

KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

MARKET BRIEF PRODUK PERABOT RUMAH TANGGA DARI BAHAN PLASTIK DI HUNGARIA



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
BUDAPEST - HUNGARY 2014

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

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

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME kami panjatkan karena hanya dengan rahmatNya kami dapat menyelesaikan penulisan *Market Brief* perdagangan produk Perabot Rumah Tangga dari Bahan Plastik di Hungaria ini.

Berbagai informasi yang menyangkut data perdagangan, kondisi pasar, saluran distribusi, hambatan, peluang dan strategi, serta informasi penting lainnya akan dibahas dalam *Market Brief* ini. Besar harapan kami agar informasi tersebut dapat bermanfaat bagi para pelaku bisnis dan pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya bagi para eksportir produk terkait yang ingin mengembangkan dan melakukan penetrasi pasar ke Hungaria.

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

Budapest, Agustus 2014

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
PETA NEGARA HUNGARIA	4
I PENDAHULUAN	5
I.1 Pemilihan Negara	5
I.2 Pemilihan Produk	6
I.3 Profil Negara	8
II POTENSI PASAR NEGARA HUNGARIA	10
II.1 Ekspor Produk Peralatan Rumah Tangga Berbahan Dasar Plastik (HS 3924) Dari Hungaria ke Dunia	10
II.2 Potensi Pasar Ekspor Produk HS 3924 di Hungaria.....	11
II.3 Regulasi Impor Produk HS 3924 di Hungaria	15
II.4 Saluran Distribusi Produk HS 3924 di Hungaria.....	18
II.5 Hambatan Lainnya	19
III PELUANG DAN STRATEGI	22
III.1 Peluang	22
III.2 Strategi	23
IV INFORMASI PENTING	26
IV.1 TPO & Kedutaan Negara Hungaria di Indonesia.....	26
IV.2 Asosiasi & Institusi Terkait Untuk Produk HS 3924 di Hungaria.....	26
IV.3 Perwakilan Negara Indonesia di Hungaria	27
IV.4 Pameran & Kegiatan Promosi Produk HS 3924 di Hungaria.....	28
IV.5 Daftar Importir Produk HS 3924 di Negara Hungaria	28
REFERENSI	30

PETA NEGARA HUNGARIA



Negara-negara tetangga Hungaria

Utara : Slovakia

Selatan : Yugoslavia

Barat : Austria, Slovenia, Kroasia

Timur : Rumania, Ukraina

BAB I – PENDAHULUAN

I.1. Pemilihan Negara

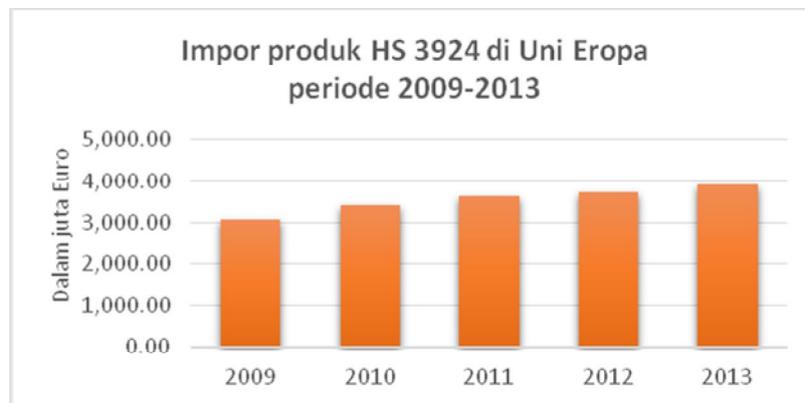
Indonesia adalah salah satu mitra ekonomi utama untuk Hungaria di kawasan Asia Tenggara. Wujud kerjasama ekonomi bilateral kedua negara ini dapat kita lihat salah satunya dengan didirikannya Komisi Bersama Kerjasama Ekonomi Bilateral (JCEC) pada tahun 1988, yang mana setelah dinonaktifkan pada tahun 1993, kembali difungsikan setelah kunjungan Presiden Indonesia ke Hungaria pada tahun 2002. Dalam sidangnya pada tahun 2004 di Jakarta, Kamar Dagang dan Industri kedua negara menyetujui didirikannya *Joint Business Council (JBC)*.

Ekspor utama Hungaria ke Indonesia diantaranya adalah produk farmasi, bahan kimia, produk elektronik dan optik, peralatan teknik dan mesin. Sementara produk Indonesia yang di ekspor ke Hungaria meliputi karet alam, produk karet, tekstil, kelapa sawit, rempah-rempah, kulit, rotan, alas kaki, produk plastik dan barang kerajinan. Khusus untuk produk plastik, walaupun produksi industri dalam negerinya cukup tinggi, Hungaria ternyata masih harus mengimpor produk tersebut dari berbagai negara.

Adapun dasar pemilihan Hungaria sebagai negara tujuan ekspor salah satunya adalah karena letak negara ini yang berbatasan langsung dengan 7 (tujuh) negara Eropa Tengah dan Timur. Hal ini tentu sangat menarik dimana Hungaria dapat berperan sebagai *hub* atau penghubung yang strategis untuk penetrasi pasar ke negara-negara tersebut.

I.2. Pemilihan Produk

Selama periode tahun 2009 – 2013, impor produk peralatan rumah tangga berbahan dasar plastik (HS 3924 - *Tableware, kitchenware, toiletery articles, of plastic*) di Uni Eropa tercatat mengalami pertumbuhan sebesar 5.83%, dengan total nilai impor mencapai lebih dari EUR 3,9 milyar di tahun 2013.



Sumber: Intracen, diolah

Negara-negara pengimpor utama produk HS 3924 adalah Jerman (18,15 %), Perancis (15,7 %), Inggris (12,22 %), Belgia (8,07 %) dan Italia (6,44 %).

Tabel 1. Impor produk HS 3924 di Uni Eropa dari Dunia periode Tahun 2009-2013

No.	Importers	Import value (in thousand euro)					Trend %	EU Market Share %
		2009	2010	2011	2012	2013		
1	Germany	545,352.00	599,982.00	667,895.00	667,937.00	710,471.00	6.57	18.15
2	France	508,506.00	554,161.00	587,403.00	608,639.00	614,464.00	4.84	15.70
3	United Kingdom	376,726.00	424,272.00	436,808.00	465,711.00	478,543.00	5.88	12.22
4	Belgium	257,593.00	265,373.00	297,837.00	308,474.00	316,040.00	5.75	8.07
5	Italy	161,353.00	208,162.00	234,885.00	236,687.00	252,145.00	10.75	6.44
11	Poland	56,751.00	64,847.00	74,045.00	75,947.00	97,489.00	13.20	2.49

No.	Importers	Import value (in thousand euro)					Trend %	EU Market Share %
		2009	2010	2011	2012	2013		
12	Czech Republic	53,532.00	59,977.00	73,920.00	83,081.00	89,199.00	14.42	2.28
13	Portugal	52,764.00	56,914.00	50,738.00	55,870.00	65,993.00	4.38	1.69
17	Hungary	34,669.00	33,832.00	38,954.00	38,359.00	47,544.00	7.87	1.21
18	Slovakia	25,986.00	27,758.00	31,955.00	37,577.00	42,715.00	13.85	1.09
19	Romania	40,969.00	40,279.00	44,258.00	41,054.00	40,372.00	-0.10	1.03
20	Lithuania	15,429.00	18,413.00	19,227.00	21,988.00	26,847.00	13.71	0.69

Sumber: Intracen, diolah

Hungaria berada pada peringkat ke-17 (tujuh belas) namun merupakan pengimpor ke-3 (tiga) terbesar untuk wilayah Eropa Tengah dan Timur dibawah Polandia dan Republik Ceko. Pertumbuhan impor Hungaria selama periode tahun 2009 - 2013 tercatat sebesar 7,87% dengan nilai lebih dari EUR 47,54 juta di tahun 2013 dan *share* pasar sebesar 1,21%. Tingginya angka pertumbuhan impor tersebut menunjukkan bahwa Hungaria memiliki potensi yang cukup besar sebagai negara tujuan ekspor bagi produk terkait dari Indonesia.

Dalam perdagangan internasional, produk peralatan rumah tangga berbahan dasar plastik atau *plastic household* digolongkan kedalam HS 3924 - *Tableware, kitchenware, toiletery articles, of plastic*. Jenis produk yang termasuk didalamnya kemudian terbagi lagi menjadi 2 (dua) kelompok yaitu HS 392410 – *Tableware and kitchenware, of plastics* dan HS 392490 – *Household and toilet articles NES, of plastics*.

HS Code	Keterangan	
HS 392410	<i>Tableware and kitchenware, of plastics</i>	
HS 392490	<i>Household and toilet articles NES, of plastics.</i>	

Dalam *Market Brief* ini akan difokuskan pembahasannya mengenai produk HS 3924 secara keseluruhan, termasuk didalamnya ke-2 (dua) sub kategorinya.

I.3. Profil Negara

Hungaria dengan nama lengkap Republik Hungaria memiliki luas wilayah 93.030 km² (35.920 mil²), dengan populasi sebanyak 9,91 juta jiwa (Jan 2013). Budapest sebagai Ibukota negara berpenduduk lebih kurang 2 juta jiwa. Bahasa yang digunakan adalah 98,2% bahasa Hungaria dan sekitar 1,8% bahasa asing lainnya.



Gambar 1.
Bendera dan lambang Negara Hungaria

Mata uang Hungaria adalah *Hungarian Forint* (HUF). Pemerintah Hungaria sebelumnya telah menunda menetapkan tanggal untuk mengadopsi mata uang Euro sampai reformasi selesai, tetapi kebanyakan pengamat tidak mengharapkan Hungaria masuk zona Euro sebelum tahun 2014.

Sebagai *land-locked country*, Hungaria berbatasan langsung dengan 7 (tujuh) negara yaitu Austria, Slovakia, Ukraina, Romania, Yugoslavia, Kroasia dan Slovenia. Hal ini menyebabkan Hungaria sangat ideal untuk dijadikan sebagai *hub* untuk penetrasi pasar ke wilayah tersebut.

Hungaria memiliki jaringan jalan bebas hambatan berstandar internasional yang menghubungkan kota-kota dagang di negara tersebut dengan negara-negara tetangganya. Selain itu juga terdapat *inland waterways* melalui Sungai Danube dan Sungai Tisza yang dapat dilalui oleh kapal rekreasi maupun perdagangan.

Transisi dari sistem ekonomi tertutup menuju *market oriented economy* di Hungaria berlangsung lebih awal dari negara-negara di



Gambar 2.
Sungai Danube dan Sungai Tisza yang membelah Hungaria, berfungsi sebagai jalur perdagangan dan rekreasi.

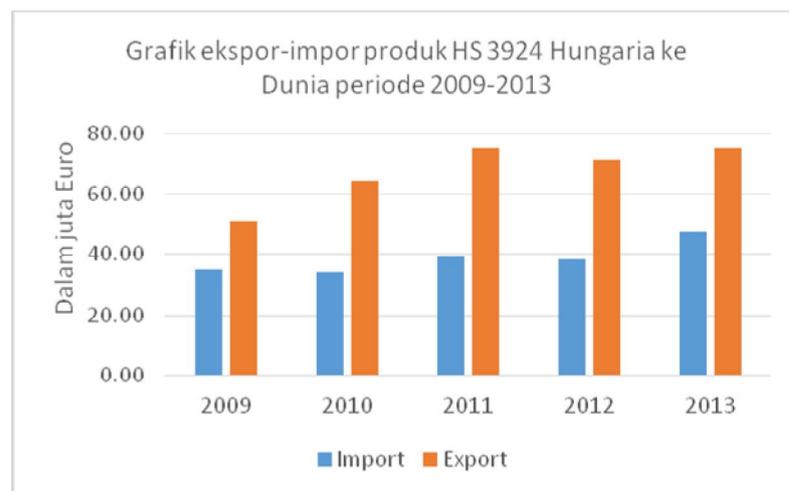
kawasan Eropa Tengah dan Timur lainnya. Sejak bergabung dengan Uni Eropa pada bulan Mei 2004 lalu, peran sektor swasta tercatat lebih dari 80% PDB. Kepemilikan dan investasi asing terhadap perusahaan dan badan usaha di Hungaria juga semakin bertambah. *Cumulative Foreign Direct*

Investment meningkat menjadi lebih dari USD 60 milyar sejak tahun 1989, sedangkan Paritas Daya Beli pada tahun 2008 tercatat sebesar USD 196,6 milyar.

BAB II - POTENSI PASAR NEGARA HUNGARIA

II.1 Ekspor Produk Peralatan Rumah Tangga Berbahan Dasar Plastik (HS 3924) dari Hungaria ke Dunia

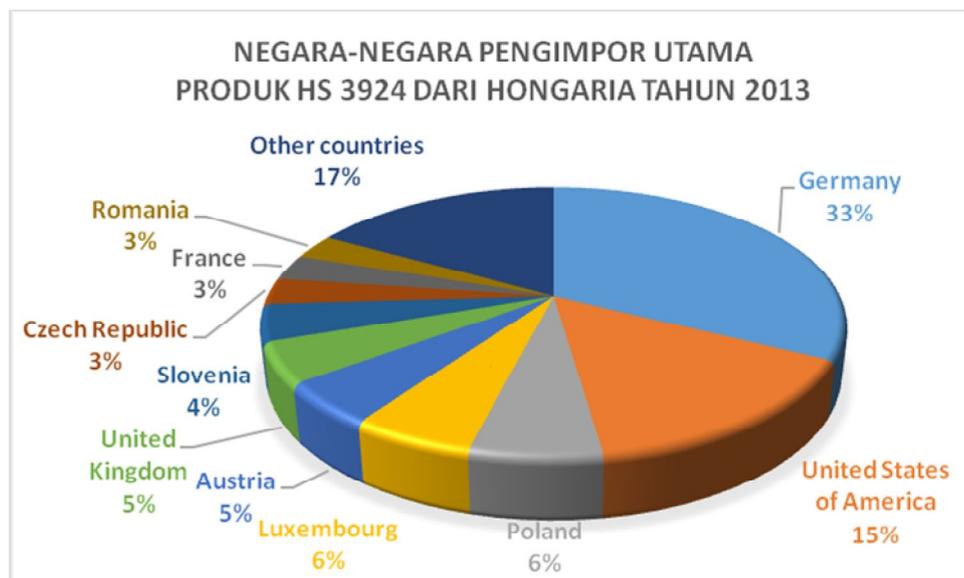
Industri plastik dan *polymer*, yang merupakan cabang dari industri kimia di Hungaria menyumbang sekitar 6% terhadap total produksi industri di negara tersebut. Konsumsi plastik per kapita di negara Hungaria tercatat cukup tinggi yaitu 71 kg/tahun, bila dibandingkan dengan negara-negara Eropa barat dengan konsumsi 100 kg/tahun, 23 kg/tahun di Eropa timur dan 55 kg/tahun di Eropa tengah. Saat ini, sektor industri plastik dan *polymer* di Hungaria masih didominasi oleh sektor pembuatan *packaging* (39%) dan industri konstruksi bangunan (20%). Sementara posisi ke-3 (tiga) terbesar adalah produk HS 3924 yang tergolong kedalam sektor *consumer goods and households*. (sumber: *Hungarian Investment and Trade Agency*).



Sumber : *Intracen, diolah*

Data statistik perdagangan internasional menunjukkan ekspor Hungaria ke Dunia atas produk HS 3924 - *Tableware, kitchenware, toiletery articles, of plastic* selama periode tahun 2009 - 2013 cenderung stabil dalam 3 (tiga) tahun terakhir, dengan total nilai ekspor yang mencapai EUR 74,8 juta pada akhir periode.

Negara-negara tujuan utama ekspor Hungaria untuk produk HS 3924 adalah Jerman, Amerika Serikat, Polandia, Luxembourg, Austria, Inggris, Prancis dan juga ke beberapa negara di Eropa timur.



Sumber : Intracen, diolah

II.2 Potensi Pasar Ekspor Produk HS 3924 di Hungaria

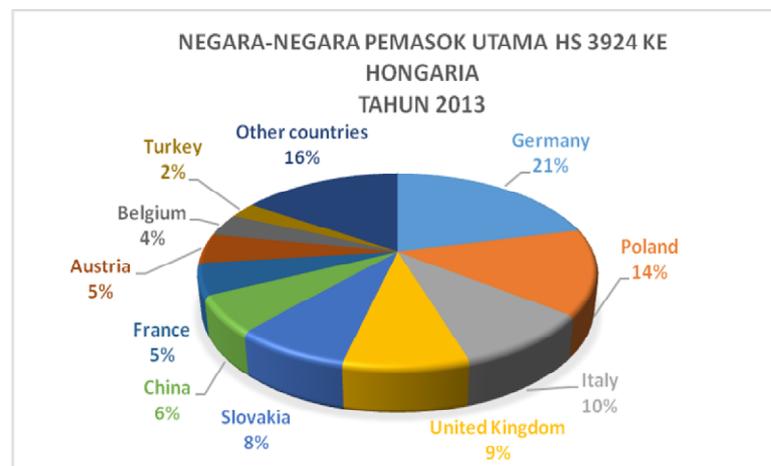
Tabel 2. Negara-negara pemasok utama produk HS 3924 di Hungaria periode Tahun 2009-2013

No.	Exporters	Import value (in thousand euro)				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Germany	9,094.17	9,292.96	9,929.39	8,998.63	10,086.91
2	Poland	4,918.15	5,068.20	6,483.90	5,760.90	6,793.87
3	Italy	5,983.67	5,513.27	5,483.78	4,593.79	4,579.69

No.	Exporters	Import value (in thousand euro)				
		2009	2010	2011	2012	2013
4	United Kingdom	241.64	109.95	2,099.32	2,092.40	4,085.81
5	Slovakia	1,797.61	1,285.50	1,908.34	2,467.96	3,782.40
6	China	2,080.12	2,086.02	2,207.01	1,709.06	2,893.27
19	Thailand	75.29	90.37	190.98	46.65	228.12
22	Hong Kong, China	126.20	195.05	298.67	625.15	142.29
31	India	2.15	189.02	78.98	13.22	28.61
32	Bangladesh	0.00	0.00	0.00	0.00	25.60
36	Indonesia	20.08	0.00	10.77	0.00	12.05
37	Canada	5.02	40.67	10.05	0.00	8.28
38	Bosnia-Herzegovina	13.62	1.51	10.05	3.11	4.52

Sumber : Intracen, diolah

Walaupun banyak melakukan ekspor, Hungaria masih memerlukan impor produk HS 3924 untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Di Hungaria, negara-negara pemasok terbesar produk tersebut adalah Jerman, Polandia, Italia, Inggris, Slovakia dan China. Total nilai impor Hungaria di tahun 2013 tercatat mencapai senilai EUR 47,54 juta.



Sumber : Intracen, diolah

Dari Asia, pasokan produk HS 3924 Hungaria diperoleh dari China, Thailand, Hong Kong, India, Bangladesh dan Indonesia. Di tahun 2013, posisi Indonesia berada di peringkat ke-32 (tiga puluh dua) dengan nilai impor sebesar EUR 12,05 juta, atau dibawah Bangladesh dengan nilai impor sebesar EUR 25,60 juta.

Di tahun 2013, produk *plastic household* dari China berhasil menguasai 6,09% pasar di Hungaria. Nilai ekspor China juga terlihat cenderung terus mengalami peningkatan, walaupun sempat turun di tahun 2012. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena penerapan quota ekspor serta pengecualian China dari daftar negara penerima GSP di Uni Eropa, sehingga produk-produk dari negara tirai bambu tersebut dikenai tariff masuk sebesar 6,5%.

Peningkatan nilai ekspor yang cukup signifikan juga dialami oleh Thailand pada periode tahun 2013. Sama seperti yang dialami negara China, nilai ekspor Thailand sempat turun drastis di tahun 2012, namun kembali meningkat di tahun 2013. Pada tahun tersebut ekspor produk HS 3924 asal Thailand tercatat berhasil menguasai 0,48% pasar di Hungaria.

Produk asal Hong Kong juga ikut meramaikan pasar *plastic household* di Hungaria. Selama periode tahun 2009 - 2013, impor produk asal Negara bagian China tersebut terlihat mencapai puncaknya di tahun 2012, dengan nilai impor mencapai lebih dari EUR 625 ribu. Namun demikian, angka ini tercatat menurun hingga hanya sebesar EUR 142 ribu

di tahun 2013. Selain itu, produk asal Hong Kong juga dikenakan tariff masuk yang sama dengan produk asal China.



Gambar 3.
Berbagai macam perabot rumah tangga
berbahan plastic asal India yang beredar
di Hungaria.

2 (Dua) negara Asia lainnya yang memasok produk *plastic household* ke Hungaria adalah India dan Bangladesh. Selama periode tahun 2009 - 2013, nilai impor barang asal India sempat mencapai puncaknya di tahun 2010 yaitu sebesar EUR 189 ribu. Namun angka ini terus menurun hingga mencapai EUR 13,22 ribu di tahun 2012. Peningkatan mulai terlihat di tahun 2013, namun tetap tidak setinggi nilai impor yang diperoleh di tahun-tahun sebelumnya. Bangladesh tercatat baru mulai melakukan ekspor produk HS 3924 ke Hungaria pada tahun 2013, namun nilai ekspor tersebut tidak terpaut jauh dari nilai ekspor India atas produk terkait.

Ekspor produk HS 3924 dari Indonesia ke Hungaria selama periode tahun 2009 - 2013 terus mengalami fluktuasi. Hungaria tidak mencatat adanya impor produk terkait dari Indonesia di tahun 2010 dan 2012. Nilai ekspor Indonesia pada tahun 2013 pun hanya mencapai senilai EUR 12 ribu saja, yaitu hampir 50% dari nilai ekspor Bangladesh di tahun yang sama. Hal ini sangat disayangkan mengingat banyaknya produk *plastic household* Indonesia yang memiliki kualitas tinggi, desain yang menarik, serta tidak adanya tarif impor yang diberlakukan oleh Hungaria untuk

produk-produk perabot rumah tangga berbahan dasar plastik asal Indonesia.

II.3 Regulasi Impor Produk HS 3924 di Hungaria

Impor produk HS 3924 di Hungaria tunduk kepada peraturan yang berlaku di Uni Eropa, baik mengenai tarif masuk serta persyaratan lain yang menyangkut *product safety* dan standar kesehatan.

II.3.1 Kebijakan Impor Produk HS 3924 di Hungaria

Tidak ada tarif masuk untuk ekspor produk HS 3924 asal Indonesia ke Hungaria, karena Indonesia termasuk dalam daftar negara penerima tarif GSP (*Generalised Scheme of Preferences*). Sementara VAT yang berlaku di Negara Hungaria adalah sebesar 27%.

II.3.2 Persyaratan Non-Tarif Untuk Produk HS 3924 di Hungaria

Persyaratan khusus yang berlaku untuk produk HS 3924 di Hungaria mengacu pada peraturan di Uni Eropa tentang impor produk terkait, yaitu sebagai berikut:

a. *Peraturan umum tentang keamanan produk:*

Produsen diwajibkan untuk hanya menempatkan produk-produk yang aman untuk digunakan oleh konsumen. Bila produsen tidak berada di Uni Eropa, maka kewajiban ini menjadi tanggung jawab perwakilannya di Uni Eropa atau importirnya.



Gambar 4.
Produk peralatan kebersihan
berbahan dasar plastik.

Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan menyangkut keamanan produk, yaitu:

- Karakteristik produk, termasuk diantaranya komposisi bahan, kemasan, instruksi penggunaan dan perawatan produk.
 - Efek dari penggunaan produk tersebut bila digunakan bersamaan dengan produk lain.
 - Bentuk dan penampilan produk, pelabelan, peringatan, instruksi pemakaian serta pembuangan / daur ulang produk dan informasi lainnya menyangkut produk tersebut.
 - Kategori konsumen yang memiliki resiko tinggi ketika menggunakan produk tersebut, khususnya anak-anak dan orang tua.
- b. *Pemeriksaan kesehatan untuk barang-barang yang akan mengalami kontak dengan makanan.*

Standar perlindungan konsumen terutama yang menyangkut pangan di Uni Eropa sangat tinggi, dan didukung oleh ketatnya peraturan yang berlaku.

Semua produk yang dalam penggunaannya akan mengalami kontak secara langsung atau tidak langsung dengan makanan di Uni Eropa harus memenuhi persyaratan hukum yang telah ditetapkan, untuk memastikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen.



Gambar 5.
Beragam jenis wadah makanan dari plastik.

Produk-produk tersebut (misalnya: alat makan plastik, bungkus makanan, wadah plastik, peralatan dapur, dll) harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak mentransfer bahan-bahan yang membahayakan kesehatan, merubah komposisi bahan makanan atau merubah rasa dan aroma makanan dalam skala yang membahayakan.

Pelabelan yang harus diterapkan terhadap produk-produk tersebut adalah simbol gelas dan garpu, yang menandakan bahwa produk tersebut aman untuk digunakan bersamaan dengan produk makanan.

Peraturan Uni Eropa juga mengatur masalah yang menyangkut proses manufaktur produk plastik *food grade*, diantaranya adalah sebagai berikut:

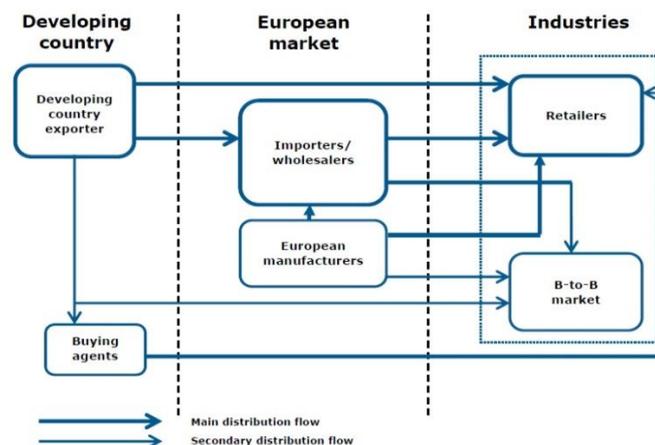
- Standar bahan baku plastik daur ulang yang akan digunakan untuk pembuatan produk wadah makanan.
- Pelarangan peredaran produk plastik yang mengandung Bisphenol A (BPA) untuk produk yang akan mengalami kontak dengan makanan.

- Pembatasan produk melamin dan polyamid asal China, setelah ditemukannya senyawa formaldehid dan aromatic amine yang berbahaya bagi kesehatan.

II.4 Saluran Distribusi Produk HS 3924 di Hungaria

Pendistribusian produk peralatan rumah tangga berbahan plastik di Hungaria dapat melalui berbagai cara, antara lain yaitu melalui importir atau pedagang grosir, langsung melalui *retailer*, agen pembelian maupun melalui *B2B market*.

Gambar 6. Skema jalur distribusi produk HS 3924 di Uni Eropa



Sumber : CBI

Jalur distribusi utama yang disarankan adalah melalui importir / pedagang grosir, atau langsung menghubungi *retailer* setempat yang berminat. Hal ini dapat dilakukan dengan mengkontak secara langsung perusahaan tersebut dan sekaligus mengajukan profil perusahaan serta jenis barang yang diproduksi. Sebelum melakukan kontak, sangat disarankan bagi para eksportir untuk memastikan bahwa produk yang dimiliki sudah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan di negara

tujuan. Bila respon yang diterima cukup positif, langkah yang dapat diambil selanjutnya adalah pengiriman sample produk bila diperlukan.

Jalur lain yang dapat dipilih adalah dengan melalui agen pembelian. Para agen ini biasanya bekerja untuk importir atau perusahaan lokal di negara tujuan untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan perusahaan tersebut. Selain itu, ajang pameran bisnis juga dapat menjadi sarana efektif bagi pemasaran produk di luar negeri, diantaranya untuk mendapatkan calon *buyer* dari segmen B2B.

Apapun jalur pemasaran yang dipilih, sangat penting untuk memastikan terlebih dahulu kredibilitas calon *buyer* tersebut sebelum melakukan transaksi guna untuk mencegah terjadinya penipuan dan kerugian-kerugian lainnya. Hal ini dapat dilakukan melalui riset di berbagai media seperti internet, daftar perusahaan di negara setempat, maupun dengan mengontak perwakilan Kementerian Perdagangan RI di Hungaria.

II.5 Hambatan Lainnya

Berikut adalah beberapa hambatan yang mungkin dihadapi oleh produsen asal Indonesia dalam memasarkan produknya ke luar negeri, khususnya ke Hungaria:

II.5.1. Jarak dan transportasi

Jarak yang cukup jauh antara Indonesia dan Hungaria menyebabkan tingginya biaya logistik bila dibandingkan dengan negara-negara kompetitor lainnya dari kawasan Asia. Disisi lain,

posisi geografis Hungaria yang berbatasan langsung dengan 7 (tujuh) negara Uni Eropa akan sangat menguntungkan untuk pendistribusian barang ke negara-negara disekitarnya, karena pengiriman barang akan menjadi lebih mudah, cepat dan lebih murah.

II.5.2. Komunikasi

Kebanyakan orang Hungaria memiliki kecenderungan untuk melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang mengetahui budaya Hungaria. Sebagai langkah awal, selain penguasaan bahasa Inggris yang baik, pemahaman tentang bahasa dan tatakrama bisnis di Hungaria akan sangat membantu memperlancar komunikasi dan hubungan bisnis selanjutnya.

II.5.3. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran juga merupakan hambatan yang sering terjadi pada proses transaksi. Berikut adalah beberapa sistem pembayaran yang sering digunakan dalam perdagangan Internasional, termasuk Hungaria :

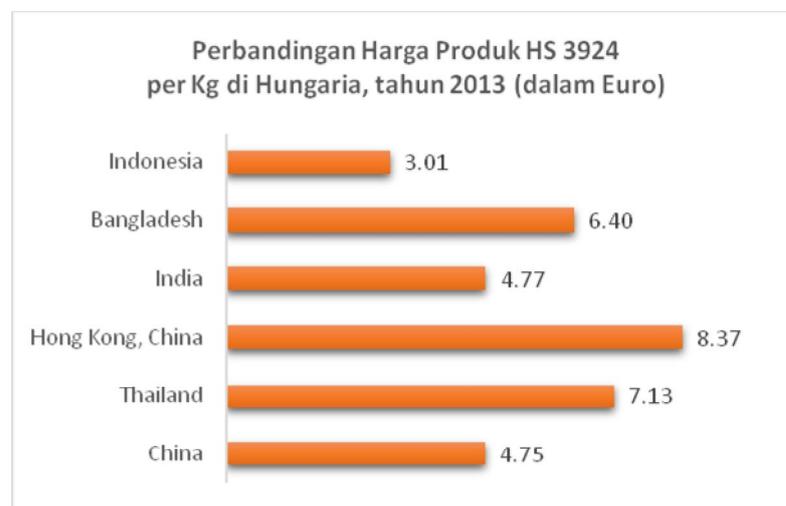
- ✓ *Letter of credit*, atau sering disingkat menjadi L/C, LC, atau LOC, adalah salah satu cara pembayaran internasional yang memungkinkan para eksportir untuk menerima pembayaran tanpa menunggu berita dari luar negeri setelah barang dan berkas dokumen dikirimkan keluar negeri (kepada pemesan).

- ✓ *T/T (Telegraphic Transfer)* adalah sistem pembayaran oleh pembeli untuk mempercepat pengiriman barang dan untuk menghindari pajak dari bank. Dalam hal ini pihak pembeli membayar uang muka sebesar 30% - 50% dengan cara transfer, dan sisanya 50% - 70% dibayarkan setelah pembeli menerima copy dokumen pengiriman barang atau dokumen lain yang diminta melalui fax.

BAB III - PELUANG DAN STRATEGI

III.1 Peluang

Dilihat dari segi harga, harga produk HS 3924 asal Indonesia masih sangat bersaing dengan produk sejenis dari negara-negara kompetitor dari kawasan Asia yaitu China, Hong Kong, India, Thailand dan Bangladesh.



Sumber : *Intracen*, diolah

Dalam perdagangan tahun 2013, lembaga statistik perdagangan internasional, *Intracen*, mencatat bahwa harga rata-rata produk HS 3924 dari Indonesia yang dipasarkan di Hungaria berada pada kisaran EUR 3,01/kg. Harga ini masih jauh lebih murah dibanding dengan harga produk sejenis yang ditawarkan oleh China dan India yang berada pada kisaran EUR 4,75 - EUR 4,77 per kilogram. Sementara itu, produk-produk asal Bangladesh, Hong Kong dan Thailand tercatat dipasarkan pada harga diatas EUR 6 per kilogram.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa produk-produk HS 3924 asal Indonesia masih berpeluang untuk memperbesar *share* pasar produk terkait di Hungaria. Kesempatan untuk memperbesar pasar ini tentu harus didukung dengan keunggulan produk serta strategi pemasaran yang tepat, yang akan dibahas dalam *point* berikut ini.

III.2 Strategi

Berikut adalah beberapa strategi yang disarankan kepada para eksportir Indonesia untuk dapat menembus pasar Hungaria:

- Masyarakat di Eropa pada umumnya sangat sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup. Salah satunya adalah dengan mengurangi jumlah limbah plastik yang dibuang ke lingkungan. Oleh sebab itu, keunggulan akan daya tahan produk yang dipasarkan menjadi sangat penting, disamping kemudahan produk tersebut untuk dapat didaur ulang kembali.

- Dengan beredarnya berbagai macam bentuk peralatan rumah tangga dari plastik saat ini, para produsen diharapkan dapat membuat inovasi-inovasi baru terhadap produk yang dibuatnya. Pengetahuan tentang



kebiasaan dan gaya hidup orang Eropa umumnya dan orang Hungaria khususnya akan sangat membantu dalam menciptakan produk-produk baru yang revolusioner, yang dengan mudah dapat

diadaptasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh konsumen. Sebagai contoh yang dapat dilakukan adalah dengan cara mempelajari kebiasaan orang Hungaria dalam mengemas makanan, membersihkan dan menata rumah, dan lain-lain, dipadukan dengan informasi mengenai *trend* yang sedang berkembang saat itu.

- Transportasi barang melalui laut (*sea freight*) sering menjadi pilihan karena biayanya yang lebih ekonomis. Namun hal ini dapat menjadi kendala ketika



negara tujuan tersebut tidak memiliki akses langsung ke pelabuhan laut, hingga ongkos transportasi menjadi lebih mahal. Dari Indonesia ke Hungaria, pengiriman lewat *sea freight* dapat dilakukan melalui pelabuhan laut di Uni Eropa seperti Hamburg, Rijeka dan Koper kemudian dilanjutkan dengan menggunakan transportasi darat (*overland trucking*). Bila kebutuhan barang sangat mendesak, pilihan lain adalah melalui kargo udara (*air freight*) dengan opsi *airport-to-airport* yang lebih ekonomis dibandingkan dengan layanan *door-to-door*. Perlu diperhatikan pula bahwa berat kargo menjadi faktor utama yang menentukan harga pengiriman dengan *air freight*.

- Berperan aktif dalam mengikuti kegiatan pameran bertaraf internasional yang diselenggarakan oleh pihak Hungaria maupun Uni Eropa. Dengan mengikuti kegiatan pameran ini, para eksportir

dapat mengambil beberapa manfaat besar yaitu diantaranya dapat bertemu secara langsung dengan para calon *buyer*, sekaligus mempelajari produk-produk dari negara kompetitor.

- Ikut serta secara aktif dalam berbagai pelatihan ekspor yang dilakukan oleh berbagai lembaga Pemerintah maupun luar negeri.
- Peningkatan pengamanan pasar, antara lain dengan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) yang didukung kesiapan baik secara infrastruktur, penelitian, maupun sumber daya manusia yang kompeten.
- Mempromosikan produk melalui media *online*, seperti pembuatan website perusahaan dan *e-commerce*, terutama bagi perusahaan yang sudah siap namun belum pernah melakukan ekspor sebelumnya. Hal ini sangat berguna untuk dapat meningkatkan kepercayaan calon *buyer* terhadap kredibilitas perusahaan.

BAB IV – INFORMASI PENTING

IV.1. TPO dan Kedutaan Negara Hungaria di Indonesia

No	Lembaga/ Institusi	Contact Detail
1.	Kedutaan Besar Negara Hungaria di Indonesia	Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X/3, 12950 - Jakarta Selatan Phone: +62-21-520-3459, +62-21-520-3460 Fax: +62-21-520-3461 E-mail: mission.jkt@kum.hu Website: www.mfa.gov.hu/emb/jakarta

IV.2. Asosiasi dan Institusi Terkait Untuk Produk HS 3924 di Hungaria

No	Lembaga/ Institusi	Contact Detail
1.	Váminformáció (<i>Customs Information Centre</i>) Vám- és Pénzügyőrség (<i>Hungarian Finance & Customs Guard</i>)	Hungária krt. 112-114, 1143 Budapest, Hungary Phone: +36 1 470 4121, +36 1 470 4122 Fax: +36 1 470 4120 E-mail: vam.info@mail.vpop.hu
2.	Nemzeti Külgazdasági Hivatal [<i>Hungarian Investment and Trade Agency</i>]	Honvéd utca 20, 1055 Budapest, Hungary Phone: +36 1 872-6520 Fax: +36 1 872-6699 E-mail: info@hita.hu Website: www.hita.hu

No	Lembaga/ Institusi	Contact Detail
3.	Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal (Hungarian Trade Licensing Office) Engedélyezési Főosztály (Licensing Department)	Margit krt. 85, 1537 Budapest, Hungary Phone: +36 1 336 7316 Fax: +36 1 336 7302 E-mail: foosztaly.engedely@mkeh.hu Website: http://www.mkeh.hu
4.	Hungarian Chamber of Commerce and Industry	Kossuth Lajos tér 6-8, 1055 Budapest, Hungary Phone : +36 1 4745120, +36 1 4745141 Fax : + 36 1 4745123, + 36 1 4745149 E-mail : mkik@mkik.hu Website : www.mkik.hu

IV.3. Perwakilan Indonesia di Negara Hungaria

No	Lembaga/ Institusi	Contact Detail
1.	Kedutaan Besar Republik Inonesia di Hungaria	Városligeti fasor 26, 1068 Budapest, Hungary Phone: +36 1 413 3800 Fax: +36 1 322 8669 E-mail: embassy@indonesianembassy.hu Website: http://www.indonesia.hu/
2.	Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Budapest	Bajcsy Zsilinzsky út 12, 1 st Floor 101, 1051 Budapest, Hungary Phone : (+36-1) 317 6382 Fax: (+36-1) 266 0572 Email: inatrade@itpc-bud.hu Website: www.itpc-bud.hu

IV.4. Pameran dan Kegiatan Promosi Produk HS 3924 di Hungaria

No	Nama kegiatan	Waktu	Keterangan
1.	<i>Home Design Budapest</i>	15-19 April 2015 (tiap tahun)	<p>Pameran dagang internasional yang memamerkan berbagai produk mulai dari industri mebel, aksesoris rumah, <i>household</i>, dan lain-lain.</p>  <p>Lokasi: Hungexpo - Budapest Fair Center Albertirsai út 10. H-1101 Budapest, Budapest, Hungary</p> <p>Trade Show Contact: otthondesign@hungexpo.hu http://www.otthon-design.hu/</p> <p>Fair organizer: Hungexpo C.Co.Ltd. Albertirsai út 10 H-1101 Budapest, Hungary Tel: +36 (0)1 2636000 Fax: +36 (0)1 2636098 hungexpo@hungexpo.hu www.hungexpo.hu</p>

IV.5. Daftar Importir Produk HS 3924 di Negara Hungaria

No.	Perusahaan	Contact Detail
1.	Tesco Global Áruházak Zrt.	<p>2040 Budaörs, Kinizsi u. 1-3, Hungary</p> <p>Contact person: Pálinkás Zsolt (purchasing)</p> <p>E-mail: ybagany@hu.tesco-europe.com</p> <p>Website : http://tesco.hu</p>

No.	Perusahaan	Contact Detail
2.	Bauhaus	2120 Dunakeszi, Pallag u. 9, Hungary Phone: +36 27 886-160 Fax.: +36 27 886-165 E-mail: info@bauhaus.hu Website: http://www.bauhaus.hu
3.	Auchan Magyarország Kft.	1113 Budapest, Bocskai ut 134 – 146, Hungary Phone: +36 1 887 4500 E-mail: auchan@auchan.hu Website: http://www.auchan.hu/
4.	Kika Lakberendezési Kft.	2040 Budaörs, Kinizsi utca 5, Hungary Phone: +36 23 448 000 Fax: +36 23 448 021 E-mail : info @kika.hu Website: www.kika.hu
5.	Baumax Magyarország Kft.	2040 Budaörs, Sport utca 3, Hungary Phone: +36 501610 Fax: +36 501490 E-mail: bl0422@baumax.com Website: www.baumax.hu

REFERENSI

- International Trade Center, <http://www.intracen.org/>
- European Commission, Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- European Commission, Export Helpdesk,
<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>
- Ministry for Foreign Affairs of the Republic of Hungary, *The Hungarian - Indonesian economic relations*,
http://www.mfa.gov.hu/kulkepviselet/ID/en/en_Bilateralis/en_bi_eco.htm?printable=true
- Encyclopedia of the Nations,
<http://www.nationsencyclopedia.com/Europe/Hungary-INDUSTRY.html#ixzz2bkY352MH>