

## Market Brief

### Peluang Pasar *Stuffed Toys* di Jerman



2016

## Daftar Isi

<b>1</b>	<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>III</b>
<b>2</b>	<b>Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
2.1	Latar Belakang .....	1
2.2	Profil Geografi Jerman .....	2
<b>3</b>	<b>Potensi Pasar <i>Stuffed Toys</i> di Negara Jerman .....</b>	<b>2</b>
3.1	Analisa Perkembangan <i>Stuffed Toys</i> di Jerman .....	2
3.2	Kegiatan Ekspor-Impor <i>Stuffed Toys</i> di Jerman .....	4
3.3	Regulasi <i>Stuffed Toys</i> di Jerman .....	6
3.4	Tarif Bea Masuk .....	8
3.5	Ketentuan Labeling dan Packaging.....	8
3.6	Saluran Distribusi Boneka Mainan .....	10
3.7	Hambatan .....	11
<b>4</b>	<b>Analisa Pesaing .....</b>	<b>11</b>
4.1	Analisa Pesaing Negara Cina .....	11
4.2	Analisa Pesaing Negara Vietnam.....	12
<b>5</b>	<b>Peluang dan Strategi.....</b>	<b>13</b>
5.1	Peluang .....	13
5.2	Strategi .....	13
<b>6</b>	<b>Informasi Penting .....</b>	<b>1</b>
6.1	Trade Promotion Office Asing di Jerman .....	1
6.2	Perwakilan Jerman di Indonesia .....	1
6.3	Chamber of Commerce di Jerman .....	2
6.4	Institusi dan Lembaga Terkait di Jerman .....	2
6.5	Daftar Pameran Produk Terkait di Jerman .....	3
6.6	Perwakilan Indonesia di Jerman .....	3
6.7	Daftar Importir Produk Organik di Jerman.....	4

## 1 Kata Pengantar

Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Hamburg sebagai salah satu lembaga yang membantu para pengusaha di Indonesia yang ingin memasuki pasar Jerman menyediakan informasi statistik perdagangan, jalur distribusi, trendd, peluang dan strategi serta hambatan dalam memasuki pasar Jerman.

Market brief ini berisi mengenai informasi dan langkah-langkah yang harus diambil oleh para pengusaha Indonesia dalam melakukan penetrasi pasar di negara Jerman khususnya untuk *stuffed toys* dengan HS Code :9503.00.41.

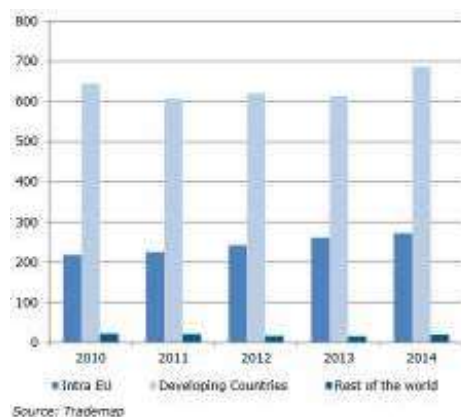
## 2 Pendahuluan

### 2.1 Latar Belakang

*Stuffed toys* adalah produk yang terbuat dari tekstil dan diisi oleh material halus yang didesain untuk dijadikan mainan anak kecil. *Stuffed toys* mempunyai banyak macam bentuk dan dapat berbentuk binatang, manusia atau kartun. *Stuffed toys* biasanya digunakan untuk bermain, sebagai pajangan, koleksi, ataupun sebagai hadiah. Selain dimaksudkan untuk mainan anak-anak, fungsi *stuffed toys* juga bisa dijadikan sebagai dekorasi.

Eksportir dari negara berkembang mempunyai kesempatan untuk masuk kedalam pasar *stuffed toys* di Eropa. Para konsumen Eropa selalu mencari produk yang unik dan penuh inovasi. Pasar yang bisa dimasuki tidak terbatas kedalam pasar mainan, karena *stuffed toys* semakin populer untuk hadiah, dekorasi, dan koleksi. Mainan yang mempunyai identitas atau cerita juga populer di kalangan konsumen Eropa.

Meningkatnya pasar *stuffed toys* di Eropa dan Jerman merupakan salah satu importir mainan terbesar di Eropa. Hal ini membuat Jerman cocok untuk menjadi target utama dalam ekspor *stuffed toys* dari Indonesia. 70% *stuffed toys* yang diimpor oleh Eropa berasal dari negara berkembang.



Grafik 1: Import Mainan ke Eropa berdasarkan negara asal  
Sumber : CBI

Pada tahun 2014 jumlah impor mainan yang berasal dari negara berkembang jauh melebihi jumlah mainan yang diimpor oleh negara Uni Eropa dan negara lainnya. Market Brief Ini ditujukan untuk produk *stuffed toys* dengan Kode HS: 9503.00.41.

## 2.2 Profil Geografi Jerman

Jerman dengan penduduk diatas 80 juta jiwa (2014) merupakan salah satu negara dengan perekonomian yang kuat, setelah Amerika Serikat, Cina dan Jepang. Posisi Jerman yang strategis yang disokong dengan perusahaan-perusahaan bertaraf internasional, tenaga kerja yang berkualitas, sistem pendidikan yang baik, infrastuktur yang modern serta penelitian dan pengembangan teknologi yang maju, menjadikan Jerman pasar yang sangat menjanjikan di Eropa. Diperkirakan total GDP Jerman pada tahun 2015 sebesar

41.267 US dollar per kapita.<sup>1</sup>



Gambar 1: Peta Jerman

Sumber: <http://www.operationworld.org/germ>

Industri jasa dan barang seperti otomotif, konstruksi mesin dan kimia yang sangat diminati oleh pasar internasional menjadikan Jerman sebagai salah satu negara pengekspor terbesar di dunia. Pada tahun 2013 total ekspor Jerman mengalami penurunan menjadi 45,6% dari total GDP dibanding tahun sebelumnya.<sup>2</sup>

Statistik menunjukkan bahwa nilai ekspor

Jerman pada tahun 2015 sebesar €1,198 milyar, dengan mitra ekspor utama seperti Belanda, Cina, Perancis, Amerika Serikat, Italia, dan Inggris. Dengan nilai impor pada tahun 2015 sebesar € 946 milyar, Jerman mencapai € 217 miliar ekspor surplus.<sup>3</sup>

## 3 Potensi Pasar *Stuffed Toys* di Negara Jerman

### 3.1 Analisa Perkembangan *Stuffed Toys* di Jerman

Diantara tahun 2011-2015 negara-negara Uni Eropa terus berkembang. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah *stuffed toys* yang diekspor ke Uni Eropa. Pada tahun 2011 jumlah *stuffed toys* yang diimpor ke negara-negara Uni Eropa adalah € 807 juta sedangkan di tahun 2015 jumlah mainan yang di impor ke Eropa sebesar € 1.141 juta. Jumlah barang yang diimpor ke dalam Eropa

<sup>1</sup><http://www.statista.com/statistics/270180/countries-with-the-largest-gross-domestic-product-gdp-per-capita/>

<sup>2</sup><http://www.statista.com/statistics/270180/countries-with-the-largest-gross-domestic-product-gdp-per-capita/>

<sup>2</sup><http://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS>

<sup>3</sup><https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/ForeignTrade/TradingPartners/TradingPartners.html>