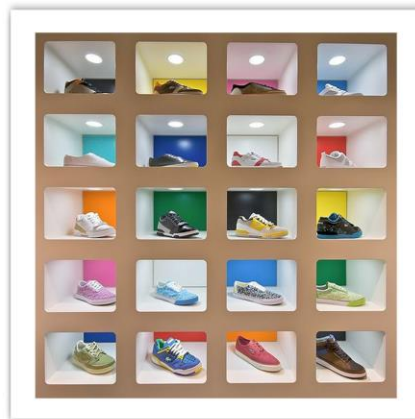




MARKET BRIEF
Produk Alas Kaki
(HS 64)
Di Hongaria



ITPC BUDAPEST
Indonesian Trade Promotion Center
the bridge of business

H - 1051 Budapest, Bajcsy Zsilinszky út 12. 1st Floor No. 101.
Tel: (36 1) 317 6382, Fax: (36 1) 266 0572
inatrade@itpc-bud.hu, www.itpc-bud.hu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME kami panjatkan karena berkat rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan penulisan *market brief* perdagangan produk alas kaki di Hongaria ini.

Alas kaki sebagai salah satu bagian dari mode, merupakan komoditi yang banyak diproduksi di Indonesia. Banyak dari produk alas kaki buatan Indonesia dapat ditemukan di berbagai negara di luar negeri dengan merek atau *brand* tertentu. Ini merupakan bukti bahwa produk alas kaki Indonesia dapat memenuhi standar yang diminta dan berkualitas tinggi.

Dalam *market brief* ini akan dibahas mengenai informasi perdagangan produk alas kaki di Hongaria, disamping itu akan dipaparkan bagaimana regulasi yang berkaitan dengan produk, informasi maupun hambatan serta strategi perdagangannya. Dari informasi yang terkumpul diharapkan dapat digunakan untuk membuka wawasan dan membantu para pengusaha dan eksportir produk alas kaki di Indonesia dalam upaya untuk memperluas jaringan pasar dan pengembangan produknya di Hongaria. Penyusun menyadari bahwa isi dari *market brief* ini masih ada kekurangan oleh karena itu saran, masukan dan kritik yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan oleh penyusun demi meningkatkan kualitas penulisan *market brief* selanjutnya.

Budapest, Oktober 2017

Hikmat Rijadi
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
PETA NEGARA HONGARIA	5
1. PENDAHULUAN	6
1.1 Pemilihan Negara.....	6
1.2 Pemilihan Produk.....	8
1.3 Profil Singkat Negara Hongaria... ..	10
2. POTENSI PASAR PRODUK ALAS KAKI DI HONGARIA	13
2.1 Ekspor – Impor Produk Alas Kaki Hongaria	13
2.2 Potensi Pasar Ekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria	16
2.3 Kebijakan Impor Alas Kaki di Hongaria	19
2.3.1 Regulasi Alas Kaki	19
2.3.2 Ketentuan Label	21
2.3.3 Ketentuan Pengemasan	22
2.3.4 Ketentuan Tarif	22
2.4 Saluran Distribusi Produk Alas Kaki	23
2.5 Hambatan Lainnya	24
3. PELUANG DAN STRATEGI	26
3.1 Peluang	26
3.2 Strategi	27
4. INFORMASI PENTING LAINNYA	29
4.1 TPO dan kedutaan Besar Hongaria di Indonesia	29
4.2 Asosiasi & Institusi Terkait Produk Alas Kaki di Hongaria	29
4.3 Pameran & Kegiatan Promosi Alas Kaki di Hongaria	29
4.4 Perwakilan Indonesia di Hongaria	31
4.5 Daftar Importir & Distributor Alas Kaki di Hongaria	31
REFERENSI	33

Daftar Gambar, Grafik dan Tabel

Gambar

Gambar 1. Label dan Simbol pada Produk Alas Kaki	21
Gambar 2. Skema Jalur Impor & Distribusi Alas kaki di Hongaria.....	24
Gambar 3. Komposisi Harga Alas kaki di Hongaria	27

Grafik

Grafik 1. Ekspor Produk Alas kaki Hongaria	13
Grafik 2. Impor Produk Alas kaki Hongaria	14
Grafik 3. Negara Pengekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria	16

Tabel

Tabel 1. Negara Pengekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria	15
Tabel 2. Nilai Ekspor Produk Alas kaki Indonesia	16
Tabel 3. Daftar Negara Tujuan Ekspor Produk Alas kaki Indonesia	17
Tabel 4. Daftar <i>Legal Requirement</i> untuk Produk Alas kaki	19
Tabel 5. <i>Non-Legal Requirement</i> untuk Produk Alas kaki	20
Tabel 6 Tarif Impor Produk Alas Kaki dari Indonesia	23
Tabel 7. Daftar Negara Asia Pemasok Produk Alas kaki ke Hongaria.....	26

PETA NEGARA HONGARIA



Negara Tetangga Hongaria :

Utara : Slovakia

Timur : Ukraina, Romania

Selatan : Serbia, Kroasia

Barat : Austria, Slovenia

1. PENDAHULUAN

1.1 Pemilihan Negara

Hongaria mengalami perkembangan ekonomi yang cukup tinggi sejak bergabung menjadi Uni Eropa pada tahun 2004. Posisi Hongaria yang berada di Eropa Tengah sangatlah strategis, sehingga dapat menjadikan negara ini sebagai tempat penetrasi pasar untuk Eropa Barat dan Timur. Hongaria juga menjalin hubungan yang baik dengan Uni Eropa bahkan dengan banyak negara, hal ini dapat dilihat dari jumlah perdagangan ekspor dan impor yang mengalami peningkatan cukup bagus setiap tahunnya.

Hubungan baik antara Indonesia dan Hongaria dimulai pada tahun 1988, ini dibuktikan dengan didirikannya Komisi Bersama Kerjasama Ekonomi Bilateral (*Joint Commission on Birateral Economic Cooperation JCEC*), untuk mempererat hubungan bilateral diadakan kunjungan Presiden Republik Indonesia ke Hongaria pada tahun 2001, serta kunjungan balasan dari Pemerintah Hongaria pada tahun yang sama. Melalui sidang JCEC yang diadakan di Jakarta pada tahun 2004, dibentuk kesepakatan untuk mendirikan Dewan Bisnis Bersama (*Joint Business Council-JBC*) dengan tujuan untuk meningkatkan lagi hubungan perdagangan dan industri kedua negara. Peningkatan kerja sama ini dilatarbelakangi oleh potensi yang dimiliki oleh masing-masing negara. Hongaria melihat Indonesia sebagai mitra dagang yang sangat penting mengingat potensi pasar Indonesia paling besar di kawasan ASEAN.

Indonesia juga melihat Hongaria sebagai satu jalan untuk melakukan penetrasi pasar untuk kawasan Eropa Barat dan Eropa Timur.

Perkembangan peningkatan hubungan bilateral Indonesia-Hongaria dalam 5 (lima) tahun terakhir dibuktikan dengan adanya kunjungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono berserta Kabinet Indonesia Bersatu II pada bulan Maret 2013. Pemerintah Hongaria yang dipimpin oleh Perdana Menteri Hongaria melakukan kunjungan balasan pada bulan Februari 2016. Dalam kunjungan tersebut Perdana Menteri Hongaria di damping oleh 4 (empat) Menteri Kabinetnya serta kurang lebih 50 (lima puluh) delegasi pelaku usaha untuk bidang manufaktur, perhotelan, retail, energi, keuangan dll.

Berdasarkan sumber data *Eurostat*, komoditas impor utama Hongaria dari Indonesia antara lain karet, produk-produk peralatan elektronik dan listrik, mesin, perlengkapan untuk kendaraan otomotif dan industri, bahan kimia organik, kertas, produk pertanian dan lainnya dengan total nilai impor yang mencapai € 136,79 juta pada tahun 2016, dimana mengalami penurunan setelah sebelumnya sempat mencatatkan nilai impor yang mencapai € 154,18 pada 2015.

Sementara ekspor Hongaria ke Indonesia terus menunjukkan adanya peningkatan sejak tahun 2014 dengan produk ekspor unggulan berupa produk mesin, elektronik mesin, optik dan peralatan medis, farmasi, bahan kimia organik, dll dimana pada tahun 2016, total nilai ekspornya tercatat senilai € 45,58 juta yang mengalami peningkatan setelah sebelumnya hanya mencatat nilai € 43,20 juta pada tahun 2015.

1.2 Pemilihan Produk

Krisis ekonomi yang menimpa banyak negara di Eropa ditengarai menjadi salah satu penyebab menurunnya tingkat konsumsi alas kaki secara domestik secara rata – rata di Eropa. Kendatipun hal tersebut tidak mengurangi minat banyak negara untuk tetap melakukan penetrasi pasar produk alas kaki ke Eropa. Jika dibandingkan dengan negara – negara di kawasan yang lain, pendapatan perkapita masyarakat di Eropa masih lebih tinggi serta kondisi geografis negara – negara di Eropa yang memiliki 4 (empat) musim yang berbeda yang mana menuntut masyarakat di Eropa untuk menggunakan alas kaki yang disesuaikan dengan kondisi cuaca. Hal inilah yang menyebabkan Eropa masih menjadi target pasar untuk produk alas kaki.

Selain dikenal sebagai salah satu pusat kreatifitas di bidang mode, reputasi merek - merek Eropa secara global turut menciptakan peluang bagi eksportir dari negara berkembang menjangkau pasar yang lebih besar untuk produk - produk alas kaki di dalam maupun di luar Eropa. Produk alas kaki dengan merek Eropa sering kali diproduksi di negara - negara berkembang, namun karena *brand image* yang telah melekat, pada akhirnya produk tersebut dikirim ke berbagai negara berkembang karena permintaan pasar yang tinggi.

Untuk memenuhi permintaan dan menghindari biaya produksi lokal yang tinggi, banyak perusahaan Eropa yang sudah memindahkan kegiatan produksinya ke negara-negara dengan upah lebih rendah atau mengambil produk dari pemasok independen dengan menerapkan

standar dan kualitas mutu barang, serta desain yang masih dibawah pengawasan perusahaan pembeli tersebut. *China* masih merupakan sumber utama untuk industri alas kaki, biaya produksi yang ditawarkan lebih murah ditambah ketersediaan bahan baku yang memotong mata rantai produksi sehingga produk dapat diproduksi lebih cepat menjadi alasannya. Seiring dengan berkembangnya *China* sebagai “pabrik dunia” dengan infrastrukturnya yang mapan, upah pekerja di *China* terus melonjak, disisi lain berakhirnya kerja sama perdagangan bebas dengan Uni Eropa menyebabkan adanya biaya masuk untuk produk alas kaki dari *China*. Hal ini membuka kesempatan bagi negara-negara baru yang dapat menawarkan produk alas kaki dengan harga yang lebih rendah untuk memasuki pasar Eropa. Bangladesh, Indonesia, Viet Nam dan Kamboja kini dikenal sebagai negara pemasok baru yang dapat diperhitungkan untuk produk alas kaki.

Klasifikasi alas kaki dalam *Harmonized System (HS) code* dapat digolongkan secara garis besar berupa:

- 1) HS 6401 - alas kaki yang kedap air dimana bagian sol dan atasannya terbuat dari bahan karet atau plastik,
- 2) HS 6402 - alas kaki yang bagian sol dan atasannya terbuat dari bahan karet atau plastik,
- 3) HS 6403 - alas kaki yang bagian sol terbuat dari bahan karet, plastik, kulit atau campuran kulit dan atasannya terbuat dari kulit,
- 4) HS 6404 - alas kaki yang bagian sol terbuat dari bahan karet, plastik, kulit atau campuran kulit dan atasannya terbuat dari tekstil,

- 5) HS 6405 – alas kaki yang bagian sol terbuat dari bahan karet atau plastik dan atasannya terbuat dari bahan selain karet, plastik, kulit atau tekstil.

Untuk produk alas kaki, kode HS 2 (dua) digit yang relevan tercantum pada bagian HS64. Jumlah produk yang tertera dalam kode HS64 sangat banyak termasuk didalamnya aksesoris alas kaki, akan tetapi pada *market brief* kali ini produk yang akan dipaparkan secara lebih detail adalah pada 5 (lima) produk dengan kode HS 6401 – 6405.

1.3. Profil Singkat Negara Hongaria

Hongaria terletak pada posisi strategis di benua Eropa, dengan nama resmi Republik Hongaria, memiliki luas wilayah sebesar 93.030 km² (35.920 mil²). Total keseluruhan penduduk Hongaria sebanyak 9.79 juta orang (2017¹) dimana 67,6 % penduduknya berada pada rentang umur 15 – 64 tahun. Budapest adalah ibu kota negara yang total populasinya lebih kurang 1,8 juta orang². Mata uang Republik Hongaria adalah *Hungarian Forint* (HUF) sedangkan bahasa yang digunakan 98,2% menggunakan bahasa Hongaria dan selebihnya 1,8% bahasa lainnya. Mayoritas penduduk Hongaria memeluk agama Katolik Roma yaitu sebanyak 67,5%, penganut calvinis 20%, Lutheran 5%, Yahudi 5% dan Atheis 2,5%.

Pertumbuhan ekonomi Hongaria terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini dapat dibuktikan dari berkurangnya jumlah pengangguran yaitu dari 4,4% pada tahun 2016 berkurang menjadi 4,2%

¹ Eurostat

² Data pada tahun 2016

pada semester pertama 2017³. Hongaria merupakan salah satu negara yang tidak terkena dampak serius krisis ekonomi pada tahun 2008, hal ini dikarenakan stabilnya perkembangan ekonomi Hongaria yang ditopang dari banyaknya investasi asing langsung (FDI) untuk sektor industri, otomotif, perakitan dan serta upaya dari pemerintah Hongaria dalam mengatasi isu ekonomi jangka pendek. Liberalisasi secara ekstensif yang dilakukan oleh pemerintah Hongaria juga merupakan salah satu cara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang baik kedepannya melalui privatisasi dan pengenalan hukum-hukum perdagangan yang komprehensif dengan melibatkan investasi asing ini.

Tingkat pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Hongaria mengalami pertumbuhan yang cukup baik dalam beberapa tahun ini. Sejak tahun 2014 pertumbuhan PDB sekitar 3,62% meningkat menjadi 4,87% pada tahun berikutnya dan pada tahun 2016 peningkatan agak melambat yaitu 2,72%, sedangkan tingkat inflasi di Hongaria dalam beberapa tahun mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu sebesar 0,02% (2014) kemudian meningkat menjadi 0,06% (2015) dan kembali meningkat menjadi 0,45% (2016). Walaupun Hongaria telah terdaftar sebagai negara anggota Uni Eropa sejak tahun 2004, namun Hongaria belum mengadopsi mata uang Euro sebagai nilai tukar, karena pemerintah masih menitikberatkan pada upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi Hongaria menuju *market oriented economy* yang nantinya memiliki daya saing di benua Eropa.

³ Hungarian Central Statistical Office

Hongaria memiliki pondasi ekonomi yang cukup stabil, terutama setelah bergabung dengan Uni Eropa pada Mei 2004 lalu. Tercatat perkembangan sektor swasta mampu meningkatkan perekonomian negara lebih dari 80% PDB dan pelibatan investasi asing di Hongaria juga selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya sebagai imbas dari kestabilan ekonomi yang stabil dalam satu dekade ini.

Berdasarkan sumber dari data yang berhasil di himpun tercatat bahwa *Cumulative Direct Investment* semakin meningkat berlipat ganda sejak tahun 1989 lebih dari 60 milyar, sedangkan untuk GDP juga terlihat mengalami kenaikan dari € 112.920 Milyar pada tahun 2015 menjadi € 109.9674 Milyar pada tahun 2016⁴. Pendapatan perkapita Hongaria juga terlihat mengalami kenaikan yang positif sejak tahun 2013 yaitu dari USD 23.019 naik menjadi USD 25.381 pada tahun 2016⁵.

⁴ Hungarian Central Statistical Office

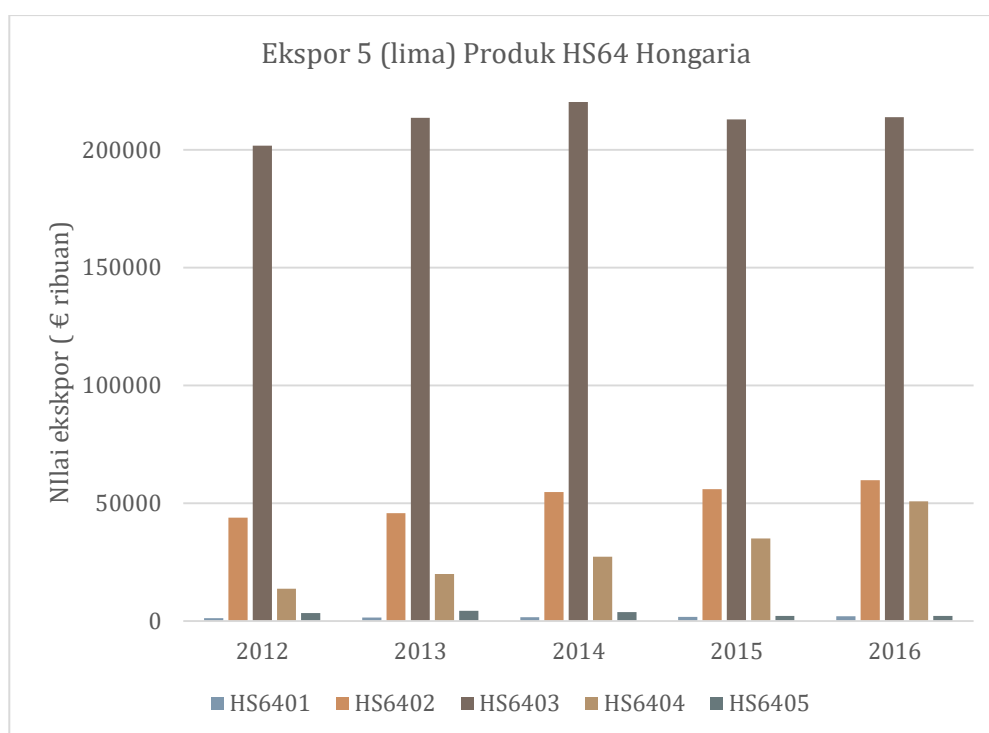
⁵ World bank

2. POTENSI PASAR PRODUK ALAS KAKI DI HONGARIA

2.1 Ekspor-Impor Produk Alas Kaki Hongaria

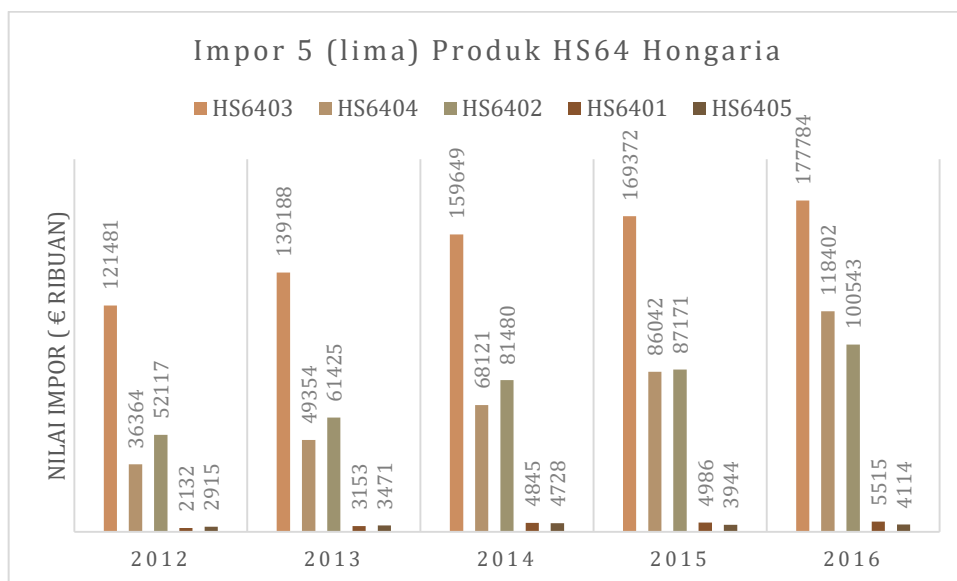
Berdasarkan transaksi perdagangannya, Hongaria memproduksi dan melakukan kegiatan ekspor untuk beberapa produk, *International Trade Center* (ITC) mencatat bahwa Hongaria melakukan ekspor untuk produk HS64 alas kaki dengan produk unggulan seperti dalam grafik berikut:

Grafik 1. Ekspor Produk Alas kaki Hongaria



Total nilai ekspor Hongaria untuk ke-5 (lima) produk HS64 tersebut terus mengalami peningkatan dari € 263,82 juta di tahun 2012, menjadi € 328,48 juta di tahun 2016, dimana nilai terbesar berasal dari produk alas kaki yang bagian sol terbuat dari bahan karet, plastik, kulit atau campuran kulit dan atasannya terbuat dari kulit HS6403 senilai 65% dari total ekspor.

Grafik 2. Impor Produk Alas kaki Hongaria



Melihat catatan impor yang diperoleh dari sumber data ITC, sejak tahun 2012 hingga tahun 2016 terjadi peningkatan impor Hongaria untuk ke-5 (lima) produk HS64 dari sebesar € 215,00 juta pada tahun 2012 menjadi € 406,36 juta ditahun 2016, dengan produk utama yang masih mendominasi adalah HS6403. Dari grafik juga dapat dilihat bahwa dalam 2 (dua) tahun terakhir terjadi kecenderungan meningkatnya impor produk alas kaki HS6404 yang berupa alas kaki untuk olah raga. 10 (sepuluh) negara pengekspor terbesar untuk produk alas kaki HS64 ke Hongaria pada tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut⁶ :

⁶ International Trade Center

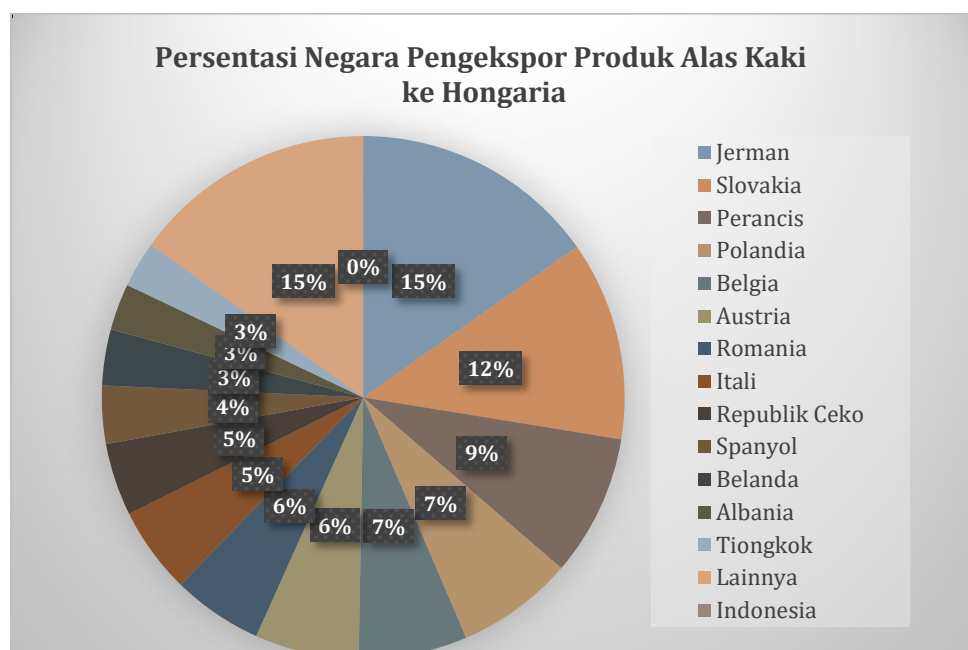
**Tabel 1. Negara Pengekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria
(Periode Tahun 2016)**

No.	Negara	Nilai Impor*
1.	Jerman	83.949
2.	Slovakia	67.986
3.	Perancis	48.239
4.	Polandia	39.900
5.	Belgia	37.007
6.	Austria	35.476
7.	Rumania	30.862
8.	Italia	29.445
9.	Republik Ceko	24.733
10.	Spanyol	19.812

*unit : € ribuan

Secara umum total nilai ekspor produk kode HS64 alas kaki dari Indonesia ke Hongaria hanya mengambil porsi 0,015% dari total nilai impor alas kaki Hongaria dari seluruh dunia.

Grafik 3. Negara Pengekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria



2.2 Potensi Pasar Ekspor Produk Alas Kaki ke Hongaria

Indonesia mempunyai beberapa kawasan industri yang menghasilkan produksi alas kaki, seperti di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Riau, Sumatera Barat dan Jabodetabek. Berdasarkan data perdagangan di *International Trade Center*, produk alas kaki Indonesia disebar ke seluruh dunia dengan nilai perdagangan seperti terlihat pada tabel berikut⁷ :

Tabel 2. Nilai Ekspor Produk Alas kaki Indonesia

HS Code	2012*	2013*	2014*	2015*	2016*
6401	6.447	11.089	13.830	16.527	12.491
6402	420.226	403.703	484.082	499.455	463.083

⁷ International Trade Center

HS Code	2012*	2013*	2014*	2015*	2016*
6403	1.707.455	1.710.571	1.680.142	2.075.216	2.042.297
6404	521.957	681.812	801.788	1.328.670	1.542.721
6405	24.263	19.948	8.626	31.150	28.723

*unit : € ribuan

Total nilai ekspor untuk ke-5 (lima) produk untuk kode HS64 tersebut terus meningkat dari € 2,68 Milyar pada tahun 2012 menjadi € 4,09 Milyar pada tahun 2016, dengan nilai kontribusi terbesar berasal dari HS6403 yaitu produk alas kaki yang bagian sol terbuat dari bahan karet, plastik, kulit atau campuran kulit dan atasannya terbuat dari kulit. 10 (sepuluh) negara importir terbesar produk alas kaki dari Indonesia (untuk tahun 2016) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Daftar Negara Tujuan Ekspor Produk Alas kaki Indonesia

No.	Negara	Nilai Impor*
1.	USA	1.171.910
2.	<i>China</i>	353.856
3.	Belgia	307.831
4.	Jerman	293.767
5.	Jepang	275.612
6.	Inggris	206.642
7.	Belanda	177.379

No.	Negara	Nilai Impor*
8.	Korea Selatan	162.365
9.	Italia	120.431
10.	Australia	87.702

*unit : € dalam ribuan

Saat ini ekspor alas kaki dari Indonesia terbesar diperuntukan ke USA, *China*, Belgia dan Jerman sedangkan ekspor ke Hongaria hanya menempati peringkat ke-62 (enam puluh dua) dari seluruh ekspor alas kaki Indonesia ke seluruh dunia. Masuknya produk alas kaki Indonesia ke USA, *China*, Belgia dan Jerman menjadi salah satu indikator bahwa produk tersebut dapat memenuhi persyaratan dari negara-negara yang merepresentasikan standar untuk area yang berbeda yaitu Amerika dan Uni Eropa dengan kualitas dan standar yang memenuhi persyaratan dari negara tersebut.

Nilai total ekspor untuk produk HS64 alas kaki dan aksesorisnya dari Indonesia ke Hongaria dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan dari sebelumnya € 425 ribu di tahun 2014 menurun menjadi sekitar € 82 ribu pada tahun 2016⁸.

⁸ International Trade Center

2.3 Kebijakan Impor Alas Kaki di Hongaria

2.3.1 Regulasi Alas kaki

Terdapat regulasi atau persyaratan yang diminta oleh pembeli di Uni Eropa termasuk Hongaria yang terdiri dari 2 (dua) kelompok yaitu *legal requirements* dan *non-legal requirements*. *Legal requirements*/persyaratan legal merupakan hal yang wajib dipenuhi untuk bisa masuk ke pasar Uni Eropa dan bila gagal maka tidak diperbolehkan memasuki pasar Uni Eropa. Berikut adalah daftar persyaratan yang diterapkan:

Tabel 4. Daftar *Legal Requirement* untuk Produk Alas kaki

Peraturan	Sumber	Deskripsi
<i>EU legislation: Product Contain of Chemical</i>	1907/2006/EC <i>Regisration, evalution and authorisation of Chemical (REACH)</i>	Sistem tunggal yang terintegrasi untuk registrasi, evaluasi dan otorisasi untuk produk yang mengandung kimia.
		Jika ada bahan PVC dalam produk alas kaki, maka tidak diperbolehkan mengandung <i>organotin compound dioctyltin (DOT)</i> .
		Produk alas kaki yang terbuat dari kulit tidak boleh mengandung <i>Azodyes</i> .
		Produk alas kaki yang terbuat dari kulit tidak boleh mengandung <i>Nonylphenol</i> dan <i>nonylphenol ethoxylates</i> .
		Untuk alas kaki yang menggunakan bahan kulit tidak boleh mengandung <i>short chain chlorinated paraffins (SCCPs)</i> .

	<i>EC No. 850/2004</i>	Produk alas kaki yang berbahan kulit atau tekstil tidak boleh mengandung <i>Perfluorooctane sulphonate</i> (PFOS), yaitu bahan yang digunakan untuk membuat bahan kulit atau tekstil menjadi resistan terhadap air.
<i>Convention on International Trade in Endangered Species (CITES)</i>	<i>Regulation 338/97</i>	Jika produk alas kaki menggunakan bahan yang berasal dari tumbuhan dan hewan liar harus memenuhi persyaratan ini.
<i>General Safety Requirement</i>	<i>General Product Safety Directive 2001/95/EC.</i>	Produk yang dipasarkan di Uni Eropa harus memenuhi persyaratan keamanan untuk tujuan keamanan bagi konsumen.

Tabel 5. Non-Legal Requirement untuk Produk Alas kaki

Peraturan	Deskripsi
<i>European Rules for Trade</i>	Persyaratan mengenai regulasi dan pelabelan sangat relevan untuk menghindari hambatan teknis dan <i>non-tariff</i> .
<i>Business Social Compliance Initiative (BSCI)</i> ⁹	BSCI adalah sistem <i>auditing</i> untuk memantau kinerja sosial para pemasok. Ini telah dikembangkan oleh pengecer Uni Eropa untuk memperbaiki kondisi sosial di negara-negara pemasok.
<i>Global Organic Textile Standard (GOTS)</i> ¹⁰	GOTS adalah standar pengolahan tekstil untuk serat organik. Tanda mutu ini dapat diperoleh saat produsen mematuhi standar tanggung jawab sosial dan produk tersebut mengandung serat organik minimum 70%. GOTS dapat diterapkan untuk produk alas kaki yang menggunakan tekstil.

⁹ <http://www.bsci-intl.org/>

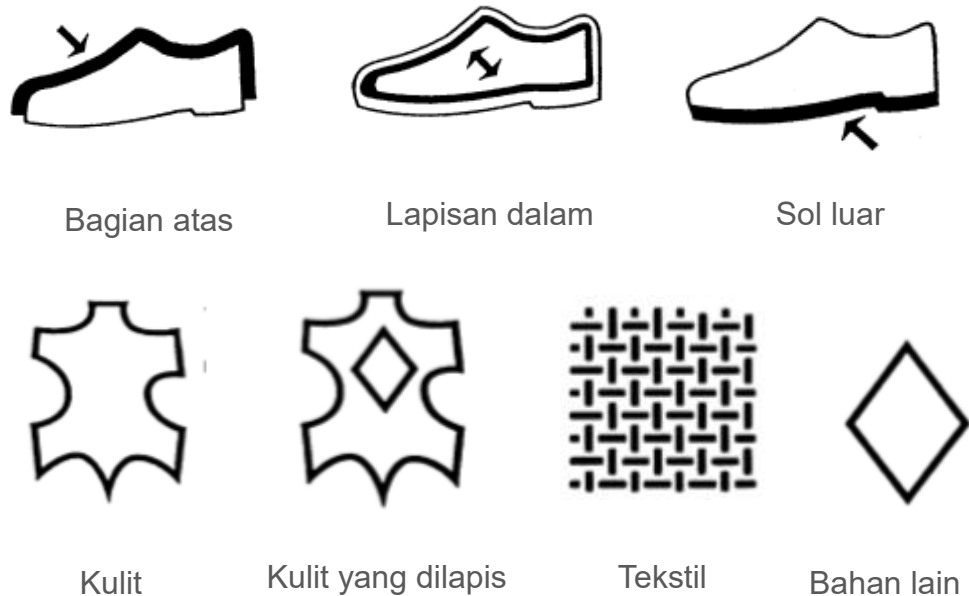
¹⁰ <http://www.global-standard.org/>

*The Oeko-Tex Standard*¹¹

Oeko-Tex Standard adalah eko-label terkemuka di dunia untuk menguji tekstil untuk bahan berbahaya dan terdiri dari 3 (tiga) sertifikasi. Ini mengatasi dampak proses produksi tekstil pada manusia dan lingkungan, dan efek dari tekstil itu sendiri (termasuk bahan kimia) terhadap kesehatan dan kesejahteraan konsumen. Eko-label dapat diterapkan untuk produk alas kaki yang menggunakan tekstil.

2.3.2 Ketentuan Label

Seluruh alas kaki harus memiliki label yang memberikan informasi tentang bahan utama yang digunakan. Label tersebut diatur dalam Uni Eropa *Directive 94/11/EC* dan harus menggambarkan 3 (tiga) bagian utama dari alas kaki (bagian atas, lapisan dalam dan sol luarnya). Pada setiap bagian ini, label harus menunjukkan apakah bahan tersebut berasal dari: kulit, kulit yang dilapisi, tekstil atau yang lainnya, informasi ini dapat ditampilkan dalam bentuk tulisan atau menggunakan simbol.



Gambar 1. Label dan Simbol pada Produk Alas Kaki

¹¹ <https://www.oeko-tex.com/en/splashpage/index.xhtml>

Pencantuman material bahan baku digunakan jika material tersebut untuk menutupi minimal 80% dari bagian produk alas kaki, jika tidak maka cukup memberikan informasi 2 (dua) jenis bahan baku utama yang digunakan. Bahasa yang digunakan dalam label untuk produk alas kaki menggunakan bahasa Hongaria. Komisi Uni Eropa sedang bekerja untuk menjadikan label asal negara menjadi persyaratan wajib, sehingga sampai saat ini pencantuman negara asal masih bersifat suka rela.

2.3.3 Ketentuan Pengemasan

Pengemasan untuk produk yang diekspor ke Hongaria harus memenuhi semua ketentuan yang ditetapkan oleh Uni Eropa. Ketentuan-ketentuan ini bertujuan untuk mengurangi limbah produksi, penggunaan kembali kemasan yang digunakan, dan mengurangi dampak dari pembuangan akhir untuk kemasan tersebut. Para *retailer*/pengecer pada umumnya yang bertanggung jawab tentang cara pengemasan produk yang dijual dengan meminta pemasok untuk menyesuaikan dengan permintaan mereka. Tiap produk alas kaki yang diekspor masing-masing dikemas dan diberi informasi merek, ukuran, dan dapat juga dikemas dalam kotak.

2.3.4 Ketentuan Tarif

Sebagai bagian dari Uni Eropa, kebijakan perdagangan di Hongaria secara keseluruhan disesuaikan dengan regulasi yang ditetapkan oleh Uni Eropa. Sistem tarif yang diberlakukan untuk produk alas kaki asal Indonesia mengikuti kebijakan tarif *Generalised Scheme of Preferences*

(GSP) yang berlaku, tariff 0% tidak dapat dikenakan, karena sejak 1 Januari 2017 s.d 31 Desember 2019 Indonesia hanya memiliki perjanjian GSP untuk binatang hidup dan produk binatang kecuali ikan, minyak hewan dan tumbuhan, lemak dan wax. Berikut ini tabel mengenai kebijakan tarif impor untuk alas kaki asal Indonesia di Hongaria:

Tabel 6. Tarif Impor Produk Alas Kaki dari Indonesia

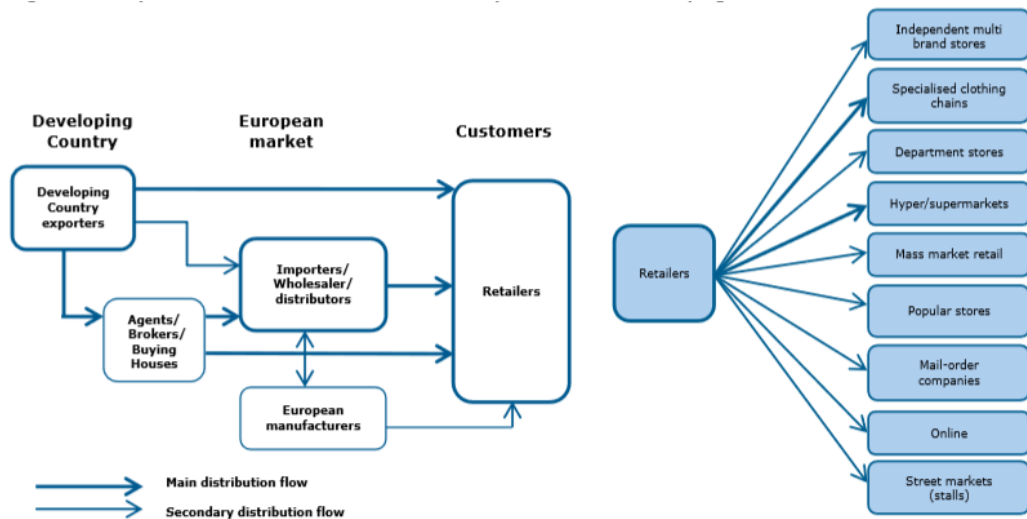
Kode HS	Keterangan	Tarif
64	Alas kaki	11,9%
VAT untuk produk alas kaki		27%

2.4. Saluran Distribusi Produk Alas Kaki

Distribusi produk alas kaki ke Hongaria dari negara pengeksport biasanya lebih mengutamakan jalur laut karena lebih ekonomis dari segi biaya, terutama bila dibandingkan dengan jalur udara yang relatif lebih mahal.

Saluran distribusi untuk produk alas kaki di Hongaria dapat melalui agen, distributor, atau *import house*. Para eksportir dapat melakukan kontak langsung dengan para importir dari Hongaria melalui email, telepon atau bertemu langsung pada saat pameran. Importir juga kadang-kadang bertindak sebagai *distributor* dan banyak terdapat perusahaan kecil yang berhubungan langsung dengan produsen. *Retailer* kecil memegang peranan yang penting dalam perekonomian di Hongaria, seperti halnya

pusat perbelanjaan *mall* yang sekarang banyak bermunculan di kota–kota besar.



Gambar 2. Skema Jalur Impor & Distribusi Alas kaki di Hongaria

2.5. Hambatan Lainnya

Selain regulasi yang ketat serta standar mutu yang tinggi mengikuti standar mutu yang diterapkan di Uni Eropa yang berlaku bagi seluruh anggota Uni Eropa, terdapat beberapa hambatan lain yang mungkin dihadapi oleh para pemasok produk alas kaki dari Indonesia untuk masuk ke dalam ke pasar Hongaria:

- a. Komunikasi bisnis. Orang Hongaria cenderung ingin melakukan transaksi bisnis dengan orang – orang yang mengetahui budaya Hongaria dan lebih senang berkomunikasi menggunakan bahasa Hongaria dibanding bahasa Inggris. Pemahaman atas Bahasa Hongaria dan kebiasaan bisnis Hongaria selain penggunaan

Bahasa Inggris dalam komunikasi dapat sangat membantu memperlancar komunikasi dan hubungan bisnis.

- b. Jalur pasokan yang panjang. Jarak yang cukup jauh antara Indonesia dan Hongaria menyebabkan tingginya biaya logistik bila dibandingkan dengan barang yang diproduksi di Afrika Utara, atau negara-negara Eropa Timur lainnya, dimana lebih mudah untuk melakukan pengawasan dan memperpendek waktu pengiriman. Belum lagi masa pakai alas kaki yang singkat karena perubahan iklim mengakibatkan persiapan produksi, pengiriman dan distribusi harus lebih diperhitungkan dengan matang. Sebagai contoh, pada akhir musim dingin toko-toko sudah akan memperkenalkan produk untuk musim semi dan begitu pula untuk musim-musim yang lainnya.
- c. Sistem Pembayaran. Sistem pembayaran merupakan salah satu hambatan yang kerap ditemui dalam proses perdagangan. Di Hongaria terdapat 2 (dua) metode pembayaran yaitu: *Letter of Credit* (LC) dan *Telegraphic Transfer* (T/T). pada metode LC memungkinkan eksportir menerima pembayaran setelah barang dan berkas dokumen dikirimkan keluar negeri (pemesan) tanpa harus menunggu berita dari luar negeri bahwa pesanan telah diterima. Sedangkan pada metode T/T, pembeli telah mengirimkan sejumlah uang muka untuk mempercepat proses pengiriman dan pelunasan dilakukan setelah pembeli menerima salinan dokumen pengiriman barang.

3. PELUANG DAN STRATEGI

3.1 Peluang

Rata-rata pertumbuhan impor produk alas kaki di Hongaria mencapai nilai 17%, dengan nilai perdagangan terbesar untuk produk alas kaki berturut – turut HS6403, HS6404, HS6402. Produk alas kaki dari perusahaan besar seperti Adidas, Nike, Fila, Puma, Reebok dan Converse banyak tersebar di pasar di Hongaria dan tersebar pula di Uni Eropa. Hampir di kota – kota besar di Hongaria dapat dengan mudah ditemukan toko alas kaki yang menjual beragam merek alas kaki. Hal ini menunjukkan potensi perdagangan yang besar untuk produk alas kaki di Hongaria. Diluar dari daftar 10 (sepuluh) negara eksportir terbesar produk alas kaki ke Hongaria (tahun 2016) terdapat beberapa negara pengekspor yang berasal dari Asia yaitu¹²:

Tabel 7. Daftar Negara Asia Pemasok Produk Alas kaki ke Hongaria

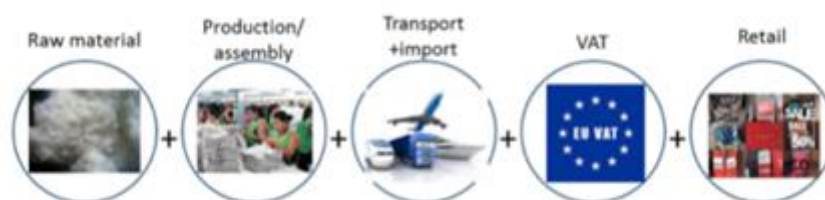
No.	Negara	2012*	2013*	2014*	2015*	2016*
1.	Tiongkok	9.891	8.129	10.667	12.265	15.685
2.	India	9.043	8.181	7.044	5.737	6.400
3.	Viet Nam	964	784	2.751	2.033	3.336
4.	Thailand	142	257	1.058	2.862	2.103
5.	China Taipei	816	489	564	349	180
6.	Korea Selatan	116	163	166	190	168
7.	Indonesia	386	96	427	366	84
8.	Pakistan	37	28	12	27	37

*unit : € ribuan

¹² *International Trade Center*

Dari daftar tabel di atas dapat diklasifikasikan 3 (tiga) kategori negara Asia pengekspor yaitu : pertama negara yang dikenakan biaya masuk 0% seperti Pakistan dan Korea selatan, kedua negara yang dikenakan biaya masuk 11,9% seperti Indonesia, India dan Viet Nam, dan ketiga negara yang dikenakan biaya masuk 17% seperti *China* dan Thailand.

Produk alas kaki dari Indonesia masih memiliki peluang untuk berkompetisi di Hongaria mengingat dalam menentukan harga produk alas kaki, produk alas kaki dari Indonesia lebih rendah 5% jika dibandingkan produk alas kaki dari *China* dan Thailand. Ketepatan dalam perhitungan komponen harga serta efisiensi dalam pengadaan bahan baku serta proses produksi dapat meningkatkan peluang untuk melakukan penetrasi pasar di Hongaria, yaitu dengan memberi harga yang kompetitif.



Gambar 3. Komposisi Harga Alas kaki di Hongaria

3.2 Strategi

Untuk memasuki pasar alas kaki di Hongaria, para pemasok dari Indonesia harus menerapkan strategi yang tepat, seperti:

1. Pengenalan produk - produk inovatif dengan fokus pada kualitas dan penggunaan bahan, dan desain yang unik serta selalu mengikuti perkembangan tren alas kaki di Hongaria, menyangkut

bahan, warna, dan *style details*, melalui *website* dan blog serta menghadiri pameran terkait produk alas kaki di Hongaria

2. Tanggap terhadap perubahan peraturan yang mungkin diterapkan oleh Hongaria atau Uni Eropa juga dapat menentukan kesinambungan hubungan dagang antara pemasok dan pembeli.
3. Aktif mengikuti berbagai pelatihan baik di dalam maupun di luar negeri untuk meningkatkan kualitas produk alas kaki yang dipasarkan.
4. Menjadi anggota asosiasi pengekspor produk alas kaki untuk mendapatkan informasi terkini tentang tren pasar serta regulasi.
5. Berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi dan pameran produk industri internasional, sebagai sarana promosi dan kesempatan untuk bertemu dengan pembeli dari luar negeri.
6. Menyiapkan metode dan cara berkomunikasi serta program pelayanan seunik mungkin kepada para calon pembeli agar dapat menarik pasar, seperti dengan menceritakan bagaimana produk tersebut dihasilkan dan siapa pembuatnya dengan menitikberatkan isu *sustainability* dan tanggung jawab sosial. Selain itu, pelayanan pelanggan yang baik meliputi pengadaan barang yang cepat untuk produk baru dengan mengandalkan teknologi dalam penyediaan bahan, desain, dan produksi.

4. INFORMASI PENTING LAINNYA

4.1 TPO dan Kedutaan Besar Hongaria di Indonesia

No.	Lembaga/Institusi	Alamat
1.	Kedutaan Besar Hongaria di Indonesia	Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X/3, Jakarta Selatan 12950 Telp : (+62 21) 520 3459/ 520 3460 Fax : (+62 21) 520 3461 Email : mission.jkt@kum.hu Web : www.mfa.gov.hu/emb/jakarta

4.2. Asosiasi dan Institusi Terkait Produk Alas Kaki di Hongaria

No.	Lembaga/Institusi	Alamat
1.	<i>The Hungarian Shoe Traders Association (Magyar Cipokereskedok Egyesulete)</i>	1135 Budapest, Reitter F. U. 66, Hungary Telp : (+36 1) 320 2023 Fax : (+36 1) 320 2023 Email : shoes@garko.hu Web : www.mcke.hu

4.3. Pameran dan Kegiatan Promosi Alas Kaki di Hongaria

No.	Nama Kegiatan	Waktu	Keterangan
1.	Nemzetközi Cipő Szakkiállítás	10 – 11 September 2017 (kalender tahunan)	Pameran Perdagangan Sepatu Internasional yang sudah berlangsung selama 20 tahun. <u>Lokasi :</u> BOK Csarnok (SYMA Rendezvényközpont) 1146 Budapest Dózsa György út 1, Hungary

			<p><u>Trade show/event organizer:</u> Meeting Budapest Phone: +36 (1) 460-1120 E-mail: meeting@meetingbudapest.hu Website: www.meetingbudapest.hu</p>
	<p><i>(Nemzetközi Bőr és Cipő Szakkiállítás, Tavasz)</i></p>	<p>5-6 Maret 2017</p>	<p><u>Lokasi :</u> BOK Csarnok (SYMA Rendezvényközpont) 1146 Budapest Dózsa György út 1</p> <p><u>Trade show/event organizer:</u> Meeting Budapest Phone: +36 (1) 460-1120 E-mail: meeting@meetingbudapest.hu Website: www.meetingbudapest.hu</p>
	<p><i>(Nemzetközi Bőr és Cipő Szakkiállítás, Tavasz)</i></p>	<p>4-5 Maret 2018</p>	<p><u>Lokasi :</u> BOK Csarnok (SYMA Rendezvényközpont) 1146 Budapest Dózsa György út 1</p> <p><u>Trade show/event organizer:</u> Meeting Budapest Phone: +36 (1) 460-1120 E-mail: meeting@meetingbudapest.hu Website: www.meetingbudapest.hu</p>

4.4. Perwakilan Indonesia di Hongaria

No.	Lembaga/Institusi	Alamat
1.	Kedutaan Besar Republik Indonesia di Hongaria	1068 Budapest, Városligeti Faszor 26 Telp : (+36 1) 413 3800 Fax : (+36 1) 322 8669 Email : embassy@indonesianembassy.hu Web : www.indonesia.hu
2.	<i>Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Budapest</i>	1051 Budapest, Bajcsy Zsilinszky út 12 ECE Irodahaz, I. Emelet 101 Telp : (+36 1) 317 6382 Fax : (+36 1) 266 0572 Email : inatrade@itpc-bud.hu Web : www.itpc-bud.hu

4.5. Daftar Importir dan *Distributor* Alas Kaki di Hongaria

No.	Perusahaan	Alamat
1.	Majsai Shoe Industry Association	6120 Kiskunmajsa, Félegyházi út 44. Tel: +36 (70) 388-7191 Fax: +36 (77) 481-769 E-mail: majsacipo@majsacipo.hu Website: http://www.majsacipo.hu
2.	Derby Cipőgyártó Kft	6100 Kiskunfélegyháza, Vasútállomás 4 Tel: +36 76 561 100 Fax: (+36 76) 463 370 E-mail: szatmar@elender.hu , info@derby.hu Website: www.derby.hu
3.	Ara Shoes Hungary Kft.	1118 Budapest, Botfalu udvar 6. Tel: +36 (1) 248-12-17/319-58-95 Fax: +36 (1) 248-12-18/ 319-58-95 E-mail: info@ara-shoes.hu Website: http://www.ara-shoes.hu

4.	Deichmann Cipőkereskedelmi Kft.	H-1134 Budapest, Kassák Lajos u. 19-25. Tel: +36 (1) 263 66 80 Fax: +36 (1) 263 66 20 E-mail: service-hu@deichmann.com Website: http://www.deichmann.hu
5.	Waldlaufer	4400 Nyíregyháza, Vasvári P. u. 4 Tel: +36 (42)-506-250 E-mail: info@waldlaufer.hu Website: www.waldlaufer.hu Contact Person: Mr. Hargitai János
6.	Szamos Cipőipari és Kereskedelmi Kft.	4765 Csenger, Ady Endre u. 82 Tel: +36 (44) 520-142/341-447 Fax: +36 (44) 341-803 E-mail: szamos@szamosnet.hu Website: http://gyerekcipo.szamoskft.hu
7.	Josef Seibel	1047 Budapest, Attila u. 32-34 Mobile: +36 (20) 388-2638 Tel: +36 (1) 332-3520 Fax: +36 (1) 785 9980 E-mail: dorojcsak@josef-seibel.hu Website: http://www.josef-seibel.hu Contact Person: Mr. Dorojcsák Andrea
8.	Salamander Hungaria Kft.	1138 Budapest, Váci út 135-139. / B. Tel: +36 (1) 434 55 00 Fax: +36 (1) 434 55 01 E-mail: marketing@salamander.hu Website: http://www.salamander.hu

REFERENSI

1. International Trade Center (<http://www.intracen.org/>)
2. Eurostat (<http://ec.europa.eu/eurostat>)
3. Center of Promotion Import from Developing Countries
(<https://www.cbi.eu/>)
4. Hungarian Central Statistical Office (<https://www.ksh.hu/?lang=en>)
5. World bank (<http://www.worldbank.org/>)
6. Global Organic Textile Standard (<http://www.global-standard.org/>)
7. International Association for Textile Care Labeling
(<http://www.ginetex.net/labelling/care-labelling/care-symbols/>)