> (RSPO) adalah organisasi perusahaan-perusahaan dari berbagai negara yang bergerak dibidang minyak kelapa sawit, dengan misi mempromosikan produk-produk kelapa sawit yang diproduksi secara berkelanjutan. Saat ini, RSPO menggunakan sistem penelusuran dari UTZ dalam pemberian sertifikat <i>Green Palm</i> bagi para produsen yang telah memenuhi persyaratan tertentu.</p> <p>Website: http://www.rspo.org https://www.utzcertified.org/en</p>  

Sumber : Export Helpdesk

b. Pelabelan dan etiket

- o Penggunaan Bahasa Inggris mutlak diberikan pada label dan etiket produk, kecuali bila ada ketentuan lain.
- o Label harus mencantumkan : nama produk, no.batch, keterangan mengenai penggunaan produk (untuk bahan makanan atau bukan), keterangan mengenai kandungan bahan yang dapat menyebabkan alergi, nama dan alamat pengekspor, tanggal kadaluarsa, berat bersih, metode penyimpanan, dan keterangan khusus apabila bahan baku berasal dari bahan organik atau tidak, logo sertifikasi (bila ada).

c. *Kemasan*

- o Produk lemak hewan dan nabati dapat menggunakan berbagai kemasan, tergantung pada ketersediaan bahan dan volume yang dibutuhkan, atau sesuai permintaan khusus dari importir (bila ada). Baik untuk retail maupun industri, harus dipastikan bahwa produk tersebut tersegel dengan rapat dan bebas dari kontaminasi dengan udara bebas.

II.4. Saluran Distribusi Produk Olahan Lemak Hewan dan Nabati di Kroasia

Grafik 3. Rantai distribusi produk pangan impor di Kroasia (sumber: USDA)



Restrukturisasi segmen ritel terjadi pada tahun 1990-an, ketika rantai ritel diprivatisasi dan diakuisisi oleh kelompok yang lebih besar. Kecuali untuk pengecer besar, pengecer makanan di Kroasia umumnya membeli produk domestik dan impor dari pedagang grosir.

Sektor ritel di Kroasia didominasi oleh jaringan *supermarket* asing seperti Billa, Kaufland, DM, IperCoop, Lidl, Mercator, Metro, dan Interspar serta jaringan *supermarket* domestik seperti Konzum, Plodine, NTL (Diona,

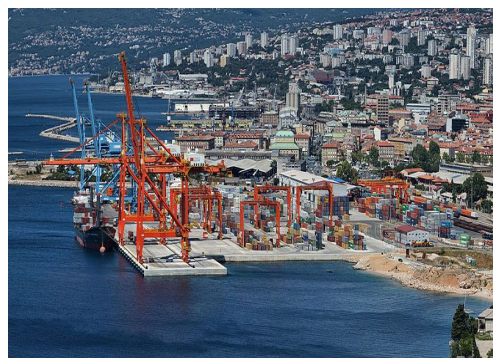
Kerum, dan Getro). Rantai *supermarket* terbesar memiliki bagian pembelian mereka sendiri yang membeli, menyimpan dan mendistribusikan bahan makanan secara terpusat. Selain itu, mereka juga membeli beberapa *item* melalui perusahaan pengimpor besar. Beberapa rantai distribusi akan bekerja sama dalam pembelian logistik dengan rantai lain untuk menegosiasikan harga terbaik dari pemasok mereka.

II.5. Hambatan Lainnya

Berikut adalah beberapa hambatan yang mungkin dihadapi oleh produsen untuk memasarkan produknya ke luar negeri, khususnya ke Kroasia:

II.5.1. Jarak dan transportasi

Jarak yang jauh antara Indonesia dan Kroasia menyebabkan tingginya biaya logistik bila dibandingkan dengan negara-negara kompetitor lainnya dari kawasan Asia. Namun demikian, posisi negara Kroasia yang berbatasan langsung dengan laut, didukung dengan keberadaan pelabuhan lautnya di kota Rijeka membuat jalur distribusi ke negara tersebut lebih mudah.



Gambar 8. Pelabuhan laut di Rijeka, Kroasia

II.5.2. Komunikasi

Penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam bisnis mutlak diperlukan, bila tidak memiliki penguasaan terhadap bahasa lokal Kroasia. Sebagai langkah awal, selain penguasaan bahasa Inggris yang baik, pemahaman akan bahasa dan tatakrma bisnis Kroasia akan sangat membantu memperlancar komunikasi dan hubungan bisnis selanjutnya.

II.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 :

- ✓ *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 ke luar 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.

BAB III - PELUANG DAN STRATEGI

III.1. Peluang

Peluang pemasaran produk HS 1517 asal Indonesia di Kroasia diantaranya dapat dilihat dari kompetitivitas harga dengan produk sejenis dari negara-negara kompetitor. Selain dari Eropa, negara Asia yang mengekspor produk HS 1517 di Kroasia adalah Malaysia.

Tabel 9. Harga impor produk HS 1517 di Kroasia dari Dunia Tahun 2012

NO.	EXPORTERS	TRADE INDICATORS 2012		
		IMPORTED VALUE (THOUSAND EURO)	IMPORTED QUANTITY (TONS)	UNIT VALUE (EURO/KG)
1	Slovenia	2 065.96	1 900	1.09
2	Germany	1 525.56	1 237	1.23
3	Italy	1 521.67	1 423	1.07
4	Bosnia and Herzegovina	1 412.82	1 099	1.29
5	Denmark	649.26	476	1.36
-	-	-	-	-
13	Hungary	66.87	65	1.03
14	France	52.87	19	2.78
15	Netherlands	52.1	41	1.27
16	Spain	24.1	22	1.10
17	Malaysia	13.22	14	0.94
18	Czech Republic	2.33	1	2.33
19	Slovakia	1.56	1	1.56

Sumber : Intracen, diolah

Produk HS 1517 di Kroasia diperdagangkan dengan harga rata-rata sebesar EUR 1,42/Kg. Harga tertinggi terdapat pada produk asal Perancis sebesar EUR 2,78/Kg, dan terendah pada produk asal Malaysia sebesar EUR 0,94 /Kg.

Tabel 10. Harga produk HS 1517 di perdagangan Dunia tahun 2012

NO.	EXPORTERS	TRADE INDICATORS 2012			
		VALUE EXPORTED IN 2012 (EURO THOUSAND)	QUANTITY EXPORTED IN 2012 (TONS)	UNIT VALUE (EURO/KG)	SHARE IN WORLD EXPORTS (%)
1	Indonesia	627,010.00	761,214	0.82	13
2	Belgium	571,271.00	457,891	1.25	11.9
3	Netherlands	524,692.00	384,123	1.37	10.9
4	United States of America	353,843.00	201,942	1.75	7.3
5	Germany	307,703.00	254,870	1.21	6.4
6	Malaysia	240,861.00	244,329	0.99	5
7	Sweden	195,805.00	124,778	1.57	4.1

Sumber : Intracen, diolah

Pada perdagangan dunia, harga produk HS 1517 asal Indonesia dipasarkan dengan harga EUR 0,82/Kg. Harga ini masih lebih rendah dari produk sejenis asal Malaysia, baik di Kroasia maupun di perdagangan dunia. Dengan harga yang sangat bersaing tersebut, tentunya produk Indonesia masih memiliki peluang untuk kembali memasuki pasar Kroasia di tahun-tahun mendatang.

III.2. Strategi

Kroasia merupakan salah satu negara tujuan untuk dapat memasuki pasar Eropa Tengah dan Timur. Sebagai negara Eropa dengan tingkat pendapatan cukup tinggi, penduduk Kroasia cenderung sangat modern dan mengikuti *trend* yang terbaru, terutama dalam hal pemilihan bahan makanan. Pada saat ini, *trend* yang terdapat di negara-negara Eropa Barat telah dengan cepat merambah hingga ke Eropa Tengah dan Timur.

Diantara berbagai *trend* tersebut adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memilih produk yang sehat bagi keluarga. Selain kompetitivitas harga, kepatuhan produsen terhadap regulasi dan standar yang berlaku di negara tujuan ekspor akan sangat membantu untuk bersaing dengan produk sejenis dari negara lain. Sebagai negara anggota Uni Eropa, regulasi dan standar minimal yang berlaku di Kroasia tentunya adalah standar di Uni Eropa.

Berikut adalah beberapa saran dan strategi yang dapat dilakukan oleh produsen asal Indonesia untuk dapat menembus pasar Kroasia :

- Aktif mengikuti berbagai pelatihan baik didalam maupun diluar negeri untuk meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan.
- Menjadi anggota asosiasi produsen pengolahan lemak hewan dan nabati, guna untuk mendapatkan informasi terkini tentang *trend* pasar serta regulasi impor terkini di negara tujuan.

- Aktif berkomunikasi dengan perwakilan RI di luar negeri, khususnya perwakilan Kementerian Perdagangan (ITPC dan Atdag), untuk memperoleh informasi terkini tentang berbagai kegiatan promosi, regulasi, *trend* pasar dan lain-lain.
- Berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi dan pameran produk pangan internasional. Hal ini sangat efektif sebagai sarana promosi dan merupakan kesempatan yang baik untuk dapat bertemu secara langsung dengan para importir luar negeri. Selain dapat mengamati secara langsung produk-produk yang ditawarkan para kompetitor luar negeri, 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 mereka terhadap produk yang ditawarkan.

BAB IV - INFORMASI PENTING

IV.1. TPO dan Kedutaan Republik Kroasia di Indonesia

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Republik Kroasia di Indonesia	Menara Mulia Suite 2801 Jl. Gatot Subroto Kav. 9-11, Jakarta 12930 Phone: (+62) 21 525 7822 Phone : (+62) 21 525 7611 Fax: (+62) 21 520 4073 E-mail: jakarta@mvep.hr Website: www.croatemb.or.id

IV.2. Asosiasi Produk Lemak, Minyak Hewan & Nabati di Kroasia dan Uni Eropa

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
1.	FEDIOL The EU Vegetable Oil and Protein Meal Industry	168, Avenue de Tervuren, 1150 Bruxelles , Belgium Phone: (+32) (0) 2 771 53 30 Fax: (+32) (0)2 771 38 17 E-mail : fediol@fediol.eu Website : www.fediol.be
2.	<i>Croatian Chamber of Economy (Commerce), Agriculture, Food Industry and Forestry Department</i>	Rooseveltovo trg 2, 10000 Zagreb Phone : + 385 1 4826066 Fax: + 385 1 4561545 E-mail: poljoprivreda@hgk.hr Website: www.hgk.hr

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
3.	<i>The Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)</i>	Phone: (+32) 2 231 5019 E-mail : communications.eu@rspo.org Website : www.rspo.org <u>Indonesian branch office :</u> RSPO Indonesia Liaison Office (RILO) Mayapada Tower 9th Floor, Jalan Jendral Sudirman Kav. 28 Jakarta 12920, Indonesia Phone : (+62) 21 5794 0222 Fax : (+62) 21 5794 0223 E-mail: rilo@rspo.org

IV.3. Perwakilan Indonesia di Negara Kroasia

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Republik Inonesia di Kroasia	Ulica Prilaz Đure Deželièa 19, Zagreb 10000, Croatia Phone: +385-1-4578311 Fax: +385-1-4578399 E-mail: kbri@indonesia.com.hr , E-mail: kbri-zagreb@indonesia.com.hr Website: http://www.kemlu.go.id/zagreb
2.	Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Budapest	1051 Budapest, Bajcsy Zsilinzsky út 12, Hungary Phone : (+36-1) 317 6382, Fax: (+36-1) 266 0572 Email: inatrade@itpc-bud.hu Website: www.itpc-bud.hu

IV.4. Pameran dan Kegiatan Promosi Produk HS 1517 di Kroasia

NO.	NAMA KEGIATAN	WAKTU	KETERANGAN
1.	Hotel & Gastroteh 2014	19-22 Februari 2014 (setiap tahun)	<i>International Hotel and Restaurant Equipment and Catering Fair.</i> <u>Penyelenggara :</u> Union of Croatian Innovators Zagrebacki Velesajam Avenija Dubrovnik 15, Zagreb – 10020, Croatia Phone : +385-1-6503111 Fax : +385-1-6520643
2.	Inga 2014	19-22 Februari 2014 (setiap tahun)	<i>International Fair of Food, Drinks and Innovative Gastronomy</i> <u>Penyelenggara :</u> Union of Croatian Innovators Zagrebacki Velesajam Avenija Dubrovnik 15, Zagreb – 10020, Croatia Phone : +385-1-6503111 Fax : +385-1-6520643
3.	Gast Sajam 2014	5-9 March 2014 (setiap tahun)	<i>International Gastronomy Fair</i> <u>Penyelenggara:</u> Sajam Split Zoranićeva 61 / HR – 21210 Solin, Croatia Phone: +385 /0/ 21 435 530 Fax: +385 /0/ 21 435 533 E-mail: info@sajamsplit.hr Website: www.gastfair.com

**IV.5. Daftar Importir, Distributor dan *Wholesaler* Produk HS 1517 di
Negara Kroasia**

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
1.	Konzum	M. Cavic 1a, Zagreb Fax: +385 1 248 2402 E-mail: konzum@konzum.hr website: www.konzum.hr
2.	National retail chain Ltd.	Soblinečka 55, 10360 Sesvete, Croatia Phone: +385 1 400 6323 Fax: + 385 1 6323 401 E-mail: ntl@ntl.com.hr Website: http://www.ntl.com.hr/
3.	Plodine d.d.	Kukuljanovo bb, 51227 Kukuljanovo, Croatia Phone: +385 51/ 352-825 Fax: +385 51/ 374-184 E-mail: plodine@plodine.hr Website: http://www.plodine.hr/
4.	PRO-DG d.o.o.	Poslovnica Zagreb, Prigornica 2, Zagreb 10090 Phone : +385-01/3491 711 Fax : +385-01/3491.595 E-mail: info_zagreb@pro-dg.hr Website: http://www.pro-dg.hr/
5.	Zvijezda d.d.	Marijana Ćavrića 1, 10 000 Zagreb, Croatia Phone: +385 1 2382 666 Fax: +385 1 237 0917 E-mail: info@zvijezda.hr Website: http://www.zvijezda.com/

NO.	LEMBAGA/ INSTITUSI	ALAMAT
6.	Tommy D.o.o	Domovinskog Rata 93, 21000 Split, Croatia Phone: + 385 1 202 600 Fax: +385 1 202 624 Website: http://www.tommy.hr/

REFERENSI

- European Commission, Eurostat
(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>)
- European Commission, Export Helpdesk
(<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>)
- International Trade Center
(<http://www.intracen.org/>)
- CBI
(<http://www.cbi.eu/>)
- USDA
(<http://gain.fas.usda.gov/>)