

MARKET INTELIJEN

Peluang Ekspor *Processed Seafood* di Pasar Nigeria



Indonesian Trade Promotion Centre
Ministry of Trade Republic of Indonesia
Lagos, Nigeria.
2021

KATA PENGANTAR

Kami mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, ITPC Lagos telah menyelesaikan Market Intelijen yang berjudul “Peluang Ekspor *Processed Seafood* di Pasar Nigeria”. Market Intelijen ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar produk alas kaki di Nigeria. Penulisan Market Intelijen ini mengacu pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2021 Tentang Perwakilan Perdagangan diluar Negeri.

Pembuatan Market Intelijen ini merupakan bagian dari tugas ITPC di luar negeri yang menyediakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara, mencakup peraturan, potensi, tren, dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi yang diperlukan lainnya. Dengan demikian Market Intelijen ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran produk *processed seafood* Indonesia di pasar Nigeria.

Untuk kesempurnaan kajian pasar ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memperkaya informasi dunia perdagangan luar negeri kita.

Terimakasih

Indonesian Trade Promotion Centre Lagos

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
RINGKASAN EKSEKUTIF	7
I. PENDAHULUAN	8
1.1 TUJUAN	8
1.2 METODOLOGI	9
1.3 BATASAN PRODUK.....	9
1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA.....	9
II. PELUANG PASAR <i>PROCESSED SEAFOOD</i> DI NIGERIA	13
2.1 TREN PRODUK <i>PROCESSED SEAFOOD</i> DI NIGERIA	13
2.2 STRUKTUR PASAR.....	14
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	20
III. PERSYARATAN PRODUK	22
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	22
3.2 KOMPETITOR.....	24
3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI	25
3.4 INFO STRUKTUR HARGA.....	26
3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN	26
IV KESIMPULAN	27
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN	28
MARKET SURVEY	30

DAFTAR TABEL

Gambar 1. Peta Nigeria	10
Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020	11
Gambar 3. Perkembangan GDP per Capita Nigeria 1960-2019	13
Gambar 4. Produk seafood lokal di pasar Nigeria	14
Gambar 5. Jalur distribusi produk seafood di Nigeria.....	20
Gambar 6. Negara Pemasok HS 16 Nigeria Tahun 2019	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Nigeria	10
Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020	11
Gambar 3. Perkembangan GDP per Capita Nigeria 1960-2019	13
Gambar 4. Produk seafood lokal di pasar Nigeria	14
Gambar 5. Jalur distribusi produk seafood di Nigeria.....	20
Gambar 6. Negara Pemasok HS 16 Nigeria Tahun 2019	24

RINGKASAN EKSEKUTIF

Ikan merupakan sumber makanan penting di Nigeria. Posisi Nigeria secara global berada pada urutan ketiga dalam hal ketergantungan pada pemenuhan makanan dan nutrisi. Dengan demikian peluang ekspor *processed seafood* di Nigeria merupakan potensi yang besar.

Produk yang akan dibahas pada kategori *processed seafood* (HS 16) yaitu HS 1601 (*Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products*) dan HS 1602 (*Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat ...)*), HS 1604 (*Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs*) dan HS 1605 (*Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excluding smoked)*). Total impor Nigeria dari seluruh dunia pada tahun 2019 adalah USD 47.3 Milyar. Sedangkan untuk produk *processed seafood*, Nigeria mengimpor sebesar USD 3.14 Juta pada tahun 2019 atau sebesar 0,06 % dari keseluruhan total impor Nigeria. Nilai impor *processed seafood* Nigeria kepada Indonesia untuk HS 1604 pada tahun 2019 mengalami peningkatan yaitu senilai USD 61 Ribu, setelah sebelumnya pada tahun 2018 tidak mengimpor dan pada tahun 2017 dengan nilai USD 17 Ribu.

Pada tahun 2019, produk *processed seafood* di pasar Nigeria terbanyak dipasok dari negara Tiongkok dengan nilai sebesar USD 1.66 Juta, kemudian diikuti oleh Brazil sebesar USD 874 Ribu dan Spanyol sebesar USD 275 Ribu. Sedangkan Indonesia berada pada posisi ke-5 sebagai *supplier Processed Seafood* di Nigeria dengan nilai USD 61 Ribu. Ke depan, nilai ini sangat bisa ditingkatkan melihat banyaknya produsen *processed seafood* di Indonesia.

Hal tersebut menjadi catatan bagi ITPC di Lagos sekaligus menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha Indonesia untuk dapat meningkatkan ekspor *processed seafood* ke Nigeria.

I. PENDAHULUAN

Ikan merupakan sumber makanan penting di Nigeria. Penelitian memperkirakan bahwa Nigeria sangat bergantung pada ikan dalam hal pemenuhan makanan dan nutrisi. Bahkan, Nigeria berada pada posisi ketiga secara global dalam hal ini. Permintaan akan ikan terus naik, bersamaan dengan perkembangan populasi dan penghasilan.

Rumah tangga di bagian selatan Nigeria mengonsumsi ikan lebih banyak daripada di bagian utara Nigeria. Demikian juga dengan konsumsi ikan di bagian perkotaan lebih tinggi dibandingkan di pedesaan. Survei nasional yang dilakukan pada tahun 2017 menunjukkan bahwa 47% populasi mengonsumsi ikan dan/makanan laut dua sampai tiga kali per minggu (Worldfish, 2020). Dengan demikian pasar *processed seafood* di Nigeria merupakan potensi yang besar.

Oleh karena itu diperlukan analisis intelijen bisnis produk *processed seafood* di Nigeria. Hal ini dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai kondisi pasar *processed seafood* di Nigeria sehingga dapat dijadikan peluang untuk para pelaku usaha Indonesia dalam meningkatkan penetrasi pasar di Nigeria.

1.1 TUJUAN

Tujuan disusunnya analisis intelijen bisnis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan dinamika perdagangan dan industri produk *processed seafood* di Nigeria.
- 2) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing produk *processed seafood* di Nigeria.
- 3) Untuk memberikan strategi yang perlu dilakukan untuk memasuki pasar Nigeria bagi pelaku usaha yang baru dan ekspansi bagi pelaku usaha yang telah memasuki pasar Nigeria.

1.2 METODOLOGI

Analisis intelijen bisnis produk *processed seafood* ini disusun dengan menggunakan data primer (wawancara dengan pelaku usaha) dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* secara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara, sedangkan kuantitatif dilakukan untuk menghitung kinerja perdagangan produk *processed seafood* Indonesia di pasar Nigeria.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang menjadi definisi dari produk alas kaki adalah produk turunan dari HS 16 yaitu HS 1601 (*Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products*) dan HS 1602 (*Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat ...)*), HS 1604 (*Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs*) dan HS 1605 (*Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excluding smoked)*).

1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA

Berikut adalah gambaran singkat dari negara Nigeria dilihat dari segi geografis, politik dan sosialnya :

- ✓ Ibu Kota : Abuja
- ✓ Kota Perdagangan : Lagos (*Southwestern*), Kano (*Northern*), Enugu (*Eastern*)
- ✓ Bentuk Negara : Federal Republik dengan 36 states dan 1 federal territorial
- ✓ Kepala Negara : Presiden Muhammadu Buhari
- ✓ Populasi : 206 Juta (2020)
- ✓ Luas Area : Tanah 910,768 *sq km*, Air 13,000 *sq km*
- ✓ Bahasa : *English* (resmi), *Hausa*, *Yuruba*, *Iqbo*, *Fulani* , dll
- ✓ Agama : Muslim 50%, Kristen 40%, kepercayaan lokal 10%

a) Geografis

Secara geografis Nigeria masuk ke dalam negara Afrika Barat yang berbatasan dengan Gulf dan Guinea dan diapit oleh Kamerun dan Benin. Luas total wilayah Nigeria adalah sebesar 923,768 *sq km* dengan jumlah daratan seluas 910,768 *sq km* dan perairan seluas 13,000 *sq km*. Ukuran daratan Nigeria kira-kira sebesar tujuh kali provinsi Kalimantan Timur. Nigeria memiliki 4 (empat) perbatasan dengan negara-negara tetangga yaitu: Republik Benin, Kamerun, Niger dan Chad. Nigeria memiliki iklim tropis dengan dua musim yaitu kemarau dan hujan.

Gambar 1. Peta Nigeria

Sumber : United Nations, 2014

b) Pemerintahan

Negara Nigeria menganut pemerintahan Federal dan dipimpin oleh Presiden Dr. Muhammadu Buhari sejak tahun 2015. Nigeria pertama kali diakui kedaulatannya pada tanggal 1 Oktober 1960 yang secara resmi merdeka dari penjajahan Inggris. Dari sisi perdagangan, Lagos merupakan kota perdagangan utama di Nigeria. Tetapi apabila dibagi per wilayah, berikut adalah nama kota perdagangan yang ada di Nigeria:

- 1) *Southwestern* : Lagos
- 2) *Northern* : Kano

3) *Eastern* : Enugu

c) Demografi Populasi

Berdasarkan sensus penduduk dari United Nation Population Fund (UNFP), tingkat populasi Nigeria secara gender relatif berimbang antara laki-laki dan perempuan. Sementara dari kelompok usia, kelompok bayi hingga remaja usia 0 -14 tahun merupakan mayoritas (43,5%) dalam struktur kependudukan. Informasi Populasi, tingkat Edukasi, dan tingkat Kesuburan di Nigeria sebagai berikut:

Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020

Sumber : United Nation Population Fund (UNFP)

d) Indikator Makroekonomi

Tabel 1. Estimasi dan Proyeksi Pertumbuhan GDP Tahun 2020-2022 (% change)

Negara	2020	Proyeksi 2021	Proyeksi 2022
Indonesia	-2.1	4.3	5.8
Nigeria	-1.8	2.5	2.3
Afrika Selatan	-7.0	3.1	2.0
Ghana	0.9	4.6	6.1
Kamerun	-2.8	3.4	4.3

Sumber: World Economic Outlook IMF, diolah (2021)

Bila dibandingkan dengan Indonesia, pada tahun 2020 ini dimana hampir seluruh negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif karena pandemi, Nigeria sedikit lebih baik dengan turun hanya -1.8% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 sedikit lebih dalam dengan angka -2.1%. Walaupun pada proyeksi pertumbuhan di tahun 2021-2022 Indonesia jauh lebih unggul (4.3% dan 5.8%) dibanding Nigeria yang hanya mencapai rerata 2.4%.

Di kawasan Afrika, terutama di region sub-sahara, penurunan pertumbuhan GDP tahun 2020 Nigeria cukup ringan apabila dibandingkan dengan Afrika Selatan yang mengalami penurunan yang sangat curam di angka -7% atau Kamerun di angka -2.8%. Walaupun begitu, proyeksi pertumbuhan Nigeria pada tahun 2021-2022 masih dibawah Ghana dan Kamerun yang mengalami pertumbuhan yang tinggi. Tapi apabila disesuaikan dengan *size* ekonomi riil, tentu Nigeria masih yang terbesar hingga beberapa tahun yang akan datang.

II. PELUANG PASAR *PROCESSED SEAFOOD* DI NIGERIA

2.1 TREN PRODUK *PROCESSED SEAFOOD* DI NIGERIA

Nigeria sangat bergantung pada sektor perikanan baik untuk ekonomi maupun jaminan makanan dan nutrisi. Konsumsi ikan diperkirakan sebanyak 13,3 kg/tahun. Walaupun ini lebih tinggi daripada rata-rata regional Afrika yaitu sebanyak 9,9 kg/tahun, tingkat ini lebih rendah dibandingkan dari rata-rata global sebanyak 20,3/kg/kapita/tahun (Worldfish, 2020).

Pembatasan impor akibat krisis COVID-19 telah menyebabkan permintaan daging olahan dan makanan laut sangat berkurang karena semua kategori produk didominasi oleh merek impor (Euromonitor, 2020).

Gambar 3. Perkembangan GDP per Capita Nigeria 1960-2019

Sumber: *Data World Bank (2020)*

Mengacu pada statistik Nigeria mengenai pola pengeluaran untuk konsumsi makanan pada tahun 2019, secara nasional diketahui bahwa produk *processed seafood* adalah sebesar 5,86 % atau berada pada urutan ke-5 dari total pengeluaran untuk produk makanan. Pola pengeluaran untuk konsumsi makanan juga lebih mendominasi yaitu sebanyak 56,65% dibandingkan dengan konsumsi selain makanan seperti transportasi, pendidikan, kesehatan, dll yang keseluruhannya hanya mencakup 43,35%. Hal ini menggambarkan bahwa potensi ekspor makanan ke Nigeria cukup menjanjikan (National Bureau of Statistics, 2020).

Bagi kaum urban, konsumsi untuk produk *processed seafood* menduduki urutan ke-5 atau 5,51 % dari keseluruhan konsumsi makanan. Sedangkan bagi penduduk yang tinggal di daerah pedesaan, konsumsi untuk produk makanan olahan menduduki urutan ke-6 atau 6,12% dari keseluruhan konsumsi makanan (National Bureau of Statistics, 2020).

Berdasarkan survei lapangan, berikut ini adalah produk lokal dari Nigeria:

2.2 STRUKTUR PASAR

Permintaan produk *processed seafood* Nigeria dari dunia dalam tiga tahun terakhir (2017-2019) pada tahun 2019 nilai impor *processed seafood* Nigeria mencapai USD 57.2 Juta, Berdasarkan turunan produk HS 16, HS 1604 (*Prepared or preserved fish; caviar and caviar*

Gambar 4. Produk seafood lokal di pasar Nigeria

substitutes prepared from fish eggs) paling banyak diimpor pada tahun 2019 dengan nilai USD 1.94 Juta atau 61.7% dari seluruh impor *processed seafood* Nigeria pada tahun 2019.

Sedangkan HS 1601 (*Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products*) menduduki urutan kedua dengan nilai USD 939 Ribu atau memiliki porsi sebesar 30%. Kemudian di urutan selanjutnya ada HS 1602 (*Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat)*) dengan nilai USD 127 Ribu atau sebesar 4% dari seluruh impor *processed seafood* Nigeria pada tahun 2019.

Tabel 2. Impor Processed Seafood Nigeria dari Dunia (by Product)

No	Code	Product label	Imported value (US Dollar thousand)		
			2017	2018	2019
	TOTAL	All products	4163	3674	3140
1	'1601	Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products	428	712	939
2	'1602	Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat ...	318	525	127
3	'1604	Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs	3328	2397	1940
4	'1605	Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excluding smoked)	89	40	134

Sumber: Trademap (2021)

Bila dilihat dari Negara asal impor *processed seafood* Nigeria pada tahun 2019, Tiongkok merupakan Negara dengan nilai *supply* terbesar senilai USD 1.66 Juta atau menguasai 53% dari keseluruhan nilai impor *processed seafood* Nigeria. Di urutan berikutnya ada Brazil dengan nilai USD 874 Ribu (28%), Spanyol dengan nilai USD 275 Ribu (8.8%), dan Libanon dengan nilai USD 108 Ribu (3.4%).

Dari data ini diketahui bahwa Indonesia menduduki peringkat Negara dengan nilai *supply* terbesar ke-5 atau sekitar USD 61 Ribu (1.94%). Selain Libanon, pesaing dari negara Asia lainnya adalah India dengan nilai impor sebesar USD 40 Ribu. Selain itu, negara Afrika yang merupakan pesaing Indonesia yaitu Moroko dan Afrika Selatan dengan nilai impor masing-masing sebesar USD 38 dan 36 Ribu.

Tabel 3. Impor Produk HS 16 (Processed Seafood) Nigeria dari Dunia (by Country)

No	Countries	Imported value (US Dollar thousand)				
		2015	2016	2017	2018	2019
	Dunia	12606	5984	4164	3673	3141
1	Tiongkok	6828	3300	2336	1856	1658
2	Brazil	688	107	88	295	874
3	Spain	7	2	13	184	275
4	Lebanon	106	38	178	233	108
5	Indonesia	338	0	17	0	61
6	India	41	129	36	28	40
7	Morocco	2191	329	150	30	38
8	South Africa	464	546	397	122	36

Sumber: Trademap (2021)

Untuk produk turunan HS 1601 (*Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products*), Brazil menjadi importir pertama dengan nilai sebesar USD 939 Ribu yang dilanjutkan dengan Brazil dan Spanyol dengan nilai masing-masing USD 690 Ribu dan USD 140 Ribu. Walaupun Indonesia belum menjadi pengimpor untuk produk ini, akan tetapi Indonesia tetap mempunyai peluang mengingat tingkat impor Nigeria dari dunia cukup besar yaitu sebesar USD 127 Ribu.

Tabel 4. Data negara eksportir produk dengan HS 1601 ke Nigeria (USD Ribu)

Exporters	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019
World	683	931	428	712	939
Brazil	168	107	88	291	690
Spain	7	2	0	156	140
Lebanon	47	0	120	233	108
Belgium	43	27	0	1	0
China	12	4	2	5	0

France	0	43	0	0	0
Germany	4	116	0	0	0
Ireland	0	205	0	0	0
Italy	0	100	0	0	0
Kenya	35	0	0	0	0
Netherlands	64	0	0	0	0
South Africa	122	231	198	26	0
Turkey	163	95	0	0	0
United Kingdom	18	0	20	0	0
United States of America	1	0	0	0	0

Sumber: Trademap (2021)

Untuk produk turunan HS 1602 (*Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat ...)*), Brazil menjadi importir yang mendominasi dengan nilai sebesar USD 63 Ribu atau senilai hampir 50% dari keseluruhan nilai. Negara importir kedua dan ke-tiga adalah Perancis dan Afrika Selatan dengan nilai masing-masing USD 33 Ribu dan USD 24 Ribu. Walaupun Indonesia belum menjadi pengimpor untuk produk ini, akan tetapi Indonesia tetap mempunyai peluang mengingat tingkat impor Nigeria dari dunia cukup besar yaitu sebesar USD 939 Ribu atau sebesar 30% dari keseluruhan impor *procesed seafood*.

Tabel 5. Data negara eksportir produk dengan HS 1602 ke Nigeria (USD Ribu)

Exporters	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019
World	1291	599	318	525	127
Brazil	520	0	0	4	63
France	0	0	9	88	33
South Africa	141	70	59	8	24
United Kingdom	52	9	0	0	3
Belgium	0	0	0	0	2
China	122	56	0	101	1
Germany	1	43	0	0	1
Benin	2	110	0	0	0
Italy	0	0	0	254	0
Lebanon	0	11	0	0	0
Mauritius	33	3	0	0	0
Netherlands	398	294	224	0	0
India	20	0	0	0	0
Spain	0	0	0	3	0
Switzerland	0	0	0	68	0

Thailand	0	0	27	0	0
United States of America	0	4	0	0	0

Bila dilihat dari Negara asal impor produk HS 1604 Nigeria pada tahun 2019, Indonesia berada pada posisi ke-3 dengan nilai USD 61 Ribu atau sekitar 3,1% dari keseluruhan nilai. Negara pesaing di atas Indonesia adalah Tiongkok dengan nilai USD 1.64Juta (85%), Spanyol dengan nilai USD 135 Ribu (7%). Negara pesaing dari sesama Asia adalah India dengan nilai USD 40 Ribu. Moroko juga menjadi pesaing Indonesia dengan nilai USD 38 Ribu.

Tabel 6. Data negara eksportir produk dengan HS 1604 ke Nigeria (USD Ribu)

Exporters	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019
World	10443	4295	3328	2397	1940
China	6678	3186	2302	1724	1643
Spain	0	0	13	25	135
Indonesia	338	0	17	0	61
India	20	124	36	28	40
Morocco	2191	329	135	20	38

Untuk produk turunan HS 1605 Brazil menjadi importir yang mendominasi dengan nilai sebesar USD 120 Ribu atau senilai 90% dari keseluruhan nilai. Negara importir kedua adalah Tiongkok dengan nilai masing-masing USD 14 Ribu. Walaupun Indonesia belum menjadi pengimpor untuk produk ini, akan tetapi Indonesia tetap mempunyai peluang mengingat tingkat impor Nigeria dari dunia cukup besar yaitu sebesar USD 134 Ribu.

Tabel 7. Data negara eksportir produk dengan HS 1605 ke Nigeria (USD Ribu)

Exporters	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019
World	189	159	89	40	134
Brazil	0	0	0	0	120
China	16	54	32	27	14
Germany	0	0	0	3	0
Lebanon	0	13	0	0	0
Morocco	0	0	15	10	0
India	0	5	0	0	0
Viet Nam	165	48	0	0	0

South Africa	8	39	23	0	0
United Arab Emirates	0	0	18	0	0

Ekspor HS 16 (*processed seafood*) Indonesia ke dunia cukup besar dan naik pada tahun 2019 dibandingkan dengan tahun 2018 dengan pertambahan sebesar 5,9%. Dari turunan HS 16, HS 1605 mendominasi ekspor *processed seafood* Indonesia ke dunia dengan porsi sebesar

No	Code	Product label	Exported value (US Dollar thousand)		
			2017	2018	2019
	TOTAL	All products	931152	1158040	1224653
1	'1601	Sausages and similar products, of meat, offal or blood; food preparations based on these products	83	90	296
2	'1602	Prepared or preserved meat, offal or blood (excluding sausages and similar products, and meat ...	203	375	489
3	'1604	Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs	405711	456126	473298
4	'1605	Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excluding smoked)	525155	701449	750570

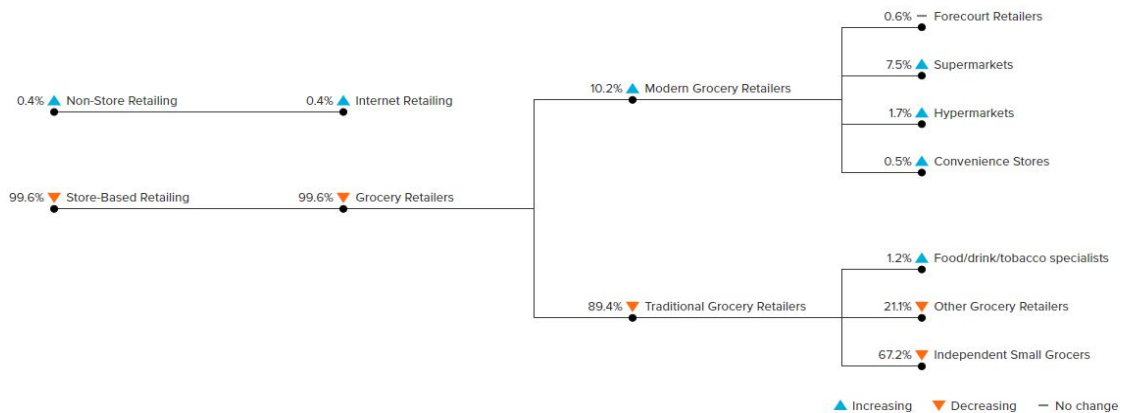
61% dari keseluruhan nilai dengan nilai USD 750.5 Juta. Ekspor HS 1604 memiliki nilai sebesar USD 473 Juta atau sekitar 39% dari keseluruhan nilai.

Tabel 8. Ekspor produk Seafood Indonesia

Sumber: Trademap (2021)

HS 1604 juga merupakan produk yang banyak diimpor oleh Nigeria sehingga menempatkan Indonesia sebagai importir urutan ke-3 dengan nilai sebesar USD 61 Ribu. Peningkatan juga terlihat mengingat tahun 2018 Nigeria tidak mengimpor dari Indonesia, demikian juga dibandingkan dengan tahun 2017 dengan nilai sebesar USD 17 Ribu maka Indonesia memiliki kenaikan sebesar 258% pada tahun 2019.

Walaupun produk Indonesia yang diimpor oleh Nigeria baru terbatas pada HS 1604, akan tetapi melihat besarnya ekspor produk HS 1605, HS 1601 dan HS 1602 ke dunia, maka Indonesia mempunyai peluang untuk dapat memasarkan ke-tiga produk tersebut ke Nigeria



Gambar 5. Jalur distribusi produk seafood di Nigeria

Belum ada pengaturan khusus terkait jalur distribusi produk seafood atau Ikan olahan dalam hal ini Ikan Sarden dalam Kaleng di Nigeria. Berdasarkan data dari Euromonitor, sekitar 96% distribusi menggunakan saluran distribusi penjualan langsung melalui toko grosir dan dipasok ke retail modern dan tradisional. Retail modern hanya mencakup 10% dari penjualan sedangkan 89,4% penjualan dilakukan pada pasar tradisional yang mayoritas diantaranya adalah pedagang kecil. Hal ini didukung oleh fakta bahwa ikan sarden dalam kaleng mudah disimpan, tahan lama dan tidak perlu lemari pendingin dimana pasokan listrik masih merupakan masalah utama di Nigeria sehingga pedagang kecil dapat menyimpan lebih lama sebelum menjual produk tersebut.

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Produk seafood atau ikan dalam kemasan asal Indonesia menempati urutan ke 8 sebagai pemasok produk Ikan Sarden dalam kaleng di pasar Nigeria dari dunia, hal ini menunjukkan bahwa produk asal Indonesia diterima dengan baik di pasar Nigeria. Berdasarkan informasi yang didapat dari konsumen di Nigeria, produk asal Indonesia banyak kandungan minyaknya dan ukuran ikan yang dianggap lebih kecil dibandingkan produk pesaing seperti merk Titus.

Karakteristik konsumen produk ikan dalam kemasan ini sebagian besar masyarakat di kalangan menengah dan perbandingan antara harga dan ukuran ikan menjadi hal yang harus menjadi perhatian bagi eksportir produk makanan di Nigeria.

Sertifikasi Halal juga dapat menjadi faktor untuk meningkatkan penjualan produk Indonesia. Komposisi penduduk muslim Nigeria yang mencapai 50% dari total penduduk atau +/- 80 juta penduduk, merupakan peluang bagi produk Indonesia untuk dapat memasarkan produk ikan sardine dalam kemasan yang memiliki label halal sehingga dapat bersaing dengan produk-produk internasional lainnya yang belum memiliki sertifikat Halal pada kemasannya.

III. PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

Ketentuan atau persyaratan dalam mengeksport produk seafood ke pasar Nigeria berada dibawah peraturan NAFDAC (*National Agency for Food and Drug Administration and Control*). Sesuai peraturan NAFDAC, tidak ada perangkat medis yang dapat diproduksi, diimpor, diekspor, diiklankan, dijual, didistribusikan atau digunakan di Nigeria kecuali perangkat tersebut telah terdaftar di NAFDAC sesuai dengan ketentuan Undang-Undang NAFDAC CAP N1 (LFN) 2004, dan undang-undang anak perusahaan terkait lainnya.

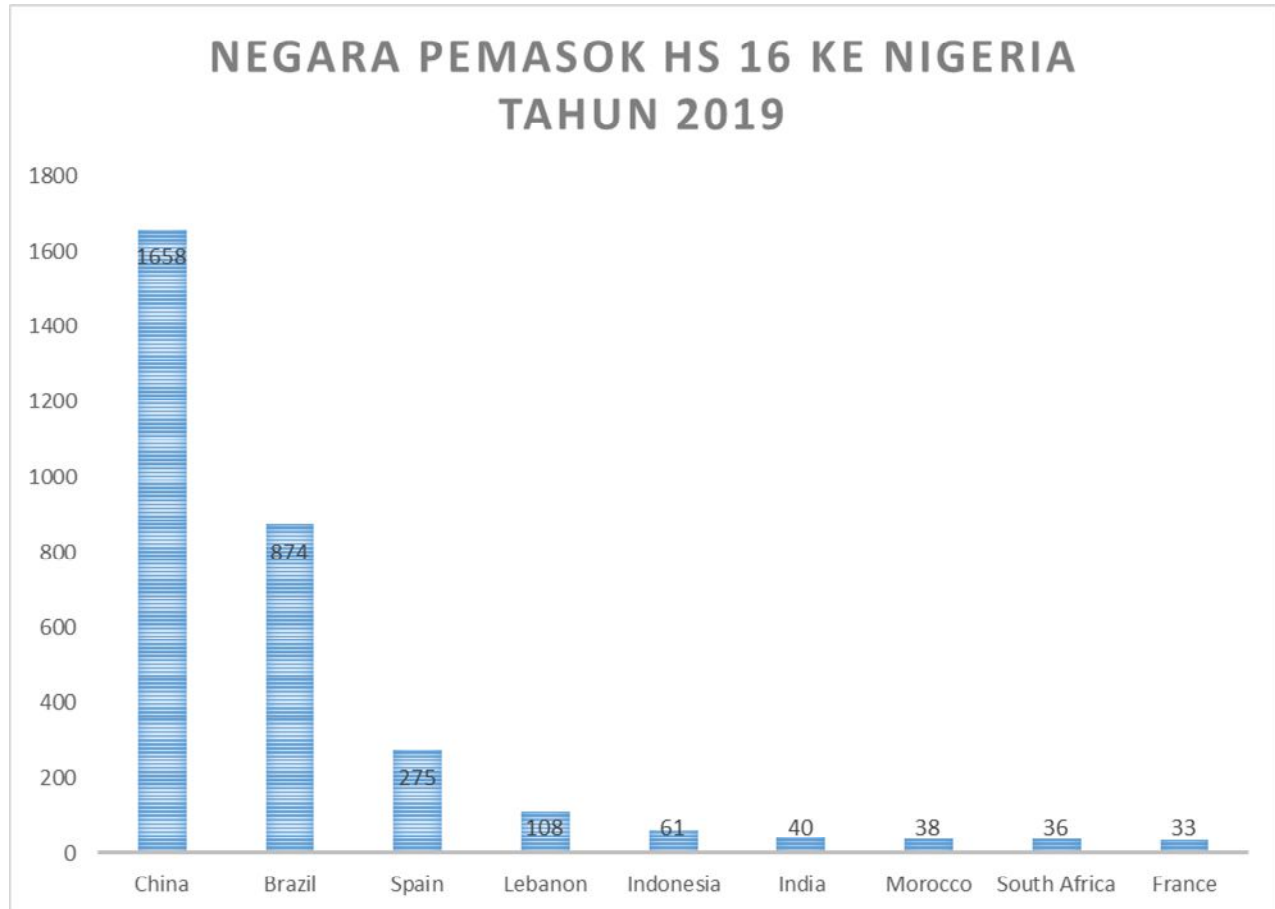
Dokumen-dokumen berikut ini diperlukan untuk aplikasi pendaftaran produk dengan NAFDAC. Semua dokumen harus dalam bentuk asli dan disertai dua (dua) set fotokopi masing-masing.

1. Deklarasi Pemohon yang diaktakan oleh Notaris di Nigeria.
2. Surat Kuasa yang dikeluarkan oleh pabrikan perangkat medis yang menunjuk Firma Hukum Lex Artifex untuk bertindak atas nama pabrikan dan untuk mewakili pabrikan dalam hal-hal yang berkaitan dengan pendaftaran perangkat di Nigeria. Surat Kuasa harus ditandatangani oleh direktur pelaksana, manajer umum, ketua atau presiden perusahaan; Surat Kuasa harus menyatakan nama-nama perangkat medis yang ingin didaftarkan pada NAFDAC; Surat kuasa harus menunjukkan 'Otoritas untuk mendaftarkan produk dengan NAFDAC'; Kepemilikan nama Merek / Merek Dagang harus dinyatakan dengan jelas; Surat Kuasa harus diaktakan oleh Notaris di negara produsen; Surat Kuasa harus valid setidaknya untuk lima (5) tahun.
3. Sertifikat Manufaktur dan Penjualan Gratis. Pabrikan dan eksportir harus menunjukkan bukti bahwa perusahaan tersebut memiliki lisensi untuk memproduksi perangkat medis dan bahwa penjualan produk tersebut bukan merupakan pelanggaran terhadap undang-undang negara tersebut, yaitu Sertifikat Penjualan Gratis (Sertifikat Manufaktur dan Penjualan Gratis). Sertifikat Penjualan Gratis akan memiliki fitur-fitur berikut:

- Dikeluarkan oleh badan Kesehatan / Regulasi terkait di negara produsen;
 - Tunjukkan nama produsen dan produk yang akan didaftarkan;
 - Diotentikasi oleh Kedutaan Besar Nigeria atau Komisi Tinggi di negara asal. Di negara-negara di mana tidak ada Kedutaan Besar Nigeria ada, negara Commonwealth atau ECOWAS dapat mengotentikasi dokumen.
4. Sertifikat Analisis Komprehensif. Sertifikat analisis harus disajikan pada kertas berkepala pos dari Laboratorium Kontrol Kualitas tempat sampel diuji / dievaluasi dan harus berisi informasi yang tercantum di bawah ini:
- Nama merek produk
 - Nomor batch produk
 - Tanggal pembuatan dan kedaluwarsa
 - Nama, penunjukan, dan tanda tangan analis
5. Bukti pendirian bisnis perusahaan importir di Nigeria.
6. Bukti pendaftaran nama merek dengan pendaftaran merek dagang di Departemen Perindustrian, Perdagangan dan Investasi. Ini harus didaftarkan atas nama pemilik merek dagang / merek sesuai kasusnya.
7. Label harus jelas, harus informatif, akurat, dan sesuai dengan Peraturan Pelabelan Peralatan Medis Agensi dan Regulasi lain yang relevan.
8. Surat Undangan untuk Praktek Pabrikasi yang Baik (GMP) Inspeksi: Surat undangan untuk memeriksa pabrik di luar negeri harus ditulis oleh pabrikan dan harus menyatakan sebagai berikut:
- Informasi Pabrikan: Nama Perusahaan, alamat lengkap lokasi pabrik (bukan alamat kantor administratif), email, dan nomor telepon saat ini. Detail (nama, nomor telepon, dan email) dari penghubung di luar negeri.
 - Informasi Agen Lokal: Nama perusahaan, alamat lengkap, nomor telepon fungsional, alamat email. Detail (nama, nomor telepon, dan email) dari penghubung di Nigeria. Nama-nama produk untuk pendaftaran.

3.2 KOMPETITOR

Tiongkok merupakan Negara dengan nilai *supply* terbesar senilai USD 1.66 Juta atau menguasai 53% dari keseluruhan nilai impor *processed seafood* di Nigeria.



Gambar 6. Negara Pemasok HS 16 Nigeria Tahun 2019

Berdasarkan survei lapangan, terdapat beberapa produk *processed seafood* yang dijual di supermarket dimpor dari negara Vietnam, pesaing Indonesia dari negara Asia tenggara.

3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI

- Produk seafood yang dipasarkan di Nigeria harus dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Nigeria, dalam hal ini adalah importir dengan materi yang disiapkan oleh manufacturer
- Jika produk tersebut memiliki brand atau merk, harus di daftarkan di kantor Trade Mark Nigeria di bawah Kementerian Perdagangan dan Industri Nigeria (Abuja)
- Produk seafood yang dipasarkan di Nigeria harus memiliki standard Nigeria bernama SON (Standard of Nigeria) dengan mendapatkan sertifikat standard yang bernama SONCAP

STRATEGI

Dalam meningkatkan penetrasi pasar ekspor ke Nigeria, beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan ekspor produk Ikan Sarden dalam Kaleng antara lain:

- a. Menghadiri pameran dagang yang diadakan 1 (satu) tahun sekali yang memamerkan produk umum seperti Lagos International Trade Fair, Abuja International Trade Fair, Enugu International Trade Fair dan Pameran yang bertujuan untuk promosi produk makanan dan minuman seperti Food West Africa di Lagos.
- b. Memberikan label sertifikasi halal untuk produk yang dipasarkan di Nigeria dengan memperhatikan konsistensi kualitas dan kuantitas ikan per kaleng disertai dengan penetapan harga yang terjangkau mengingat produk ini banyak diperdagangkan di toko kecil.
- c. Melakukan koordinasi dengan ITPC Lagos dalam upaya:
 - 1) Melakukan promosi yang efektif secara berkelanjutan kepada potential buyer secara “on the spot”.
 - 2) Memanfaatkan media promosi efisien yang efisien melalui media online yang dikelola oleh ITPC Lagos seperti website, media sosial, serta mobile application yang menjadi program ITPC Lagos.
- d. Menindaklanjuti kebutuhan calon buyer/importir dengan komunikasi yang intensif.

3.4 INFO STRUKTUR HARGA

Produk seafood dan ikan dalam olahan merupakan produk utama di modern market yang memiliki struktur harga sejenis dengan produk modern market lainnya seperti canned products, shampoo, seasoning dll, yaitu dengan struktur sbb:

Margin Importer : 5-15% dan Margin Wholesaler : 5-15%

3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN

Produk seafood tidak masuk dalam daftar import prohibition list baik dari Custom Services Nigeria maupun dari Central Bank Nigeria (CBN), sehingga importer dapat menggunakan semua metoda transaksi yang ada di Bank yang digunakan importer seperti Letter of Credit (LC) atau Telegraph Transfer (TT). Importer dapat mendapatkan foreign currency dari CBN untuk transaksi importasi produk tersebut sehingga mendapatkan kurs rate lebih baik dari parallel market dengan mengajukan FORM -M dari Bank tersebut dan melampirkan Invoice dari supplier serta dokumen terkait lainnya seperti Import permit, TIN certificate, dll.

IV KESIMPULAN

Nigeria merupakan pasar prospektif untuk menjadi tujuan ekspor peroduk seafood dan ikan dalam kaleng Indonesia mengingat masyarakat Nigeria gemar mengkonsumsi ikan dan meningkatnya perdagangan produk daging dan makanan laut olahan di Nigeria. Di Nigeria, Sardine adalah salah satu makanan orang dari kelas menengah ke bawah karena harganya yang terjangkau dibanding dengan produk ikan kaleng lainnya seperti tuna, makarel , dll.

Produk seafood masuk pada kelompok HS 16 menempati urutan ke 76 total impor Nigeria dari dunia dengan nilai impor sebesar USD 3 Juta pada tahun 2019. Produk Ikan Sarden dalam kaleng pada pasar Nigeria dipasok dari negara Tiongkok senilai USD 1,2 juta pada tahun 2019 dengan pangsa pasar lebih dari 70% menjadikan produk ikan sarden dalam kaleng Tiongkok penguasa pasar di Nigeria yang diikuti oleh Belanda dan Maroko. Sementara Indonesia menempati urutan ke 8 sebagai pemasok produk Ikan Sarden dalam kaleng dengan nilai USD 18 ribu. Pangsa pasar Indonesia untuk produk kan sarden dalam kaleng semakin turun dan hal tersebut menjadi catatan bagi ITPC di Lagos untuk kembali menjadikan produk Ikan Sarden dalam kaleng produksi Indonesia kembali merebut posisi 3 (tiga) besar pangsa pasar Nigeria.

Produk Ikan Sarden dalam Kaleng di Nigeria adalah makanan yang dikonsumsi oleh tubuh, diawasi oleh NAFDAC (National Agency for Food and Drugs Authority and Control). Masyarakat Nigeria banyak mengeluhkan bahwa kualitas dan kuantitas dari merk sarden yang sudah terkenal di Nigeria mengalami penurunan yang sebelumnya satu kaleng berisi 5 (lima) potong menjadi 3 (tiga) potong. Hal ini merupakan peluang bagi Indonesia agar dapat memasarkan produk Ikan Sarden dalam kaleng dengan menjamin kualitas dan kuantitas. Infrastruktur pelabuhan di Nigeria yang belum efisien sehingga berdampak pada kualitas produk, terutama produk makanan olahan yang memerlukan penanganan khusus.

Berdasarkan data dari Euromonitor, sekitar 96% distribusi menggunakan saluran distribusi penjualan langsung melalui toko grosir dan dipasok ke retail modern dan tradisional. Retail modern hanya mencakup 10% dari penjualan sedangkan 89,4% penjualan dilakukan pada pasar tradisional yang mayoritas diantaranya adalah pedagang kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- CIA. (2020). Central Intelligence Agency. Retrieved from The World Fact Book: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ni.html>
- Euromonitor. (2020). Processed Meat and Seafood in Nigeria.
- IMF. (2020). International Monetary Fund. Retrieved from IMF World Economic Outlook Database: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/02/weodata/weoselco.aspx?g=2001&sg=All+countries>
- National Bureau of Statistic (NBS). (2020). Consumption Expenditure Pattern in Nigeria. <http://nigerianstat.gov.ng>
- Trademap. (2020). Trademap. Retrieved from: <https://trademap.org/Index.aspx>.
- Worldfish. (2020). Fish in food systems in Nigeria: A review <https://digitalarchive.worldfishcenter.org/handle/20.500.12348/4210>

LAMPIRAN

SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Menyajikan informasi yang bermanfaat dari berbagai sumber yang dapat diakses secara bebas oleh pelaku usaha.

KEDUTAAN NIGERIA di JAKARTA

Jl. Denpasar Raya Blok A.13 No. 5 Kuningan Timur, Jakarta-indonesia

Tel: +62 21 5260922

Fax: +62 21 5260924

Email: nigembjkt@yahoo.co.id

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTRE (ITPC) LAGOS

No. 5 Anifowoshe Street, Off Adeola Odeku Rd, Victoria Island-Lagos, Nigeria

Tel: +234 1 4619862

Fax: +234 1 4619864

Email: itpc-nga@kemendag.go.id

NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control)

Registration & Regulatory Affairs Directorate Federal Secretariat Complex

Phase II, 2nd & 5th Floor, Ikoyi Lagos.

Fax: +234 1 2695006

Tel: +234 1 2695468

Email: nafdac@nafdac.gov.ng

MARKET SURVEY

Date : Sea food

Picture	
Brand	Sirella
Product Detail	Tempura Shrimps in 250g pack
Manufacturer Details	Vietnam
Distributor Details	
Price	#3999.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	12 pcs
Remarks	Product not sold in Traditional market

Picture	
Brand	Sirella
Product Detail	Seafood Cocktail in 400g pack
Manufacturer Details	Vietnam
Distributor Details	
Price	#3799.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	
Remarks	Product not sold in Traditional market It's a mixture of shrimps, Squid, octopus, and cooked yellow clams

Picture	
Brand	Sirella
Product Detail	10 Fish Fingers in 250g pack
Manufacturer Details	Vietnam
Distributor Details	
Price	#1899.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	12 pcs
Remarks	Product not sold in Traditional market

Picture	
Brand	Ocean Flower
Product Detail	Shrimps Jumbo in 400g pack
Manufacturer Details	Atlantic Shrimps Ltd Apapa- Oshodi, Lagos Nigeria oceanflower@primster.com
Distributor Details	
Price	#4299.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	
Remarks	Product not sold in Traditional market Its locally made It has NAFDAC REG. Number

Picture	
Brand	Micra
Product Detail	Mackerel Tomato Sauce 155g pack
Manufacturer Details	Mikado Nig. Ltd Mikado@mikadong.com
Distributor Details	
Price	#349.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	
Remarks	Product not sold in Traditional market

Picture	
Brand	
Product Detail	Croaker Fillets in 500g pack
Manufacturer Details	Gladyude & son Nig. Ltd, Ijora wharf, Lagos Glays_anya@yahoo.com
Distributor Details	
Price	#2599.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	
Remarks	Product not sold in Traditional market It's a locally sourced.

Picture	
Brand	Cape Point
Product Detail	Cocktail Shrimps IN Brine in 170g Can
Manufacturer Details	Indonesia
Distributor Details	
Price	#1999.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	
Remarks	Product not sold in Traditional market

Picture	
Brand	Sirella
Product Detail	Jumbo Tempura Shrimps in 300g pack
Manufacturer Details	Vietnam
Distributor Details	
Price	#6399.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	12 pcs
Remarks	Product not sold in Traditional market

Picture	
Brand	Sirella
Product Detail	8 Breaded Fish Fillets in 400g pack
Manufacturer Details	Vietnam
Distributor Details	
Price	#2999.99k
Name of Supermarket/Store	Shoprite, Adeniran Ogunsanya Mall, Surulere
Number per carton	12 pcs
Remarks	Product not sold in Traditional market