

INTELIJEN BISNIS PELUANG PASAR PRODUK IKAN DAN MAKANAN LAUT DI INGGRIS RAYA



**ATASE PERDAGANGAN
KEDUTAAN BESAR RI DI LONDON
2020**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
BAB I: PENDAHULUAN.....	3
1.1 Tujuan	3
1.2 Metodologi	4
1.3 Batasan Produk Ikan dan Makanan Laut	4
1.4 Gambaran Umum Negara Inggris Raya	5
BAB II: PELUANG PASAR PRODUK IKAN DAN MAKANAN LAUT	10
2.1 Trend Produk Ikan dan Makanan Laut	10
2.2 Struktur Pasar	11
2.3 Impor Ikan dan Makanan Laut	13
2.4 Persepsi Terhadap Produk Indonesia	17
BAB III: PERSYARATAN PRODUK	18
3.1 Ketentuan Produk	18
3.2 Ketentuan Pemasaran	21
3.3 Metode Transaksi	22
3.4 Informasi Harga	24
3.5 Kompetitor	25
BAB IV: KESIMPULAN	26
LAMPIRAN	27
a. Daftar Importir	27
b. Daftar Pameran	28
c. Sumber Informasi Yang Berguna	29

BAB I PENDAHULUAN

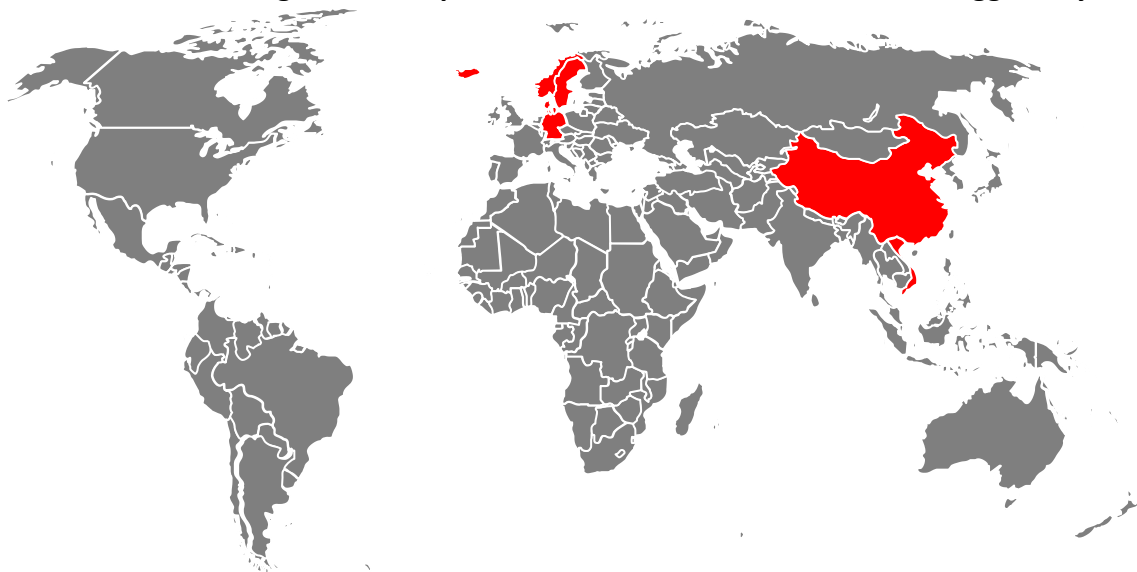
1.1 Tujuan

Selama beberapa tahun terakhir, volume impor ikan dan makanan laut oleh Inggris Raya dari Dunia terus menunjukkan peningkatan, yaitu hingga mencapai USD 4,4 Milyar pada tahun 2019 (*Trademap*). Hal ini menunjukkan besarnya kebutuhan konsumsi masyarakat Inggris Raya terhadap produk ikan dan makanan laut, meskipun terjadi peningkatan seiring dengan permintaan yang meningkat.

Peningkatan permintaan ikan dan makanan laut salah satunya didasari oleh semakin banyaknya konsumen yang mengenal manfaat kesehatan dari mengkonsumsi ikan segar dan makanan laut. Ikan laut terutama ikan berminyak seperti sarden, mackerel dan salmon, mengandung berbagai vitamin dan mineral, serta asam lemak omega-3 yang bermanfaat untuk kesehatan mata, otak dan jantung.

Untuk memanfaatkan peluang pasar ikan dan makanan laut Inggris Raya yang begitu besar, intelijen bisnis ini disusun sebagai informasi bagi pelaku usaha Indonesia baik yang akan memasuki maupun yang akan meningkatkan pangsa pasar di Inggris Raya.

Gambar 1.1. Negara Asal Impor Produk Ikan dan Makanan Laut di Inggris Raya



Sumber: ITC Trademap (diolah)

1.2 Metodologi

Penyusunan intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data dan fakta yang bersumber dari beberapa sumber data dan studi literatur. Studi literatur berasal dari hasil riset pasar beberapa lembaga riset. Sementara itu data sekunder dalam penyusunan market brief ini berasal dari WITS, BPS, ITC Trademap, ONS UK, dan Tradingeconomics.

1.3 Batasan Produk Ikan dan Makanan Laut

Produk yang dianalisis dalam intelejen bisnis ini adalah produk dari pos tarif 0301 hingga 0308, dan produk dari pos tarif 1604 hingga 1605, sebagaimana tertera pada tabel berikut.

Tabel 1.1. Klasifikasi Produk Ikan dan Makanan Laut berdasarkan kode HS

Kode HS	Deskripsi
0301	Live fish
0302	Fish, fresh or chilled (excluding fish fillets and other fish meat of heading 0304)
0303	Frozen fish (excluding fish fillets and other fish meat of heading 0304)
0304	Fish fillets and other fish meat, whether or not minced, fresh, chilled or frozen
0305	Fish, fit for human consumption, dried, salted or in brine; smoked fish, fit for human consumption, whether or not cooked before or during the smoking process; flours, meals and pellets of fish, fit for human consumption
0306	Crustaceans, whether in shell or not, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine, even smoked, incl. crustaceans in shell cooked by steaming or by boiling in water; flours, meals and pellets of crustaceans, fit for human consumption
0307	Molluscs, fit for human consumption, even smoked, whether in shell or not, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine; flours, meals and pellets of molluscs, fit for human consumption
0308	Aquatic invertebrates other than crustaceans and molluscs, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine, even smoked; flours, meals and pellets of aquatic invertebrates other than crustaceans and molluscs, fit for human consumption
1604	Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs

Kode HS	Deskripsi
1605	Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excluding smoked)

Sumber: WITS (2019)

1.4 Gambaran Umum Negara

Gambar 1.2. Peta Inggris Raya



Tabel 1.2. Profil Singkat Inggris Raya (Sumber: The World Factbook)

Name	United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland
Capital	London
Area	243.610 km ² (Land: 241.930 km ² & Water: 1.680 km ²)
Population	66.834.405 (2019)
Currency	Pound sterling
Administrative Divisions	England: 26 two-tier counties, 32 London boroughs and 1 city of London or Greater London, 36 Metropolitan districts, 56 unitary authorities (including 4 single-tier counties) two-tier counties: Buckinghamshire, Cambridgeshire, Cumbria, Derbyshire, Devon, Dorset, East Sussex, Essex, Gloucestershire,

Hampshire, Hertfordshire, Kent, Lancashire, Leicestershire, Lincolnshire, Norfolk, Northamptonshire, North Yorkshire, Nottinghamshire, Oxfordshire, Somerset, Staffordshire, Suffolk, Surrey, Warwickshire, West Sussex, Worcestershire

London boroughs and City of London or Greater London: Barking and Dagenham, Barnet, Bexley, Brent, Bromley, Camden, Croydon, Ealing, Enfield, Greenwich, Hackney, Hammersmith and Fulham, Haringey, Harrow, Havering, Hillingdon, Hounslow, Islington, Kensington and Chelsea, Kingston upon Thames, Lambeth, Lewisham, City of London, Merton, Newham, Redbridge, Richmond upon Thames, Southwark, Sutton, Tower Hamlets, Waltham Forest, Wandsworth, Westminster metropolitan districts: Barnsley, Birmingham, Bolton, Bradford, Bury, Calderdale, Coventry, Doncaster, Dudley, Gateshead, Kirklees, Knowlsey, Leeds, Liverpool, Manchester, Newcastle upon Tyne, North Tyneside, Oldham, Rochdale, Rotherham, Salford, Sandwell, Sefton, Sheffield, Solihull, South Tyneside, St. Helens, Stockport, Sunderland, Tameside, Trafford, Wakefield, Walsall, Wigan, Wirral, Wolverhampton

unitary authorities: Bath and North East Somerset; Bedford; Blackburn with Darwen; Blackpool; Bournemouth, Christchurch and Poole; Bracknell Forest; Brighton and Hove; City of Bristol; Central Bedfordshire; Cheshire East; Cheshire West and Chester; Cornwall; Darlington; Derby; Dorset; Durham County*; East Riding of Yorkshire; Halton; Hartlepool; Herefordshire*; Isle of Wight*; Isles of Scilly; City of Kingston upon Hull; Leicester; Luton; Medway; Middlesbrough; Milton Keynes; North East Lincolnshire; North Lincolnshire; North Somerset; Northumberland*; Nottingham; Peterborough; Plymouth; Portsmouth; Reading; Redcar and Cleveland; Rutland; Shropshire; Slough; South Gloucestershire; Southampton; Southend-on-Sea; Stockton-on-Tees; Stoke-on-Trent; Swindon; Telford and Wrekin; Thurrock; Torbay; Warrington; West Berkshire; Wiltshire; Windsor and Maidenhead; Wokingham; York

Northern Ireland: 5 borough councils, 4 district councils, 2 city councils;

borough councils: Antrim and Newtownabbey; Ards and North Down; Armagh City, Banbridge, and Craigavon; Causeway Coast and Glens; Mid and East Antrim

district councils: Derry City and Strabane; Fermanagh and Omagh; Mid Ulster; Newry, Murne, and Down

city councils: Belfast; Lisburn and Castlereagh

Scotland: 32 council areas;

council areas: Aberdeen City, Aberdeenshire, Angus, Argyll and Bute, Clackmannanshire, Dumfries and Galloway, Dundee City, East

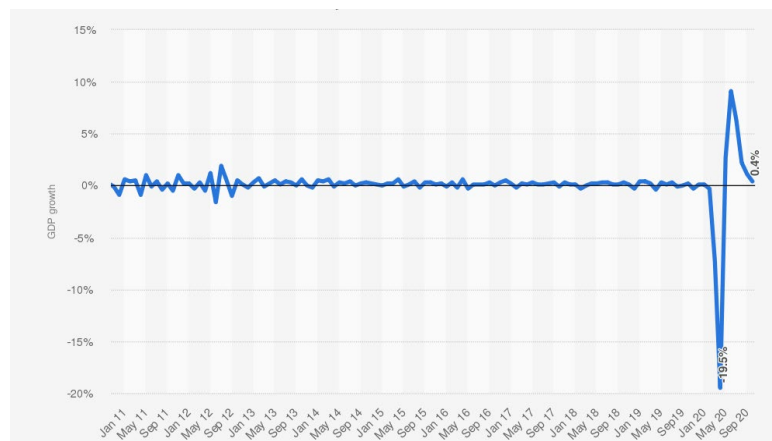
Ayrshire, East Dunbartonshire, East Lothian, East Renfrewshire, City of Edinburgh, Eilean Siar (Western Isles), Falkirk, Fife, Glasgow City, Highland, Inverclyde, Midlothian, Moray, North Ayrshire, North Lanarkshire, Orkney Islands, Perth and Kinross, Renfrewshire, Shetland Islands, South Ayrshire, South Lanarkshire, Stirling, The Scottish Borders, West Dunbartonshire, West Lothian

Wales: 22 unitary authorities;

unitary authorities: Blaenau Gwent, Bridgend, Caerphilly, Cardiff, Carmarthenshire, Ceredigion, Conwy, Denbighshire, Flintshire, Gwynedd, Isle of Anglesey, Merthyr Tydfil, Monmouthshire, Neath Port Talbot, Newport, Pembrokeshire, Powys, Rhondda Cynon Taff, Swansea, The Vale of Glamorgan, Torfaen, Wrexham

Berdasarkan data *Office for National Statistics (ONS) of United Kingdom*, pasca kontraksi pada bulan April 2020 (-19.5%) Produk Domestik Bruto (PDB) di Inggris Raya mengalami peningkatan sebesar 0.4% di bulan Oktober 2020. Penurunan pada bulan April disebabkan oleh perlambatan ekonomi global yang dipicu oleh merebaknya pandemi COVID-19.

Gambar 1.3. Pertumbuhan PDB Bulanan Inggris Raya 2011-2020



Sumber: Statista, 2020

Pada sektor industri konstruksi, meningkat menjadi 41.2 % menjadi GBP 28.813 juta pada kuartal ketiga 2020 dari GBP 20.404 juta pada kuartal kedua 2020, dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada periode yang sama hanya naik 0.25%.

Consumer Price Index (CPI) di Inggris Raya turun menjadi 108.90 poin pada bulan November dari 109.1 poin pada bulan Oktober 2020. Laju inflasi tahunan di Inggris Raya turun menjadi 0.3% pada November 2020 dari 0.7% pada Oktober 2020. Kontribusi penurunan terbesar berasal dari biaya makanan dan minuman non-alkohol (-0.6%) dan pakaian dan alas kaki (-3.6%, penurunan terbesar sejak Januari 2010 akibat peningkatan

diskon Black Friday) dan perumahan dan utilitas (-1.4%). Penurunan tersebut sebagian diimbangi oleh peningkatan kontribusi dari games, mainan dan hobi (5.4%) dan layanan akomodasi (1.1%). Dalam skala bulanan, harga konsumen turun menjadi 0.1%

Tabel 1.3. Indikator Ekonomi Inggris Raya

Indikator Ekonomi	Nilai	Periode
GDP Annual Growth Rate (%)	-9.6	Sep 2020
Inflantion Rate (%)	0.3	Nov 2020
Interest Rate (%)	0.1	Des 2020
Balance of Trade (USD Billion)	-1.7	Oct 2020

Sumber: Tradingeconomics, 2020

IHS Markit Inggris Manufacturing PMI naik menjadi 57.3 pada Desember 2020 dari 55.6 pada November 2020. Poin tersebut menunjukkan ekspansi terkuat pada aktivitas manufaktur sejak November 2017. Pesanan baru meningkat pesat sejak bulan Agustus, didukung oleh peningkatan untuk pembelian menjelang tenggat waktu Brexit. Tingkat pemutusan hubungan kerja yang lebih lambat dan perpanjangan waktu tunggu pemasok yang lebih cepat juga berkontribusi pada kenaikan headline PMI di bulan Desember.

Pada sektor bisnis, pertumbuhan produksi industri masih mengalami kontraksi di bulan Oktober 2020 sebesar -5.5% (yoy). Selain itu, produksi manufaktur di Inggris Raya juga mengalami kontraksi -7.1% (yoy) di bulan yang sama, lebih kecil dari perkiraan pasar yg turun menjadi 8.4%. hal ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan ketidakpastian Brexit yang membatasi produksi. Dibandingkan dengan bulan September 2020, aktivitas manufaktur melonjak hingga 1.7%, merupakan kenaikan tertinggi dalam 3 bulan terakhir yang disebabkan oleh pertumbuhan industri peralatan transportasi.

Dari sisi daya saing, Inggris Raya mencetak 81.20 poin dari 100 pada Global Competitiveness Report 2018 yang diterbitkan oleh World Economic Forum. Selain itu, Inggris Raya berada pada peringkat 9 sebagai negara yang paling kompetitif di dunia dari 140 negara. Sementara itu, Inggris Raya berada di peringkat 8 di antara 190 ekonomi dalam kemudahan melakukan bisnis (Ease of Doing Business), menurut peringkat tahunan Bank Dunia terbaru.

Tabel 1.4. Indikator Bisnis di Pasar Inggris Raya

Indikator Bisnis	Nilai	Periode
Manufacturing PMI (points)	57.3	Dec 2020
Industrial Production (%)	-5.5	Oct 2020
Manufacturing Production (%)	-26	Dec 2020
Competitiveness Index (points)	81.20	Dec 2019
Competitiveness Rank	9	Dec 2019
Ease of Doing Business	8	Dec 2019

Sumber: Tradingeconomics, 2020

Penjualan ritel di Inggris Raya meningkat 2.4% dari tahun sebelumnya pada November 2020, setelah mengalami kontraksi sebesar 1.4% di bulan sebelumnya, dikarenakan banyak toko yang tutup sesuai dengan aturan pemerintah selama pandemi COVID-19.

Pengeluaran konsumen di Inggris Raya meningkat menjadi GBP 314.245 juta pada kuartal ketiga tahun 2020 dari GBP 263.875 juta pada kuartal kedua tahun 2020. Keyakinan konsumen di Inggris Raya meningkat menjadi -26 poin pada Desember 2020 dari -31 poin pada bulan sebelumnya. Peluncuran program vaksin virus COVID-19 di Inggris Raya telah memicu sentiment kenaikan tingkat keyakinan konsumen.

Tabel 1.5. Indikator Konsumsi di Pasar Inggris Raya

Indikator Konsumen	Nilai	Periode
Retail Sales Yoy (%)	2.4	Nov 2020
Consumer Spending (GBP million)	314245	Dec 2020
Consumer Confidence (points)	-26	Dec 2020
Retail Sales Mom (%)	-3.8	Nov 2020

Sumber: Tradingeconomics, 2020

BAB II PELUANG PASAR PRODUK IKAN DAN MAKANAN LAUT DI INGGRIS RAYA

2.1 Trend Produk Ikan dan Makanan Laut

Dalam kurun beberapa tahun terakhir, telah terjadi pergeseran pola makan ke arah makanan yang bebas daging, vegetarian dan veganisme. Pergeseran pola makan tersebut selain dipengaruhi oleh alasan kesehatan, juga didorong oleh permasalahan etika dan kesejahteraan hewan (*animal welfare*). Masyarakat Inggris Raya banyak membeli daging dan ikan, namun total volume penjualan ikan terus mengalami penurunan sejak tahun 2016. Meskipun permintaan global terus meningkat dan semakin banyak konsumen yang mengkonsumsi produk ikan dan makanan laut, stok ikan menurun dengan cepat sehingga memicu kenaikan harga. Oleh sebab itu praktik penangkapan ikan perlu dilakukan secara bertanggung jawab dan didasari oleh kesadaran lingkungan.

Konsumen di Inggris Raya cenderung mengkonsumsi daging karena merupakan bahan makanan yang lebih familiar untuk dimasak. Selain itu, tingkat kesibukan yang tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi kurang tertarik dengan bahan makanan yang membutuhkan waktu lama untuk diolah. Oleh karena itu, penting untuk mempromosikan metode atau memperkenalkan resep memasak ikan yang mudah dan cepat agar produk ikan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Produk ikan dan makanan laut yang paling diminati di Inggris Raya adalah ikan salmon, namun konsumsinya pun juga mengalami penurunan. Disisi lain, volume penjualan udang (*shrimp*) menunjukkan peningkatan. Selain dipandang sebagai alternatif sumber protein yang lebih murah, udang segar semakin banyak dicari karena dipandang lebih sehat. Meskipun terdapat segmen konsumen yang memilih produk organik atau premium, seiring peningkatan harga, semakin banyak konsumen yang mencari alternatif produk ikan dan makanan laut yang lebih murah.

Meskipun dibayangi oleh peningkatan harga, produk ikan dan makanan laut masih diuntungkan oleh meningkatnya permintaan makanan kaya protein. Saat ini semakin banyak konsumen yang familiar dengan manfaat kesehatan dari mengkonsumsi ikan segar dan makanan laut, terutama ikan berminyak seperti sarden, makerel dan salmon. Ikan dan makanan laut mengandung berbagai vitamin dan mineral, serta asam lemak omega-3 yang bermanfaat untuk kesehatan mata, otak dan jantung.

Namun demikian, dampak kenaikan harga, meningkatnya permintaan global terhadap produk ikan dan makanan laut, serta melemahnya nilai tukar Poundsterling karena dampak Brexit, volume penjualan ikan dan makanan diprediksi akan melemah dalam beberapa waktu ke depan.

2.2 Struktur Pasar

Meningkatnya permintaan global terhadap produk ikan dan makanan laut, berdampak pada menurunnya stok ikan sehingga memicu kenaikan harga. Hal ini mempengaruhi penjualan produk ikan dan makanan laut di Inggris Raya, baik secara total maupun dalam penjualan retail.

Tabel 2.1. Volume Penjualan Ikan dan Makanan Laut Berdasarkan Kategori

Category	Volume (kilo tonnes)						14-19 CAGR
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Crustaceans	67.4	68.3	69.9	70.9	71.8	72.6	1.5
Fish	646.3	660.4	657.1	650.3	644.6	639.7	-0.2
Molluscs and Cephalopods	11.2	11	10.9	10.9	10.8	10.7	-0.9
Fish and Seafood	725	739.7	737.9	732	727.2	723	-0.1

Sumber: *Euromonitor International*

Selama periode 2014-2019, total penjualan untuk kategori krustasea (termasuk udang-udangan) menunjukkan tren peningkatan atau CAGR (*compound annual growth rate*) sebesar 1.5%. Sedangkan untuk kategori ikan, moluska, dan makanan laut masing-masing menunjukkan tren menurun -0.2%, -0.9%, dan -0.1%. Pada tahun 2019, volume penjualan makanan laut sebesar 723 kilo ton, diikuti penjualan ikan sebesar 639.7 kilo ton, krustasea 72.6 kilo ton, dan moluska 10.7 ton.

Tabel 2.2. Forecast Volume Penjualan Ikan dan Makanan Laut Berdasarkan Kategori

Category	Volume (kilo tonnes)						19-24 CAGR
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Crustaceans	72.6	73.3	73.8	74.2	74.5	74.6	0.5
Fish	639.7	635.8	632.2	629.1	626.3	624.3	-0.5
Molluscs and Cephalopods	10.7	10.6	10.4	10.2	10	9.8	-1.8
Fish and Seafood	723	719.6	716.4	713.5	710.8	708.8	-0.4

Sumber: *Euromonitor International*

Selama periode 2019-2024, total penjualan untuk kategori ikan, moluska, dan makanan laut diprediksi masih akan menurun masing-masing dengan tren -0.5%, -1.8%, dan -0.4%. Hanya penjualan untuk kategori krustasea, yang diprediksi akan meningkat dengan tren 0.5%. Pada tahun 2024, total volume penjualan untuk kategori makanan laut diproyeksikan sebesar 708.8 kilo ton, diikuti kategori ikan sebesar 624.3 kilo ton, krustasea 74.6 kilo ton, dan moluska 9.8 kilo ton.

Tabel 2.3. Volume Penjualan Retail Produk Ikan dan Makanan Laut Berdasarkan Kategori

Category	Volume (kilo tonnes)						14-19 CAGR
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Crustaceans	41	41.6	42.9	43.8	44.4	44.8	1.8
Fish	387.7	397.3	400.1	402.2	403	403.5	0.8
Molluscs and Cephalopods	6.7	6.6	6.5	6.5	6.4	6.4	-1
Fish and Seafood	435.4	445.5	449.5	452.5	453.8	454.6	0.9

Sumber: *Euromonitor International*

Sedangkan dari sisi retail, volume penjualan untuk kategori krustasea, ikan, dan makanan laut menunjukkan tren peningkatan selama periode 2014-2019, yaitu masing-masing sebesar 1.8%, 0.8%, dan 0.9%. Hanya penjualan untuk kategori moluska yang menunjukkan tren penurunan sebesar -1%. Pada tahun 2019, volume penjualan makanan laut sebesar 454.6 kilo ton, diikuti penjualan ikan 403.5 kilo ton, krustasea sebesar 44.8 kilo ton, dan moluska sebesar 6.4%.

Tabel 2.4. Forecast Volume Penjualan Retail Produk Ikan dan Makanan Laut Berdasarkan Kategori

Category	Volume (kilo tonnes)						19-24 CAGR
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Crustaceans	44.8	45.2	45.5	45.7	45.9	45.9	0.5
Fish	403.5	402.9	401.2	398.7	395.3	391.4	-0.6
Molluscs and Cephalopods	6.4	6.3	6.2	6.1	6	5.9	-1.6
Fish and Seafood	454.6	454.4	452.9	450.5	447.2	443.2	-0.5

Sumber: *Euromonitor International*

Selama periode 2019-2024, penjualan retail untuk kategori ikan, moluska, dan makanan laut diprediksi menurun masing-masing dengan tren -0.6%, -1.6%, dan -0.5%. Hanya penjualan untuk kategori krustasea, yang diprediksi meningkat dengan tren 0.5%. Pada tahun 2024, volume penjualan retail untuk kategori makanan laut diproyeksikan sebesar 443.2 kilo ton, diikuti kategori ikan sebesar 391.4 kilo ton, krustasea 45.9 kilo ton, dan moluska 5.9 kilo ton.

Tabel 2.5. Proyeksi Produk Ikan dan Makanan Laut

Country	Production (kt)		Growth (%)		Imports (kt)		Growth (%)	
	Avg 2016-18	2028	2009-18	2019-28	Avg 2016-18	2028	2009-18	2019-28
United Kingdom	930	963	2.27	0.31	1,271	1,381	-0.39	0.87

Sumber: *OECD-FAO Agricultural Outlook 2019-2028*

Rata-rata volume produksi Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut selama periode 2016-2018 sebesar 930 kilo ton. Pada tahun 2028, volume tersebut diprediksi akan mencapai 963 kilo ton, atau tumbuh dengan tren peningkatan sebesar 0.31% selama periode 2019-2028. Dari sisi impor, selama periode 2016-2018 Inggris Raya rata-rata mengimpor ikan dan makanan laut sebesar 1.271 kilo ton. Volume impor tersebut diprediksi akan meningkat menjadi 1.381 kilo ton pada tahun 2028, atau tumbuh dengan tren peningkatan sebesar 0.87% selama periode 2019-2028.

Tabel 2.6. Penjualan Retail Produk Ikan dan Makanan Laut Dalam Kemasan vs Tanpa Kemasan (Dalam % Volume)

Category	% Retail Volume					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Packaged	67	67.5	68.1	68.4	68.7	69
Unpackaged	33	32.5	31.9	31.6	31.3	31
Total	100	100	100	100	100	100

Sumber: *Euromonitor International* (processed)

Kesegaran produk dan kenyamanan konsumen merupakan faktor penting dalam penjualan produk ikan dan makanan laut. Masih banyak konsumen yang belum memahami tingkat kesegaran produk, sehingga presentase penjualan produk ikan dan makanan laut dalam kemasan lebih diminati konsumen karena dapat disertai dengan *labelling*. Pada tahun 2019, presentase penjualan produk ikan dan makanan laut dalam kemasan sebesar 69%, sedangkan presentase penjualan produk ikan dan makanan laut yang tidak dikemas hanya sebesar 31%.

2.3 Impor Ikan dan Makanan Laut

Impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut menunjukkan tren peningkatan selama beberapa tahun terakhir. Peningkatan impor menunjukkan bahwa permintaan ikan dan makanan laut masih cukup besar meskipun terjadi kenaikan harga. Hal ini juga menunjukkan bahwa Inggris Raya merupakan pasar yang potensial sebagai tujuan ekspor produk ikan dan makanan laut Indonesia.

Tabel 2.7. Impor Inggris Raya untuk Produk Ikan dan Makanan Laut dari Dunia

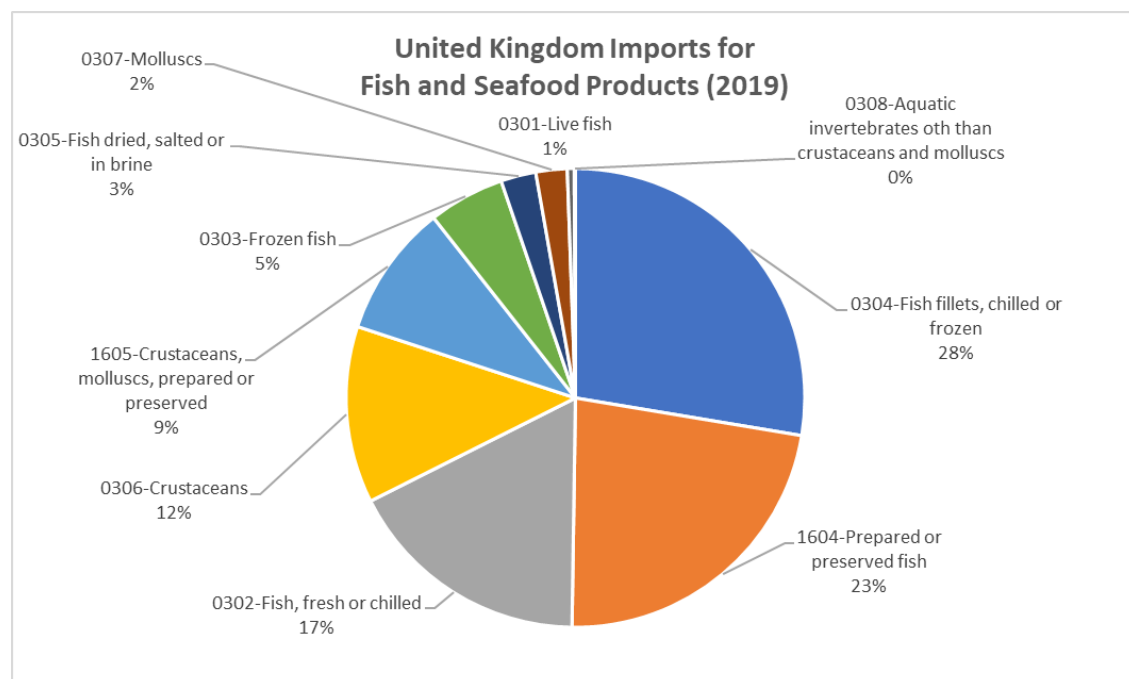
Code	Product label	UK Import (Value: USD Million)					Growth 19/18 (%)	Trend 15-19 (%)
		2015	2016	2017	2018	2019		
	TOTAL	4,084.5	4,147.6	4,120.2	4,264.5	4,417.8	3.60	1.86
0304	Fish fillets, fresh	1,086.6	1,044.2	1,052.5	1,082.3	1,220.3	12.75	2.72
1604	Prepared or preserved fish	977.3	933.1	950.8	1,033.6	999.3	-3.32	1.48

Code	Product label	UK Import (Value: USD Million)					Growth 19/18 (%)	Trend 15-19 (%)
		2015	2016	2017	2018	2019		
0302	Fish, fresh or chilled	558.4	692.5	665.6	726.1	766.2	5.52	7.04
0306	Crustaceans, live, fresh, chilled, frozen	528.9	550.2	556.9	543.3	550.2	1.26	0.67
1605	Crustaceans, molluscs, prepared	538.3	466.8	448.7	462.3	412.9	-10.68	-5.26
0303	Frozen fish	187.1	208.7	195.1	191.3	236.9	23.84	3.93
0305	Fish, dried, salted	83.3	101.0	113.5	99.4	109.4	10.07	5.44
0307	Molluscs, even smoked, live, fresh	93.5	121.6	108.9	99.2	97.6	-1.59	-1.17
0301	Live fish	26.2	24.3	24.0	23.2	21.6	-6.69	-4.25
0308	Aquatic invertebrates	5.0	5.1	4.2	3.8	3.5	-9.42	-9.86

Sumber: ITC Trademap (diolah)

Selama periode 2015-2019, nilai impor Inggris Raya dari Dunia untuk produk ikan dan makanan laut menunjukkan tren peningkatan sebesar 1.86%. Pada tahun 2019, nilai impor mencapai USD 4.42 Milyar dengan beberapa impor utama adalah: *fresh fish fillets* dengan nilai impor sebesar USD 1.22 Milyar, diikuti oleh *prepared of preserved fish* sebesar USD 999 Juta, *fresh or chilled fish* sebesar USD 766 Juta, *live or fresh crustaceans* sebesar USD 550 juta, dan *prepared crustaceans* sebesar USD 413 juta.

Gambar 2.1. Pangsa Impor Inggris Raya untuk Produk Ikan dan Makanan Laut



Sumber: ITC Trademap (diolah)

Impor *fish fillets* memiliki pangsa terbesar, yaitu 28% dari seluruh impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut. Pangsa berikutnya yaitu *prepared or preserved fish* sebesar 23%, diikuti oleh *fresh or chilled fish* sebesar 17%, *live or fresh crustaceans* sebesar 12%, dan *prepared crustaceans* sebesar 9%.

Tabel 2.8. Negara Asal Impor Produk Ikan dan Makanan Laut Inggris Raya

No	Exporters	UK Imports (Value USD Million)					Growth 19/18 (%)	Trend 15-19 (%)	Share 2019 (%)
		2015	2016	2017	2018	2019			
	World	4,084.5	4,147.6	4,120.2	4,264.5	4,417.8	3.60	1.86	
1	Iceland	406.5	402.6	335.4	389.8	383.4	-1.66	-1.48	8.68
2	China	276.5	260.3	274.9	275.7	365.0	32.40	6.31	8.26
3	Germany	268.6	288.1	253.2	249.6	311.3	24.70	1.53	7.05
4	Faroe Islands	226.3	301.2	260.0	263.6	305.9	16.07	4.81	6.92
5	Viet Nam	187.0	200.9	252.8	298.1	298.2	0.02	14.21	6.75
6	Sweden	161.4	218.1	228.2	268.5	297.6	10.84	15.40	6.74
7	Denmark	228.0	228.4	257.5	278.1	243.0	-12.59	3.30	5.50
8	Norway	120.8	134.9	129.8	151.8	194.2	27.91	11.26	4.40
9	Netherlands	158.2	163.7	153.8	169.0	152.3	-9.89	-0.43	3.45
10	India	130.7	150.9	174.5	142.3	133.5	-6.17	-0.15	3.02
26	Indonesia	97.9	89.9	70.1	63.5	54.2	-14.60	-14.20	1.23

Sumber: ITC Trademap (diolah)

Impor ikan dan makanan laut Inggris Raya terutama berasal dari Islandia dengan pangsa impor sebesar 8.68%, diikuti oleh Tiongkok dengan pangsa impor 8.26%, Jerman dengan pangsa impor 7.05%, Kepulauan Faroe dengan pangsa impor 6.92%, dan Vietnam dengan pangsa impor sebesar 6.75%. Indonesia menduduki peringkat ke-26 sebagai negara asal impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut, dengan pangsa pasar hanya sebesar 1.23%.

Tabel 2.9. Tarif Bea Masuk Inggris Raya untuk Produk Ikan dan Makanan Laut

Code	Product label	Average Tariff (%)
0301	Live fish	10.75
0302	Fish, fresh or chilled	12.2
0303	Frozen fish	11.95
0304	Fish fillets and other fish meat, fresh, chilled or frozen	11.58
0305	Fish, dried, salted or in brine	13.02
0306	Crustaceans, live, fresh, chilled, frozen	10.65
0307	Molluscs, even smoked, live, fresh, chilled	8.67

Code	Product label	Average Tariff (%)
0308	Aquatic invertebrates other than crustaceans and molluscs	11
1604	Prepared or preserved fish	18.86
1605	Crustaceans, molluscs and aquatic invertebrates, prepared or preserved	19.13

Sumber: www.gov.uk Trade Tariff (diolah)

Tarif impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut masih cukup tinggi. Tarif yang masih tinggi terutama produk makanan yang sudah diolah, yaitu *prepared or preserved crustaceans* (HS 1605) dengan rata-rata tarif sebesar 19.13%, dan *prepared of preserved fish* (HS 1604) dengan rata-rata tarif 18.86%. Beberapa produk lainnya yang masih dikenakan tarif tinggi adalah *dried or salted fish* (HS 0305) dengan rata-rata tarif 13.02%, *frozen fish* (HS 0303) dengan rata-rata tarif 11.95%, dan *fish fillets* (HS 0304) dengan rata-rata tarif 11.58%.

Tabel 2.10. Tujuan Ekspor Indonesia untuk Produk Ikan dan Makanan Laut

No	Importers	Indonesia's Exports (Value USD Million)					Trend (%)	Share (%)
		2015	2016	2017	2018	2019		
	World	3,601.7	3,862.3	4,202.3	4,469.5	4,492.7	6.06	
1	USA	1,452.5	1,615.4	1,815.3	1,881.4	1,826.5	6.30	40.65
2	Japan	599.3	595.2	652.7	652.1	633.2	2.04	14.10
3	China	228.3	280.8	299.3	473.9	591.8	27.48	13.17
4	Viet Nam	141.2	204.7	180.1	139.2	145.8	-3.17	3.24
5	Malaysia	137.9	113.4	100.1	110.8	133.2	-0.91	2.97
6	Thailand	101.0	120.4	161.1	145.4	131.8	7.48	2.93
7	Taipei, Chinese	77.9	90.5	106.5	117.3	131.3	13.93	2.92
8	Italy	85.1	78.5	100.1	120.9	101.7	8.18	2.26
9	Hong Kong, China	67.3	76.5	89.8	94.9	88.5	7.93	1.97
10	Singapore	104.5	84.7	80.3	87.4	87.9	-3.10	1.96
14	United Kingdom	90.5	81.4	63.3	57.1	51.2	-13.87	1.14

Sumber: ITC Trademap (diolah)

Sementara itu, ekspor Indonesia ke Dunia untuk produk ikan dan makanan laut pada tahun 2019 sebesar USD 4.49 Milyar. Ekspor Indonesia selama periode 2015-2019 menunjukkan peningkatan dengan tren sebesar 6.06%. Sedangkan tujuan utama ekspor Indonesia adalah USA dengan nilai ekspor USD 1.8 Milyar dan pangsa ekspor 40.65% terhadap seluruh ekspor, diikuti oleh Jepang dengan nilai ekspor USD 633 Juta dan pangsa ekspor 14.10%, Tiongkok dengan nilai ekspor USD 592 Juta dan pangsa 13.17%, Vietnam dengan nilai ekspor USD 146 Juta dan pangsa 3.24%, dan Malaysia dengan nilai ekspor

USD 133.2 Juta dan pangsa 2.97%. Inggris Raya menempati peringkat ke-14 sebagai tujuan ekspor Indonesia untuk produk ikan dan makanan laut, yaitu dengan nilai ekspor sebesar USD 51.2 Juta dan pangsa ekspor 1.14%.

2.4 Persepsi terhadap Produk Indonesia

Indonesia dikenal sebagai salah satu eksportir ikan terbesar dunia. Indonesia memiliki keunggulan komparatif dibandingkan beberapa negara tetangga di ASEAN, seperti Vietnam dan Malaysia. Terdapat beberapa faktor yang mendukung keunggulan komparatif Indonesia dalam perdagangan internasional. Indonesia memiliki wilayah laut yang lebih luas dibandingkan dengan negara pesaing serta tenaga kerja dalam jumlah banyak, selain itu Indonesia juga memiliki industri sarana dan prasarana produksi terkait. Namun demikian, Indonesia masih kalah dari Vietnam sebagai negara asal impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut. Oleh karena itu, Indonesia perlu meningkatkan promosi dalam rangka pengenalan produk dan memanfaatkan keunggulan komparatif yang dimiliki dalam rangka meningkatkan daya saing.

BAB III PERSYARATAN PRODUK

3.1 Ketentuan Produk

Regulasi Mengenai Pembekuan Produk Ikan

Parasit ikan seperti Anikasis larvae (cacing parasit) dapat ditemui pada beberapa spesies tertentu, seperti salmon, herring, cod, dan spesies ikan lainnya termasuk monkfish. Semua ikan dan produk perikanan harus diperiksa terlebih dahulu agar bebas dari parasit. Apabila parasit Anikasis larvae terkonsumsi, dapat mengakibatkan sakit dan reaksi alergi termasuk gejala sakit perut dan mual.

Proses memasak akan mematikan virus dalam produk ikan, namun proses pembekuan juga menjadi alternatif dalam mematikan parasit yang tidak terdeteksi, khususnya parasit pada ikan yang akan dikonsumsi mentah atau tanpa melalui proses pengolahan.

Penelitian menunjukkan bahwa salmon hasil budidaya mempunyai resiko rendah terkena parasit. *European Food Safety Authority* (EFSA) telah melakukan *review* tentang keberadaan parasit dalam ikan hasil budidaya dan ikan tangkap. Hasil *review* tersebut menunjukkan waktu dan suhu spesifik yang diperlukan untuk mematikan parasit.

Syarat untuk membekukan makanan berlaku bagi seluruh usaha makanan yang menggunakan ikan dan produk ikan, seperti restoran, pemasok dan pembeli ikan. Hal ini diperlukan untuk melindungi konsumen dari parasit yang mungkin terkandung dalam ikan.

Menurut Undang-Undang kebersihan makanan, beberapa produk ikan tertentu yang akan dikonsumsi mentah wajib dibekukan terlebih dahulu, seperti sushi, sashimi, dan ikan diasap dingin yang proses pengasapan minimal satu menit dalam suhu tidak melebihi 60°C.

Produk ikan lainnya yang telah melalui proses pengolahan namun tidak mematikan parasit juga wajib dibekukan, seperti gravlax, carpaccio, ikan herring yang diasamkan, dan beberapa produk ikan yang diacar atau diasinkan.

Untuk mematikan parasit selain trematoda, pembekuan harus dilakukan dalam suhu paling tinggi -20°C selama minimal 24 jam, atau suhu paling tinggi -35°C selama minimal 15 jam.

Pengecualian dari syarat pembekuan dapat diberikan bagi produk yang berasal dari ikan budidaya dalam kondisi tertentu sehingga meminimalisir infeksi parasit. Pengecualian juga diberikan untuk produk perikanan yang dipanaskan terlebih dahulu dengan suhu 60°C minimal satu menit, meskipun untuk mematikan parasit trematoda diperlukan prosedur yang lebih ketat.

Ikan tangkap dapat dikecualikan dari syarat pembekuan apabila disertai bukti data epidemiologi yang menunjukkan bahwa perairan tempat penangkapan ikan bebas dari bahaya kesehatan yang diakibatkan oleh parasit. Untuk ikan budidaya, pengecualian juga dapat diberikan apabila embrio ikan dibesarkan dalam lingkungan yang bebas parasit, atau menyertakan bukti bahwa produk perikanan bebas dari parasit yang membahayakan kesehatan.

Regulasi Mengenai Kemasan dan Pemberian Label

Dalam melakukan penjualan produk makanan dan minuman, pemberian label harus jelas dan mudah dibaca, permanen, mudah dimengerti, mudah dilihat, dan memberikan informasi yang benar. Informasi yang harus dicantumkan yaitu:

- **Nama makanan**

Nama makanan harus dicantumkan dengan jelas dan memberikan informasi yang benar. Jika produk makanan tersebut merupakan produk olahan, maka proses tersebut juga menjadi bagian dari nama makanan, misalnya “*smoked beef*”, “*salted peanuts*”, “*dried fruits*”.

- **Daftar bahan yang digunakan**

Apabila produk makanan dan minuman mengandung dua bahan atau lebih (termasuk air dan bahan aditif), maka bahan tersebut harus dicantumkan seluruhnya. Daftar bahan dicantumkan secara urut dimulai dari bahan dengan berat paling besar atau bahan utama.

- **Informasi alergen**

Produk makanan yang mengandung 14 alergen harus dicantumkan dalam label, yaitu: seledri, sereal mengandung gluten, krustasea, telur, ikan, lupin, susu, moluska (seperti kerang dan tiram), mustard, kacang tanah, wijen, kedelai, belerang dioksida dan sulfit, dan kacang pohon (seperti almond, hazelnut dan kacang mete). Bahan-bahan tersebut harus dicantumkan dengan jenis huruf atau warna yang berbeda.

- ***Quantitative declaration of ingredients (QUID)* atau keterangan jumlah bahan**

QUID menunjukkan jumlah suatu bahan tertentu yang dikandung dalam suatu produk makanan. Tanda atau petunjuk tersebut dapat dicantumkan baik dalam daftar bahan atau dicantumkan bersama dengan nama produk.

- **Jumlah bersih**

Semua produk makanan dalam kemasan yang lebih dari 5 gram atau 5 ml (kecuali rempah-rempah) harus mencantumkan jumlah bersih (*net quantity*) pada labelnya. Produk makanan kemasan dibawah 5 gram atau 5 ml dikecualikan dari ketentuan ini.

- **Pemberian tanggal dan cara penyimpanan**

Label produk harus ditandai dengan tanggal “*best before*” atau “*use by*” yang memberikan informasi jangka waktu penyimpanan produk makanan serta cara penyimpanan.

- **Nama dan alamat pabrik produksi**

Label wajib mencantumkan nama dan alamat pabrik serta pihak penjual. Alamat yang dicantumkan merupakan alamat fisik dan dapat dihubungi melalui email, agar dapat dihubungi oleh konsumen yang ingin menyampaikan keluhan atau mendapatkan informasi lebih lanjut.

- **Negara asal produk**

Negara asal produk wajib dicantumkan untuk produk daging (sapi, domba, kambing, babi dan unggas), ikan dan kerang, madu, minyak zaitun, anggur, buah dan sayuran.

Sedangkan untuk produk ikan dan makanan laut, ketentuan pemberian label (khususnya produk ikan hidup, segar atau beku) adalah sebagai berikut:

- a. Nama komersil dan saintifik spesies
- b. Metode produksi (dapat menggunakan “*caught in*”, “*caught in freshwater*”, atau “*farmed*”)
- c. Tanggal konsumsi atau “*best before*”
- d. Jenis alat tangkap yang digunakan

Apabila produk ikan telah mengalami proses pembekuan atau defrost, hal ini juga perlu dicantumkan dalam label.

Untuk ikan yang ditangkap dari laut, label produk harus mencantumkan area penangkapan sesuai *Food and Organization of the United Nations* (FAO). Untuk produk ikan air tawar, pemberian label mencakup negara asal tempat penangkapan dan jenis perairan tempat penangkapan ikan (misal: sungai atau danau).

Semua produk ikan budidaya, kecuali kerang, label produk wajib mencantumkan informasi negara asal tempat ikan dipanen. Untuk kerang budidaya, label produk wajib mencantumkan negara asal kerang tersebut dibesarkan minimal 6 bulan, sebelum kerang dipanen.

- **Petunjuk pengolahan**

Petunjuk pengolahan dan memasak produk makanan perlu dicantumkan dalam label. Apabila produk makanan harus dipanaskan, maka perlu dicantumkan suhu dan waktu yang diperlukan.

- **Keterangan nutrisi**

Keterangan nutrisi wajib dicantumkan dalam label menggunakan format tertentu dan menunjukkan nilai energi serta enam zat gizi (karbohidrat, lemak, protein, vitamin, mineral dan air). Nilainya wajib dicantumkan dalam unit (untuk energi dalam satuan kJ dan kcal) per 100 gr/ml, dan keterangan tersebut juga harus memenuhi persyaratan ukuran font minimal.

- **Persyaratan tambahan**

Terdapat persyaratan tambahan dalam pemberian label untuk produk pemanis atau gula, aspartame dan zat pewarna, akar manis, kafein dan poliol.

3.2 Ketentuan Pemasaran

Regulasi dan Lembaga Pengatur Hubungan Pemasok dengan Distributor

Tidak ada regulasi di Inggris Raya yang khusus berkaitan dengan distribusi yang mengatur hubungan antara pemasok dan distributornya. Prinsip-prinsip hukum umum terkait kontrak akan berlaku untuk setiap perjanjian antara para Pihak.

Ada aturan yang mengatur hubungan keagenan di mana agen adalah 'agen komersial' sebagaimana didefinisikan dalam Ketentuan Agen Komersial tahun 1993. Ketentuan tersebut didasarkan pada hukum Uni Eropa tetapi diharapkan tetap berlaku setelah Brexit. Peraturan berlaku jika agen adalah perantara wiraswasta yang memiliki kewenangan untuk menegosiasikan penjualan atau pembelian barang atas nama atau atas nama Principal, terlepas dari apakah agen dan pemasok memiliki perjanjian tertulis.

Tidak ada lembaga pemerintah Inggris Raya yang secara khusus mengatur hubungan antara distributor atau agen dan pemasok. Dalam praktiknya, dalam memasarkan produknya pemasok atau distributor bisa berurusan dengan lembaga seperti Competition and Markets Authority (CMA), Trading Standards, Advertising Standards Authority, Food Standards Agency and HM Revenue and Customs.

Struktur Distribusi

Sejumlah struktur dapat dipilih tergantung pada pertimbangan komersial, pasar dan pajak. Biasanya, beberapa bentuk market representative, baik dipekerjakan atau dikontrak. Agen dengan berbagai tingkat otoritas atau memang distributor pemegang saham dengan tugas untuk memperluas penjualan mungkin menjadi pilihan. Kemudian, waralaba bisa menjadi pilihan yang menarik untuk berkembang. Efisiensi rantai pasokan dan hubungan di sepanjang rantai tata niaga akan menentukan model apa yang paling tepat untuk dipakai. Biasanya, dari perspektif hukum dan komersial, berikut ini adalah karakteristik model yang lazim:

- a. *Exclusive*: penunjukan satu distributor untuk wilayah atau kelompok pelanggan tertentu dan pemasok dilarang menunjuk distributor lain atau menjual langsung ke wilayah atau kelompok pelanggan;
- b. *Sole*: penunjukan satu distributor untuk wilayah atau kelompok pelanggan dan pemasok dilarang menunjuk distributor lain untuk wilayah atau kelompok pelanggan tetapi pemasok tetap memiliki hak untuk menjual ke wilayah tersebut;
- c. *Non-exclusive*: tidak ada batasan pada pemasok yang mengalokasikan hak distribusi ke lebih dari satu pihak untuk wilayah tertentu atau kelompok pelanggan atau memasok secara langsung; dan
- d. *Selective*: hanya pedagang resmi yang berhak dan menjual kembali barang, dan menjaga, dalam keadaan tertentu, dapat diberlakukan pada pengecer lain. Setiap distributor yang memenuhi kriteria, transparan dan non-diskriminatif, biasanya

berdasarkan kualitas, diizinkan masuk ke jaringan distribusi. Distribusi selektif biasanya digunakan untuk barang-barang berkelas atas atau prestise.

Struktur Kepemilikan

Perusahaan asing dapat mengimpor dan mendistribusikan barang tanpa mendirikan badan hukum, sehingga menghindari sebagian besar persyaratan hukum perusahaan Inggris Raya. Jika mendirikan tempat usaha permanen di Inggris Raya untuk menjalankan bisnis secara langsung, ia harus mendaftarkan sebagai kantor cabang dari perusahaan di luar negeri.

Pilihan lainnya adalah bergabung dengan perusahaan di Inggris Raya. Keuntungan utama dari kantor cabang adalah, karena pengadilan Inggris Raya menegakkan doktrin corporate personality, sehingga bisnis utama di negara asal, dalam banyak kasus, dapat terlindungi dari risiko yang ditimbulkan oleh bisnis di Inggris Raya.

Pemasok asing secara parsial dapat menjadi pemilik perusahaan lokal importir. Selain itu, pemasok asing dapat memiliki kepemilikan equitas atas perusahaan lokal yang mendistribusikan produknya. (Lexology, Law Business Research, 2019).

3.3 Metode Transaksi

Ada 4 (empat) metode utama untuk membayar pemasok dari luar negeri untuk barang impor, yaitu: pembayaran tunai (*cash-in-advance*), surat kredit (*letter of credit*), penagihan dokumen (*documentary collection*), dan perdagangan akun terbuka (*open account trading*). Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

a. Advance payment

Dengan pembayaran di muka, pemasok hanya mengirimkan barang setelah mereka menerima pembayaran dari importir. Transfer kawat mungkin merupakan cara termudah untuk mentransfer dana terlebih dahulu ke rekening pemasok Anda. Pembayaran tunai di muka memiliki tingkat keterlacakan yang tinggi, tetapi setelah dikeluarkan, tidak mungkin untuk menghentikan dan sulit untuk memulihkan jika terjadi kesalahan atau tidak sesuai yang diharapkan.

b. Letters of credit

Dengan surat kredit, bank akan menjamin untuk membayar pemasok ketika telah menunjukkan dokumentasi ekspor yang relevan. Ini bisa dibilang salah satu cara paling aman untuk melakukan pembayaran di luar negeri, karena nota kredit menyeimbangkan risiko pembeli dan pemasok. Namun, perlu waktu ekstra untuk mengurus administrasi dan garansi dari bank dapat meningkatkan biaya transaksi, karena bunga dan biaya lainnya.

c. *Documentary collection*

Dengan penagihan dokumen, pemasok mengirimkan barang kemudian mengirimkan dokumen ekspor melalui bank mereka ke bank importir, bersama dengan instruksi pembayaran. Bank membuat bill of exchange dan menyalurkan semua dana dan dokumen dalam transaksi. Metode ini lebih murah daripada letter of credit, tetapi menghadirkan lebih banyak risiko bagi pemasok. Metode ini tidak memiliki proses verifikasi dan beresiko jika importir tidak membayar.

d. *Open account trading*

Dengan metode pembayaran ini, pemasok mengirimkan barang kepada importir secara langsung, dan meminta pembayaran dalam jangka waktu yang disepakati. Untuk pemasok, opsi ini memiliki risiko tidak terbayar tertinggi karena mereka menanggung biaya produksi dan pengiriman sampai importir membayarnya.

Minimalkan risiko yang terkait dengan pembayaran pemasok luar negeri

Untuk importir, pembayaran di muka adalah yang paling berisiko, ada kemungkinan importir membayar tetapi tidak pernah menerima barang. Perdagangan akun terbuka adalah yang paling tidak berisiko, karena importer hanya membayar setelah menerima barang. Namun, bagi eksportir mungkin lebih suka perdagangan akun terbuka, pemasok dari luar negeri mungkin menginginkan pembayaran di muka. Letter of credit dan documentary collection menawarkan perlindungan bagi kedua belah pihak dengan melibatkan bank sebagai perantara dalam prosesnya.

Isu-isu arus kas luar negeri

Metode pembayaran dapat berdampak besar pada posisi arus kas. Sebagian besar bank menawarkan paket pembiayaan impor untuk menjembatani periode antara membayar impor dan menerima pembayaran saat menjual kepada konsumen. Untuk mengurangi masalah arus kas, importir sering kali dapat menegosiasikan metode dan persyaratan pembayaran. Misalnya, importir dapat menawarkan surat kredit kepada pemasok, namun meminta periode pembayaran diperpanjang agar sesuai dengan persyaratan arus kas importir.

Membayar faktur dalam mata uang asing

Faktur internasional dapat menimbulkan biaya tambahan untuk bisnis, karena biaya konversi mata uang, margin nilai tukar, dan biaya transfer. Eksportir dan importir perlu mempertimbangkan bagaimana cara mengidentifikasi risiko nilai tukar mata uang asing. Bahkan variasi kecil dalam nilai tukar dapat merugikan bisnis.

3.4 Informasi Harga

Menurut survey yang telah dilakukan oleh *Seafish State of the Nation Research* tahun 2018, faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen di Inggris Raya dalam membeli produk ikan dan makanan laut adalah: tingkat kesegaran dan harga (*value for money*). Ikan beku dipandang sebagai produk ikan dengan *value for money* terbaik, lalu diikuti oleh ikan kaleng (*canned fish*), dan ikan segar (*chilled fish*).

Tabel dibawah ini menunjukkan volume penjualan makanan laut pada tahun 2020 (sampai dengan 52 minggu atau bulan Juni 2020) beserta harga rata-rata produk per kg:

Tabel 3.1. Penjualan dan Harga Seafood Tahun 2020

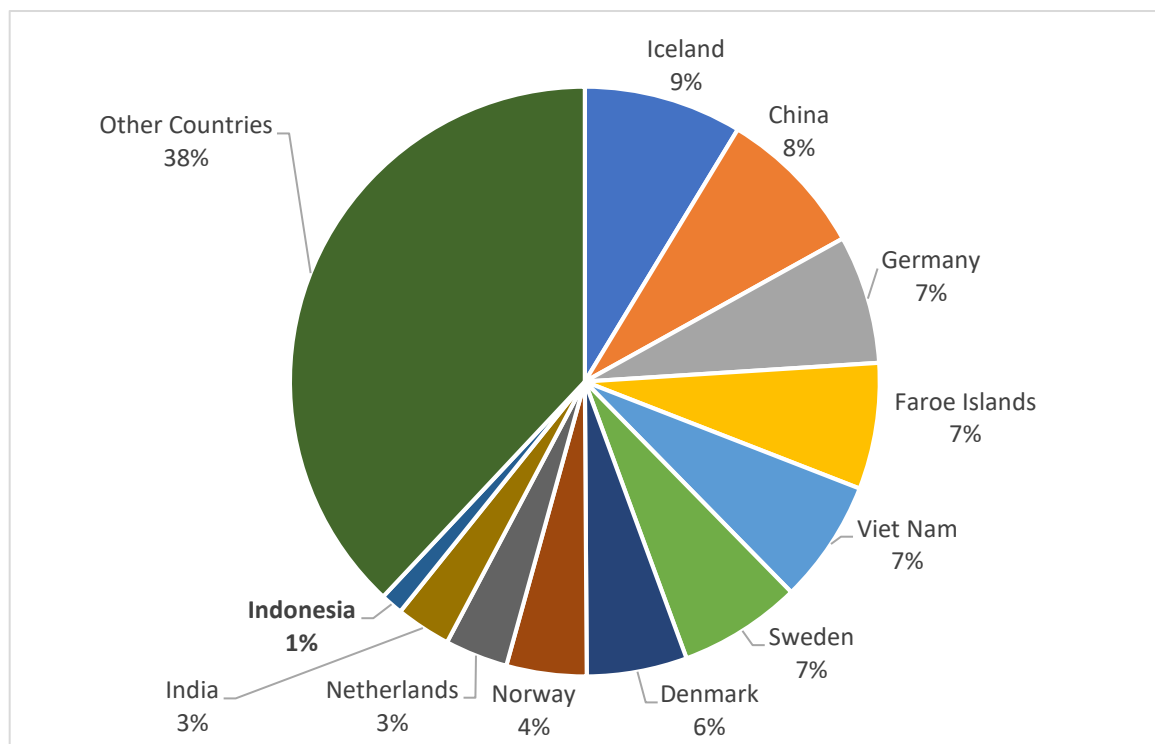
Seafood Species	Volume Sales (tonnes)					Price per Kg		
	2018 52wks to 13.6.18	2019 52wks to 13.6.19	2020 52wks to 13.6.20	% Chg '19 vs '20	% Chg 2010 vs 2020 (10YA)*	Avg Price 2020	% Chg '19 vs '20	% Chg 2010 vs 2020 (10YA)*
FISH	395,573	392,615	412,267	5	-17.1	£9.71	-0.4	41.5
TOTAL SALMON	61,135	62,890	66,062	5	0.8	£16.85	-1.2	42.8
COD	62,756	60,324	61,119	1.3	8.4	£8.29	2.6	19.5
TUNA	62,590	60,699	67,888	11.8	-36.3	£6.60	-2.2	57.8
WARM WATER PRAWNS	22,448	23,747	24,649	3.8	23.7	£14.06	0.1	21.2
HADDOCK	27,228	24,850	26,687	7.4	-25.1	£9.48	-1.9	19.4
MIXED SEAFOOD	19,274	20,111	19,206	-4.5	513.4	£9.35	0.9	18.3
COLD WATER PRAWNS	15,285	14,616	13,955	-4.5	-56.1	£12.86	3.6	65.6
POLLOCK	28,799	31,377	33,780	7.7	55.1	£5.08	7.6	10.8
MACKEREL	17,833	17,629	18,059	2.4	-20.4	£7.64	2.5	37.8
OTHER	15,909	15,564	17,018	9.3	-83	£5.00	-1.9	23
SEA BASS	4,141	4,231	4,720	11.6	156.9	£16.23	1.9	7.9
BASA	8,109	7,360	9,042	22.9	337.8	£7.71	-3.2	7.2
SCAMPI	5,431	5,279	5,899	11.7	-29.6	£11.05	1.1	30.3
SARDINES	8,351	8,458	9,229	9.1	-25.4	£4.78	0	33.2
CRABSTICK	8,401	9,788	10,139	3.6	52.6	£3.93	-0.3	4.6
TROUT	2,956	2,445	2,196	-10.2	-48.8	£15.06	4	65.9
SOLE	2,462	2,350	2,566	9.2	-15.8	£11.96	-4.3	-1.6
MUSSELS	4,723	4,237	4,236	0	-29.6	£5.75	1.1	18.7
CRAB	1,447	1,403	1,003	-28.5	-14	£22.94	19.2	70.1
PLAICE	2,702	1,824	1,563	-14.3	-46.8	£11.70	7.9	17.4
SCALLOPS	780	737	713	-3.2	-24.8	£24.11	1.3	36.3
SQUID (CALAMARI)	1,141	1,386	1,354	-2.3	68.2	£11.19	3	22.6

Sumber: *Seafish – Seafood in multiple retail 2020 by Richard Watson*

3.5 Kompetitor

Inggris Raya mengimpor produk ikan dan makanan laut utamanya dari negara-negara Eropa seperti Islandia, Jerman, Kep. Faroe, Swedia, Denmark, Norwegia dan Belanda. Selain itu impor juga berasal dari beberapa negara di kawasan Asia seperti Vietnam dan India.

Gambar 3.1. Share Impor Produk Ikan dan Makanan Laut Inggris Raya dari Dunia Tahun 2019 (%)



Sumber: Trademap (diolah)

Pangsa ekspor Indonesia untuk produk ikan dan makanan laut di pasar Inggris Raya hanya sebesar 1%, masih kalah bersaing dengan pangsa ekspor negara-negara eksportir dari Kawasan Asia, khususnya Vietnam (7%) dan India (3%).

BAB IV KESIMPULAN

Impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut menunjukkan tren peningkatan selama beberapa tahun terakhir. Selama periode 2015-2019, nilai impor Inggris Raya dari Dunia untuk produk ikan dan makanan laut menunjukkan tren peningkatan sebesar 1.86% dan pada tahun 2019 impor tersebut mencapai USD 4.42 Milyar. Selain itu, menurut proyeksi FAO, Volume impor tersebut diprediksi akan meningkat menjadi 1.381 kilo ton pada tahun 2028, atau tumbuh dengan tren peningkatan sebesar 0.87% selama periode 2019-2028. Hal ini menunjukkan bahwa Inggris Raya memiliki pasar yang cukup potensial untuk ekspor produk ikan dan makanan laut.

Meskipun demikian, produk Indonesia akan bersaing dengan produk ikan dan makanan laut yang diimpor oleh Inggris Raya dari negara-negara tetangga, seperti Islandia, Jerman, Kepulauan Faroe, Swedia, Denmark dan Norwegia. Selain itu produk Indonesia juga akan bersaing dengan Vietnam yang menempati peringkat ke-5 sebagai negara asal impor Inggris Raya untuk produk ikan dan makanan laut, dengan pangsa 6.75% dan nilai impor sebesar USD 298 juta. Disisi lain, Indonesia hanya menempati urutan ke-26 sebagai negara asal impor dengan pangsa 1.23% dan nilai impor sebesar USD 54.2 juta.

LAMPIRAN

A. Daftar Importir & Distributor

NO	NAME	ADDRESS
1.	AAYAN ENTERPRISE UK LTD	Alamat: Apartment 1, 330 Katherine Road, London, Greater London E7 8PG Telepon: +44 7428 999667, 02037206657 Email: info@aayan.uk Website: www.aayan.uk
2.	JAY BRAND PVT. LTD	Alamat: Unit 9, Axiom Business Park, 41 Balcombe Road, Horley, Surrey RH6 7HF Telepon: 01293 8222 44 Fax: 01293 8222 70 Email: sales@jaybrand.co.uk Website: www.jaybrand.co.uk
3.	KOREA FOODS COMPANY LIMITED	Alamat: Unit 5, Wyvern Estate, Beverley Way, New Malden, Surrey KT3 4PH Telepon: 020 8949 2238 Email: online@koreafoods.co.uk Website: www.koreafoods.co.uk
4.	GLOBUSS LTD	Alamat: 14 Eastville Gardens, Manchester, Greater Manchester M19 1QZ Telepon: +44 161 971 7371 Fax: - Email: sales@globuss.co.uk Website: www.globuss.co.uk
5.	AIR FRESH LTD	Alamat: Unit 7, Chancel Industrial, Darlington Street, Wednesbury, West Midlands WS10 7SS Telepon: +44-1215686050 Fax: - Email: - Website: -
6.	NSF FOODS LTD	Alamat: Deansgate 62-70, Tettenhall Road, Wolverhampton, West Midlands WV1 4TH Telepon: +441902925330 Fax: - Email: - Website: www.nsffoods.com
7.	M & S FOODS EUROPE LIMITED	Alamat: 278A, Abbeydale Road, Wembley, Greater London HA0 1TW Telepon: 0208 991 1745, 077 6767 5555 Fax: - Email: sales@mandsfoods.uk Website: www.mandsfoods.uk
8.	MAS BAZAR LTD	Alamat: Unit 1, 75 River Road, Barking, Greater London IG11 0DR

NO	NAME	ADDRESS
		Telepon: +44 20 7790 9561 Fax: - Email: - Website: -
9.	SURIYA FOOD LIMITED	Alamat: 75 Farm Avenue, Wembley, Greater London HA0 4UY Telepon: 01255 553652 Fax: - Email: sales@suryafoods.com Website: www.suryafoodsonline.com , www.ftgplc.com
10.	UNIBOND SEAFOOD INTERNATIONAL LIMITED	Alamat: 14 Moorcroft, Harlington Road, Uxbridge, Greater London UB8 3HD Telepon: +44 (0)1895 450220 Fax: +44 (0)1895 450230 Email: grace.huang@unibondseafood.com Website: www.unibondseafood.com

B. Daftar Pameran

1. UK Food and Drink Shows

UK Food and Drink Shows merupakan pameran di bidang pengembangan makanan, penjualan, manufaktur, ritel, grosir dan jasa makanan, yang akan diselenggarakan pada tanggal 12-14 April di National Exhibition Center (NEC) Birmingham, Inggris Raya.

Pameran ini merupakan kesatuan dari beberapa *show* di bidang makanan dan minuman, yaitu:

- a. **The Ingredients Show**, merupakan platform yang menampilkan pengembangan sektor produk makanan dan minuman.
- b. **Foodex**, menampilkan industri kreatif dan akan mempertemukan sektor pemrosesan makanan, pengemasan serta sektor logistik.
- c. **Food and Drink Expo**, mempertemukan industri makanan dan minuman, serta menarik pembeli baik grosir, *wholesale*, manufaktur hingga jasa makanan dan retail.

2. Natural Food Show

Natural Food Show merupakan pameran internasional terkait produk makanan dan minuman yang berbasis bahan organik dan alami, yang akan diselenggarakan pada tanggal 18-19 April 2021 di London, Inggris Raya.

C. Sumber Informasi Yang Berguna

❖ Kedutaan Besar Inggris di Jakarta

Jl. Patra Kuningan Raya Blok L5-6, Jakarta Pusat 12950, Indonesia

Phone: (62-21) 2356 5200; Fax: (62-21) 2356 5351; Email: Jakarta.MCS@fcdo.gov.uk

Website: <http://gov.uk/contact-consulate-jakarta>

❖ Kedutaan Besar Republik Indonesia di London, Kerajaan Inggris

30 Great Peter Street, London SW1P 2BU, United Kingdom

Phone: (+44-20) 7499-7661, (+44-20)7290-9600 ; Fax: (+44-20) 7491-4933;

Email: kbri@btconnect.com

Website: <https://kemlu.go.id/london/id>

❖ BritCham di Jakarta

World Trade Centre 5, 15th floor

Jalan Jenderal Sudirman Kav. 29-31, Kuningan, Jakarta Selatan 12920

Phone: (+62-21) 522 9453

Email: communications@britcham.or.id

Website: <https://britcham.or.id/>

❖ Chamber of Commerce di Inggris

Phone: +44 (0)20 7248 4444

Email: lc@londonchamber.co.uk

Website: <https://www.londonchamber.co.uk/>