

## **EXECUTIVE SUMMARY :**

### **MARKET INTELLIGENCE MAKANAN OLAHAN DI PASAR THAILAND**

Thailand berpenduduk 65 juta jiwa. Sebanyak 95% penduduk beragama Budha. Luas lahan negara Thailand sebesar pulau Sumatera yang menjadi tempat hidup bagi 75% etnis Thai, 14% keturunan China dan 11% sisanya adalah campuran dari berbagai macam suku atau keturunan. Negara kerajaan ini hanya memiliki lahan subur yang sangat terbatas, yaitu seluas 28% dari total luas negara, yang terletak di sekitar Bangkok. Sedangkan sisa lahan lainnya merupakan tanah kapur (66%) dan areal perkebunan (7%). Namun demikian, Thailand berhasil menjadi negara pengekspor nomor satu di dunia untuk produk karet, beras, gula, singkong, buah-buahan, sayuran, bunga potong, makanan serta minuman, produk unggas, otomotif dan lainnya.

#### **Gambaran Ekonomi**

GDP Thailand (estimasi 2007 PPP) sebesar USD 521 milyar. Sedangkan angka resminya adalah USD 245,7 milyar dengan GDP per kapita PPP mencapai USD 8000 (perkiraan 2007). Sektor pertanian memberikan kontribusi 11,4%, sektor industri sebesar 43,8% dan sektor jasa dengan sumbangan terbesar yaitu 44,8%. Dalam APBN 2007 tercatat penerimaan pemerintah mencapai USD 44,14 milyar yang disertai sisi pengeluaran sebanyak USD 50 milyar. Dari dua sisi tersebut, pertumbuhan ekonomi tercatat 4,8% (GDP growth 2007 est.), sedangkan tingkat inflasi mencapai 2,2%. Dari data angka-angka tersebut, pemerintah Thailand masih memiliki cadangan devisa sebanyak USD 87,5 milyar (Desember 2007) namun masih berhutang kepada luar negeri sebanyak USD 60 milyar (Desember 2007), sambungan HP 51,4 juta.

#### **Perdagangan Dengan Dunia**

Nilai ekspor Thailand selama tahun 2007 adalah USD 151 milyar. Sedangkan untuk periode Januari – September 2008, ekspor Thailand sudah mencapai angka USD 136 milyar dengan pertumbuhan 24%. Di sisi lain, impor

Thailand selama tahun 2007 adalah USD 125 milyar. Sedangkan untuk Januari – September 2008 sudah mencapai USD 139 milyar dengan pertumbuhan 36%. Negara-negara tujuan ekspor utama Thailand adalah USA (13%), Jepang (12%), China (10%), Singapura (6%), Hong Kong (6%) dan Malaysia (5%). Sementara negara asal impor utama Thailand meliputi Jepang (20%), China (12%), USA (7%), Malaysia (6%), dan Persatuan Emirat Arab (5%).

Sepuluh produk impor terbesar yang masuk ke Thailand dari pasar global terdiri dari barang-barang elektronik, emas, komponen komputer, komponen otomotif, piranti / perkakas listrik, produk-produk besi, alat perekam suara, produk-produk ICT, baja dan produk-produk besi lainnya. Khusus untuk produk makanan, capaian angka sebesar USD 224 juta (2007) terdiri dari produk udang, minyak nabati hewan, cocoa butter and fat, oil cake, kelapa segar dan kering, produk ikan, buah-buahan, rokok dan tembakau.

### **Perdagangan Dengan Indonesia**

Indonesia mengekspor sebanyak USD 3,98 milyar ke Thailand pada tahun 2007. Sementara perdagangan selama Januari – September 2008 sudah mencapai USD 4,3 milyar dengan peningkatan 46%. Namun Indonesia mengimpor lebih banyak dari Thailand, yaitu USD 4,76 milyar. Berarti Thailand surplus hingga USD 778 juta. Kenaikan sebesar 41% dicapai selama Januari – September 2008 untuk nilai impor Indonesia dari Thailand sebesar USD 4,89 milyar.

Produk impor Thailand terbesar dari Indonesia meliputi batubara, tembaga, timah, motor parts, piranti / perkakas listrik, copperware, bahan-bahan kimia, ammonia, TPT dan produk-produk kertas. Khusus untuk bahan makanan dan minuman, impor Thailand dari Indonesia terutama adalah minyak kelapa, udang, palm kernel, cocoa, kopi, rokok dan produk tembakau, dengan nilai perdagangan sebesar USD 44 juta (2006) dan USD 57 juta (2007). Sementara selama Januari – Juni 2008 mencapai USD 36 juta, naik 42%. Sebaliknya impor Indonesia dari Thailand jauh lebih besar lagi, yaitu 187 juta (2006) dan 655 juta (2007). Pada semester pertama tahun 2008, Januari – Juni, impor Indonesia dari Thailand sudah mencapai USD 265 juta (turun -

28%). Produk impor makanan olahan yang masuk ke Indonesia umumnya gula, beras dan buah-buahan. Sedangkan makanan yang diekspor Indonesia ke Thailand yang terbanyak adalah rokok, cookies, permen / gula-gula dan cocoa.

### **Peluang Dagang**

Produk ekspor Indonesia ke pasar Thailand umumnya adalah bahan mentah, bahan baku atau setengah jadi, barang tambang, energi dan komponen-komponen yang digunakan dalam sektor industri. Pada saat survey di pasar ritel, baik pasar modern maupun pasar tradisional, sedikit sekali produk makanan olahan buatan Indonesia dalam etalase peritel Thailand. Pada supermarket skala besar seperti Big-C hanya ditemukan enam jenis mie instan (mie goreng berbagai rasa) buatan produsen Indofood, dan permen merk Menthos dalam berbagai variasi kemasan. Permen Menthos ini juga dijumpai dalam etalase SevenEleven, mini market sejenis Alfa Mart di Indonesia. Di pasar tradisional Jatujak yang hanya buka pada hari Sabtu dan Minggu, justru hanya dijumpai produk handicraft buatan Indonesia atau malah yang hanya meniru desain Indonesia.

Dilihat dari data statistik impor Thailand, sebenarnya tersedia peluang yang cukup substansial untuk produk makanan dan minuman buatan Indonesia di pasar Thailand. Namun diperlukan kajian yang lebih detil mengapa produk-produk seperti ini tidak nampak dan tidak beredar di pasar-pasar ritel di Thailand. Pada etalase di pasar ritel Thailand, produk makanan yang mendominasi pasar umumnya adalah produksi domestik Thailand, baik pemain global seperti Unilever, Frisian Flag, Procter & Gamble serta raksasa lokal Charoen Phokphand, maupun produsen skala kecil. Bahkan produk OTOP pun mendapat tempat terhormat di etalase toko ritel besar seperti Big-C. Produk impor yang cukup sering terlihat berasal dari Malaysia, Singapura, USA, Australia dan Italia.

### **Kajian Lanjutan**

Kegiatan Market Intelligence di Thailand pada tanggal 3-9 November 2008 dilaksanakan pada waktu yang kurang tepat. Salah satunya adalah

karena adanya krisis global. Selain itu, situasi dalam negeri Thailand dari segi politik sedang tidak menentu. Pada saat yang sama juga sedang berlangsung kegiatan SOM, SEOM, Ministerial Meeting dan KTT ASEAN. Intansi pemerintah yang merupakan counterpart Departemen Perdagangan banyak yang sedang berada di lokasi KTT ASEAN di Pattaya. Pihak swasta pun sedang dalam kondisi wait and see dan *bearish*.

Sebagian besar kegiatan kunjungan dilakukan di pasar ritel. Sementara instansi yang dikunjungi hanya Food and Drug Administration (FDA) Thailand. Kajian lanjutan terhadap pasar-pasar penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk menangkap peluang potensial yang ada. Hal ini karena Thailand merupakan pintu gerbang (gateway) untuk masuk ke dalam pasar regional Indochina. Kajian lanjutan ini juga menjawab pertanyaan mengapa produk makanan olahan Indonesia kurang eksis di pasar konsumen Thailand, mencakup di dalamnya tentang daya saing produk Indonesia, tingkat penyesuaian dengan selera pasar, proteksi pemerintah, serta mengapa eksportir Indonesia kurang/tidak tertarik dengan pasar Thailand.