

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan kali ini, *Market Brief* yang akan kami sajikan memuat berbagai informasi mengenai pasar produk mainan anak di Hongaria, data mengenai regulasi, sarana distribusi, hambatan dalam pemasaran produk, peluang penjualan produk, dan strategi pemasaran.

Besar harapan kami, *Market Brief* ini dapat membantu para pelaku bisnis di Indonesia yang bergerak dalam bidang usaha mainan anak dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya agar dapat lebih efisien dan efektif dalam melakukan penetrasi pasar produknya ke Eropa khususnya di Hongaria.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan *Market Brief* ini, oleh sebab itu segala masukan, saran dan kritik yang disampaikan Pembaca sangat diharapkan oleh penulis, guna untuk meningkatkan kualitas penulisan *Market Brief* berikutnya.

Demikian atas perhatian yang diberikan, Kami ucapkan terima kasih.

Budapest, Maret 2013

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
I. KONDISI DAN INFORMASI PASAR	4
1 Deskripsi Produk	4
2 Data Perdagangan	6
II. PANGSA PASAR	11
III. VARIASI PRODUK	13
IV. NEGARA PESAING	15
1 Austria	15
2 China	16
3 Republik Ceko	17
4 Belanda	18
5 Polandia	19
6 Romania	20
V. TREND PRODUK	22
1 Trend Produk di Kalangan Masyarakat	22
2 Segmentasi Pasar	22
VI. REGULASI PRODUK	24
1 Kebijakan Perdagangan	24
2 Saluran Distribusi	26
3 Hambatan	26
VII. PELUANG DAN STRATEGI	28
VIII. DAFTAR DISTRIBUTOR PRODUK MAINAN DI HONGARIA	29

I. KONDISI DAN INFORMASI PASAR

I.1. Deskripsi Produk

Produk mainan merupakan salah satu contoh produk yang perkembangannya mengikuti berjalannya *trend* yang ada. Hal ini mempengaruhi seberapa besar pengaruh produk tersebut dalam perdagangan global. Inovasi merupakan salah satu kunci dasar dari semakin besar dan berkembangnya industri produk mainan yang juga memiliki keterkaitan dengan perubahan minat konsumen yang berdasar pada berkembangnya *trend* global.

Industri produk mainan merupakan sebuah industri yang dinamis dan sangat bersaing. Inovasi dalam pengembangan produknya menjadi faktor utama dari berkembang pesatnya suatu perusahaan penghasil produk mainan. Industri produk mainan merupakan sebuah industri yang sangat strategis karena sasaran pasarnya mencakup semua usia. Orang-orang, dari kalangan anak-anak sampai orang tua, dalam kehidupannya sangat dipengaruhi oleh produk mainan dengan segala bentuk. Luasnya jaringan konsumen industri produk mainan kemudian mempermudah usaha produsen untuk menciptakan produk yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Indonesia memiliki tantangan sekaligus kesempatan dalam pengembangan industri produk mainan. Tantangannya terletak pada tuntutan konsumen di Indonesia sendiri yang jumlahnya sangat besar. Namun hal itu juga menjadi kesempatan bagi produsen produk mainan

untuk bisa menjual produknya kepada kelompok masyarakat yang lebih besar, mengingat jumlah masyarakat Indonesia yang sangat besar.

Untuk mengkategorikannya, secara administratif setiap produk yang diperdagangkan memiliki kode masing-masing. Harmonised System Code (HS Code) merupakan sistem administrasi produk yang digunakan dalam perdagangan global untuk mengkategorikan produk dalam kelompok kategori tertentu. Untuk produk mainan, kode HSnya dimulai dengan kode 95. Berikut dibawah ini secara lengkap tabel kode HS untuk produk mainan yang diambil dari website statistik Uni Eropa, *Eurostat*.

KODE PRODUK	LABEL PRODUK
950100	WHEELED TOYS DESIGNED TO BE RIDDEN BY CHILDREN, E.G. TRICYCLES, SCOOTERS, PEDAL CARS (EXCL. NORMAL BICYCLES WITH BALL BEARINGS); DOLLS' CARRIAGES
950210	DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED
950291	GARMENTS AND ACCESSORIES, FOOTWEAR AND HEADGEAR FOR DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS
950299	PARTS AND ACCESSORIES FOR DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, N.E.S.
950300	TRICYCLES, SCOOTERS, PEDAL CARS AND SIMILAR WHEELED TOYS; DOLLS' CARRIAGES; DOLLS; OTHER TOYS; REDUCED-SIZE "SCALE" RECREATIONAL MODELS, WORKING OR NOT; PUZZLES OF ALL KINDS
950310	ELECTRIC TRAINS, INCL. TRACKS, SIGNALS AND OTHER ACCESSORIES THEREFOR
950320	SCALE MODEL ASSEMBLY KITS, WHETHER OR NOT WORKING MODELS (EXCL. ELECTRIC TRAINS, INCL. TRACKS, SIGNALS AND OTHER ACCESSORIES THEREFOR)

KODE PRODUK	LABEL PRODUK
950330	CONSTRUCTION SETS AND CONSTRUCTIONAL TOYS (EXCL. SCALE MODEL ASSEMBLY KITS)
950341	STUFFED TOYS REPRESENTING ANIMALS OR NON-HUMAN CREATURES
950349	TOYS REPRESENTING ANIMALS OR NON-HUMAN CREATURES (EXCL. STUFFED)
950350	TOY MUSICAL INSTRUMENTS AND APPARATUS
950360	PUZZLES
950370	TOYS, PUT UP IN SETS OR OUTFITS (EXCL. ELECTRIC TRAINS, INCL. ACCESSORIES, SCALE MODEL ASSEMBLY KITS, CONSTRUCTION SETS AND CONSTRUCTIONAL TOYS, AND PUZZLES)
950380	TOYS AND MODELS, INCORPORATING A MOTOR (EXCL. ELECTRIC TRAINS, SCALE MODEL ASSEMBLY KITS, AND TOYS REPRESENTING ANIMALS, HUMAN OR NON-HUMAN CREATURES)
950390	TOYS, N.E.S.
950410	VIDEO GAMES FOR USE WITH A TELEVISION RECEIVER
950420	BILLIARDS AND ACCESSORIES
950430	GAMES WITH SCREENS, FLIPPER AND OTHER GAMES, OPERATED BY COINS, BANKNOTES, BANK CARDS, TOKENS OR BY OTHER MEANS OF PAYMENT (EXCL. BOWLING ALLEY EQUIPMENT)
950440	PLAYING CARDS
950450	VIDEO GAME CONSOLES AND MACHINES (EXCL. OPERATED BY ANY MEANS OF PAYMENT)

Sumber: Eurostat

I.2. Data Perdagangan

Berdasarkan data perdagangan produk mainan Indonesia ke Hongaria dari sumber Eurostat, dalam 5 (lima) tahun terakhir

perdagangan tersebut memiliki dinamika yang cukup menarik untuk diikuti.

**Tabel ekspor produk mainan Indonesia ke Hongaria
Tahun 2008-2012 dalam besaran Euro**

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	4 669	23 813	26 280	65 179	816 058
950310					
950320					
950330					
950341					
950349					
950350					
950360					
950370					
950380					
950390					
950410				51	
950420					
950430					
950440	1				
950450					
TOTAL	4 670	23 813	26 280	65 230	816 058

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

Industri produk mainan merupakan industri strategis yang bisa dimanfaatkan oleh setiap negara yang ada untuk masuk ke wilayah tersebut dan mengambil keuntungan dari itu. Indonesia juga telah memanfaatkan kesempatan yang ada dengan memproduksi produk mainan dalam segala bentuk dan jenis. Peluang yang sangat besar dimiliki oleh Indonesia dalam meningkatkan produksi mainannya untuk memenuhi permintaan pasar dari konsumen dalam negeri sendiri, belum lagi ditambah dengan permintaan pasar dari konsumen luar negeri.

Kegiatan ekspor produk mainan Indonesia ke Hongaria sendiri terfokus pada produk mainan dengan roda, seperti *scooter*, sepeda roda tiga, mobil dengan pedal, dan mainan lain sejenis itu. Bila dilihat dari data ekspor produk Indonesia yang diolah dari *Eurostat*, terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada tahun 2008 ke tahun 2009. Persentasi peningkatan yang melebihi 400% dari tahun sebelumnya menunjukkan penguatan nilai produk mainan Indonesia di pasar Hongaria. Hal yang positif juga ditunjukkan di tahun-tahun berikutnya hingga tahun 2012 yang merupakan puncak dari peningkatan ekspor produk mainan dengan roda tersebut. Tahun 2011, Indonesia telah mengekspor produknya ke Hongaria dengan besaran nilai EUR 65.179 dan peningkatannya mencapai total besaran senilai EUR 816.058 pada tahun 2012.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa produk mainan dengan roda milik Indonesia diterima dengan baik di pasar Hongaria dengan kemungkinan terjadinya peningkatan cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari persaingan di antara negara-negara Asia Tenggara sendiri yang

mana sudah mampu didominasi Indonesia dalam masalah ekspor produk mainan dengan roda ke Hongaria. Namun hal ini tidak menunjukkan bahwa produk mainan dengan roda milik Indonesia telah menguasai pasarnya di Hongaria. Peningkatan nilai untuk produk mainan dengan roda dari Indonesia memiliki kesempatan yang besar, namun persaingan yang ada juga cukup tinggi bagi Indonesia menghadapi beberapa pesaing dari negara lainnya di pasar produk mainan Hongaria.

Namun negara-negara pesaing Indonesia untuk pasar produk mainan Hongaria sendiri memiliki nilai ekspor yang jauh lebih besar. Beberapa dari negara tersebut memiliki keuntungan geografis ataupun industri yang jauh lebih besar. Terutama bagi negara-negara Eropa yang bisa dengan leluasa mendistribusikan produknya di dalam wilayah Eropa. Misalnya Austria dan Romania yang berbatasan langsung dengan Hongaria memiliki nilai ekspor yang sangat besar. Untuk produk mainan dengan roda, Austria pada tahun 2008 memiliki besaran nilai ekspor sebesar EUR 3.652.685. Angka tersebut bila dibandingkan dengan besaran nilai produk ekspor Indonesia sangatlah kecil. Namun terjadi penurunan hingga tahun 2012 dimana besaran nilai ekspor Austria hanya mencapai senilai EUR 1.966.056 saja. Sedangkan Romania mengalami penurunan drastis dari besaran nilai ekspor pada tahun 2008 sebesar EUR 14.191.750 hingga tahun 2012 hanya sebesar EUR 460.456. Penurunan yang sangat signifikan ini terjadi atas produk yang sama yaitu yaitu produk mainan dengan roda.

Salah satu pesaing utama Indonesia untuk produk mainan di Hongaria adalah industri produk mainan dari China. Produk dari China terlihat sangat stabil di pasar Hongaria. Perubahan yang terjadi nampaknya tidak terlalu signifikan bagi industri produk mainan China, tidak seperti industri produk mainan dari negara-negara Eropa yang polanya menurun. Pada tahun 2008, China mendapatkan pemasukan sebesar EUR 22.403.204 dari ekspor produk mainan dengan roda dan pada tahun 2012 untuk produk yang sama berhasil membukukan nilai ekspor ke Hongaria senilai EUR 27.678.217. Hal ini menunjukkan persaingan yang besar terjadi dengan industri dari Asia, sedangkan industri mainan dari Eropa mengalami penurunan secara perlahan-lahan.

II. PANGSA PASAR

Pangsa pasar produk mainan di Eropa dibagi berdasarkan segmentasi usia dan *gender* yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumennya. Tingkat konsumtifitas konsumen di Hongaria sangat dipengaruhi dengan seberapa besar jumlah anak-anak usia 0-14 tahun yang ada di Hongaria. Pertumbuhan masyarakat di Hongaria sangat mempengaruhi seberapa besar tingkat konsumsitifitas masyarakatnya, terutama anak-anak yang menjadi target utama dari industri mainan.

Dalam beberapa tahun terakhir jumlah anak-anak di Hongaria angkanya perlahan menurun. Hal ini mampu mempengaruhi proses perdagangan produk mainan di Hongaria. Namun sejauh ini perdagangan produk mainan tersebut belum begitu terganggu. Bisa dilihat, melalui peningkatan ekspor Indonesia ke Hongaria, bahwa tuntutan akan produk mainan juga masih tinggi walaupun jumlah populasi anak-anak di Hongaria perlahan mengalami penurunan. Potensi untuk memperluas pangsa pasar bagi Indonesia di pasar Hongaria masih cukup besar.

Pasar untuk produk mainan tradisional saat ini mulai ditantang oleh produk mainan *modern* seperti video game. Tetapi ketertarikan konsumen terhadap produk mainan baik tradisional maupun modern tetap tinggi dan tuntutan pasar akan produk-produk dari kedua kategori tersebut tetap besar.

Berdasarkan data dari *Eurostat*, pangsa pasar untuk produk mainan di Hongaria cukup besar. Beberapa negara yang juga ikut masuk dalam persaingan pasar tersebut juga mendominasi Indonesia dari

banyaknya jenis produk yang mereka masukkan ke pasar Hongaria. Seperti Austria yang mengekspor produk mainan seperti *billiard set* dan *board games*, namun juga mengekspor produk mainan dengan roda ke Hongaria seperti yang Indonesia lakukan. Pangsa pasar bisa diperluas juga apabila jenis produknya beragam dan diperbanyak. Namun untuk kategori produk mainan dengan roda, Indonesia kedepannya sangat berpotensi untuk meningkatkan nilai ekspornya ke Hongaria.

Bagi beberapa negara pesaing Indonesia, peluang produk mereka untuk lebih dikenal adalah lebih besar karena mereka menawarkan produk dengan banyak jenis, tidak hanya produk mainan dengan roda. Nilai promosi produknya meningkat dan mempengaruhi besaran nilai pendapatan ekspor mereka ke Hongaria. Pangsa pasar dari produk-produk mainan dari negara pesaing tersebut kemudian menjadi luas bersamaan dengan meluasnya promosi produk mereka.

III. VARIASI PRODUK

- Nama Produk: Kereta Kayu Eichhorn 2236

Harga: HUF 9.575 (USD 42.75)

Sumber: www.regiojatek.hu



- Nama Produk: Kereta Boneka

Harga: HUF 17.495 (USD 78.10)

Sumber: www.regiojatek.hu



- Nama Produk: Boneka Furby Cool

Harga: HUF 23.990 (USD 107.10)

Sumber: www.gullivertoys.hu



- Nama Produk: Kereta Boneka

Harga: HUF 10.990 (USD 49.06)

Sumber: www.gullivertoys.hu



- Nama Produk: Barbie Doll Ballerina

Harga: HUF 6.990 (USD 31.20)

Sumber: www.gullivertoys.hu



- Nama Produk: Kereta Kayu

Harga: HUF 2.490 (USD 11.11)

Sumber: www.gullivertoys.hu



- Nama Produk: Nikko Ford Fiesta RS

Harga: HUF 12.990 (USD 57.99)

Sumber: www.gullivertoys.hu



- Nama Produk: *Scooter*
Harga: HUF 8.990 (USD 40.13)
Sumber: www.gullivertoys.hu
- Nama Produk: *Citroen DS3 WRC*
Harga: HUF 12.990 (USD 57.99)
Sumber: www.gullivertoys.hu



IV. NEGARA PESAING

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, persaingan dalam pasar perdagangan produk mainan di Hongaria didominasi oleh produk-produk dari negara-negara lain yang juga bersaing dengan Indonesia. Berikut dibawah ini tabel data perdagangan dari beberapa negara yang merupakan negara pesaing dengan kelebihan tertentu dibanding Indonesia, mulai dari kelebihan secara geografis yang letaknya lebih dekat ke Hongaria ataupun keuntungan dalam memiliki industri yang jauh lebih besar daripada Indonesia:

1. Austria

Tabel Ekspor produk mainan dari Austria ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	3 652 685	2 857 860	3 040 668	2 548 133	1 966 056
950310					
950320					
950330					
950341					
950349					
950350					
950360					
950370					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950380					
950390					
950410	3 443 475	2 576 968	1 915 371	736 288	
950420	83 361	40 805	114 003		
950430	8 824 138	4 626 310	7 483 987	9 539 679	1 251 181
950440	10 873	1 395	3 326	97	610 240
950450					637 459
TOTAL	16 014 532	10 103 338	12 557 355	12 824 197	4 464 936

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

2. China

Tabel Ekspor produk mainan dari China ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	22 403 204	19 075 906	26 405 000	26 546 022	27 678 217
950310					
950320					
950330					
950341					
950349					
950350					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950360					
950370					
950380					
950390					
950410	185 603	163 139	115 355	163 301	
950420	68 813	120 378	64 326	49 577	32 657
950430	157 917	236 462	38 495	21 455	182 866
950440	105 512	72 105	66 685	57 511	58 973
950450					157 472
TOTAL	22 921 049	19 667 990	26 689 861	26 837 866	28 110 185

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

3. Republik Ceko

Tabel Ekspor produk mainan dari Republik Ceko ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	15 518 120	12 806 968	13 547 069	14 671 038	12 283 930
950310					
950320					
950330					
950341					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950349					
950350					
950360					
950370					
950380					
950390					
950410	3 835 459	721 718	831	215	
950420	536				
950430	831 659	787 254	277 489	1 709 289	39 062
950440	211 654	148 931	99 511	72 079	67 806
950450					531
TOTAL	20 397 428	14 464 871	13 924 900	16 452 621	12 391 329

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

4. Belanda

Tabel Ekspor produk mainan dari Belanda ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	2 345 303	3 144 624	1 152 626	4 117 357	2 194 255
950310					
950320					
950330					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950341					
950349					
950350					
950360					
950370					
950380					
950390					
950410	8 813	7 343	8 542	8 256	
950420			6 261		331
950430	5 127 046	2 044 096	2 145 182	899 381	16 281
950440	122 242	33 255	7 536	2 561	23 237
950450					2 153 785
TOTAL	7 603 404	5 229 318	3 320 147	5 027 555	4 387 889

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

5. Polandia

Tabel Ekspor produk mainan dari Polandia ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	2 341 783	2 466 474	6 049 194	19 547 534	16 400 438
950310					
950320					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950330					
950341					
950349					
950350					
950360					
950370					
950380					
950390					
950410	34 387	28 016	10 086	544 597	
950420					
950430		1 689		8 694	292 565
950440	43 361	28 977	41 987	101 780	52 851
950450					263 639
TOTAL	2 419 531	2 525 156	6 101 267	20 202 605	17 009 493

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

6. Romania

Tabel Ekspor produk mainan dari Romania ke Hongaria tahun 2008-2012 dalam besaran Euro

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950100					
950210					
950291					
950299					
950300	14 191 750	13 679 360	15 066 744	10 280 433	460 456
950310					

KODE	2008	2009	2010	2011	2012
950320					
950330					
950341					
950349					
950350					
950360					
950370					
950380					
950390					
950410		39 436			
950420	972		3 458		
950430	453 769	261 783	24 068	39 114	21 445
950440	246	23		466	35
950450					
TOTAL	14 646 737	13 980 602	15 094 270	10 320 013	481 936

Sumber: Eurostat (diolah Maret 2013)

v. TREND PRODUK

V.1. Trend Produk di Kalangan Masyarakat

Produk mainan terbagi menjadi 2 (dua) kategori: mainan tradisional dan mainan modern. Saat ini di pasar Hongaria kedua kategori produk mainan tersebut mulai berkembang dan saling mendominasi. Produk mainan modern saat ini semakin digemari oleh konsumen, terutama anak-anak. Sedangkan produk mainan tradisional perlahan kalah dengan kemajuan teknologi. Namun terdapat anak-anak dalam kategori umur tertentu yang masih tertarik menggunakan produk mainan tradisional. Sehingga produk mainan tradisional dan produk mainan modern masih tinggi tuntutannya di pasar Hongaria.

Namun dengan melihat peningkatan nilai ekspor produk mainan ke Hongaria terlihat bahwa produk mainan masih sangat diminati oleh masyarakat di sana. Hal ini bisa menjadi acuan bagi usaha untuk meningkatkan kualitas produk mainan Indonesia dengan melihat bahwa produk tersebut masih bisa laku di kalangan masyarakat Hongaria.

2.2 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar untuk produk mainan biasanya terfokus untuk anak-anak, terutama usia 0-14 tahun. Mainan tersebut biasanya disesuaikan dengan kebutuhan dan keamanan yang layak untuk anak-anak. Namun untuk produk mainan sendiri bisa dinikmati oleh semua orang dari berbagai kalangan usia. Untuk permainan yang biasa dimainkan keluarga atau orang dalam jumlah banyak, seperti *board games*, bisa ditujukan pada segmentasi pasar yang jauh lebih luas. Mulai

dari anak-anak, remaja, hingga dewasa selalu mengkonsumsi produk mainan sebagai suatu sarana hiburan yang bisa dinikmati secara individual ataupun berkelompok.

VI. REGULASI PRODUK

VI.1. Kebijakan Perdagangan

Semenjak bergabung dengan Uni Eropa pada tahun 2004, Hongaria harus mengikuti peraturan-peraturan perekonomian yang telah ditetapkan oleh Uni Eropa. Dikarenakan standar yang sama, maka kebijakan akan produk mainan juga mengikuti kebijakan yang telah distandarkan oleh Uni Eropa.

Dengan menggunakan kode HS produk, Uni Eropa melakukan pengumpulan data statistik produk yang keluar-masuk Uni Eropa. Hal ini dilakukan untuk memonitor perdagangan yang terjadi di kawasan tersebut. Biaya pajak terhadap barang yang masuk ke Uni Eropa berada dalam satu kebijakan yang sama. Beberapa kebijakan mengenai pajak terhadap produk yang masuk dan keluar ke dan dari Uni Eropa, di antaranya adalah *duty relief*, yang mana di dalamnya terdapat kebijakan mengenai produk agrikultur terhadap produk dalam kategori tersebut yang diimpor oleh negara-negara Uni Eropa dari negara-negara lainnya, baik sesama negara Eropa ataupun negara di luar wilayah Uni Eropa. Point utama dari kebijakan agrikultur Uni Eropa adalah untuk menstandarisasi proses pembuatan produk dan proses penerimaan masuk produk dari negara lain agar kualitasnya masih tetap terjaga dan berada dalam posisi yang sesuai dengan agrikultur Uni Eropa.

Selain itu, terdapat juga kebijakan Uni Eropa lainnya yang dikenal dengan nama *TARIC*. *TARIC* adalah pusat data multibahasa yang terintegrasi langsung dengan semua kebijakan-kebijakan yang berkaitan

dengan tarif, komersil, dan agrikultur. Dengan mengintegrasikan dan mensistemkan kebijakan ini, *TARIC* memiliki kemampuan dalam mengamankan aplikasi seragam yang diterapkan oleh Uni Eropa dan memberikan kemampuan untuk mengoperasikan kegiatan ekonomi yang lebih jelas terhadap semua tindakan yang harus dilakukan saat mengimpor atau mengekspor barang. Beberapa kebijakan dalam *TARIC* adalah:

- *Penghitungan biaya tarif:* Biaya pajak negara dunia ketiga, yang dijelaskan dalam Combined Nomenclature, yang meliputi:
 - Suspensi terhadap pajak
 - Kuota tarif
 - Preferensi tarif
- *Kebijakan agrikultur:*
 - Komponen agrikultur
 - Pajak tambahan untuk produk berkonten gula dan tepung
 - Pajak anti-subsidi
 - Pengembalian untuk ekspor produk agrikultural dasar dan terproses
- *Kebijakan komersil:*
 - Kebijakan anti-dumping
 - Kebijakan pajak anti-subsidi
- *Kebijakan terhadap pembatasan transaksi:*
 - Larangan impor dan ekspor
 - Pembatasan impor dan ekspor

- Limit kuantitatif
- Kebijakan terhadap pengumpulan data statistik:
 - Pengawasan impor
 - Pengawasan ekspor

VI.2. Saluran Distribusi

Dalam proses pendistribusian produk mainan ke wilayah Eropa, jalur laut merupakan pilihan yang paling sesuai dengan situasi dan kondisi geografis antara Indonesia dengan benua Eropa. Dengan menggunakan jalur laut juga lebih murah daripada menggunakan jasa pengiriman melalui udara. Menggunakan jalur laut memang akan memakan waktu yang lebih lama daripada menggunakan jalur udara sebagai konsekuensinya.

VI.3. Hambatan

Beberapa hambatan yang menghalangi peningkatan kerjasama antara negara-negara eksportir dengan Hongaria, dalam hal ini difokuskan pada Indonesia, adalah:

1. Masalah jarak yang mampu mempengaruhi proses distribusi. Jarak yang jauh antara Indonesia dan Hongaria menunjukkan bahwa proses distribusi yang dibutuhkan untuk mengirimkan produk dari Indonesia ke Hongaria adalah cukup lama.
2. Selain itu, biaya distribusi produk juga kemudian menjadi masalah dalam persaingan dengan produk mainan lainnya di Hongaria. Bagi negara-negara Eropa lain yang juga mengekspor produk serupa ke Hongaria, hambatan jarak dan biaya menjadi tidak masalah karena

beberapa kebijakan Uni Eropa sendiri yang menguntungkan produk dalam wilayahnya.

3. Pemenuhan kewajiban dokumen-dokumen yang harus dilampirkan oleh eksportir dalam perdagangan. Eksportir haruslah mengikuti aturan-aturan dokumen yang diminta oleh Uni Eropa. Beberapa dokumen terkait mengenai keterangan konten dan bahan produk harus tercantum dengan jelas. Sehingga produk memiliki dokumen legal yang jelas dan lebih meyakinkan di pasar.
4. Produk mainan sekarang berkembang seiring dengan berkembangnya globalisasi dan trend. Persaingan antara produk mainan tradisional dengan produk mainan modern sendiri menjadi hambatan bagi para produsen mainan.

VII. PELUANG & STRATEGI

Salah satu tantangan utama dari perkembangan industri produk mainan adalah bagaimana meningkatkan kualitas permainan melalui kreatifitas dan inovasi yang mengikuti *trend* dan mudah diterima masyarakat. Untuk produk mainan tradisional, inovasi-inovasi yang dibuat dalam pengembangannya harus bisa menyaingi ide modernitas produk mainan modern yang ada. Nilai jualnya ditingkatkan dengan cara membuat produk yang semenarik mungkin sehingga menimbulkan ketertarikan bagi masyarakat.

Peluang bagi pengembangan produk mainan sangatlah luas mengingat bahwa pangsa pasarnya bisa ditargetkan ke semua kalangan. Strategi yang paling baik adalah meningkatkan inovasi-inovasi dan ide-ide kreatif mengenai produk yang bisa diterima semua kalangan. Karena produk mainan merupakan sebuah produk yang sifatnya menghibur, maka kemungkinan besar pasar akan menerima produk tersebut dengan mudah.

VIII. DAFTAR DISTRIBUTOR PRODUK MAINAN DI HONGARIA

No.	Company Name	Address	Phone / Fax	Email	Contact Person
1	Bowl Tes Kft.	1201 Budapest, Torontál u. 44	-	bowltes@vollmer.hu	-
2	Dohány Toys	2360 Gyál, Korosí út 51.	Ph: +36 29 346700 Fx: +36 29 346646	www.dohanytoys.hu dohanytoys@dohanytoys.hu	Mr. Dohány Dezso
3	Ex-Imp Kft.	3508 Miskolc Hejo u. 2.	Ph: +36 46 506474 Fx: +36 46 506475	eximp@chello.hu	Mr. Ocsenás Gábor
4	Jatekgarazs Kft.	9026 Győr, Bácsai u. 62	Ph: +36 96 280121 Fx: +36 96 530009	info@jatekgarazs.com	-
5	Komló-Habilitas Kft.	7300 Komló, Juhász Gyula u. 2.	Ph: +36 72 482292	habilitas@vnet.hu	Mr. Wágner László
6	Küpress ipari Kft.	2800 Tatabánya, Nyáfa u. 36	Fx: +36 34 360767	kupress@t-online.hu	Mr. Krüpl Rudolf
7	Metalcar Kft.	1131 Budapest, Kámfor u. 19.	Ph: +36 1 3504720 Ph: +36 1 3504722	info@metalcar.hu www.metalcar.hu	Mr. Marosi György
8	Playsystem Kft.	2120 Dunakeszi, Repülőtéri u.1.	Ph: +36 27 543035 Ph:+36 27 392580	info@playsystem.hu	Mr. Zilahi Gerald
9	Polimatic Kft.	2851 Környe, November 7. u. 8.	Ph: +36 34 573002 Fx: +36 34 573003	info@polimatic.hu	Mr. Asztalos Tibor
10	Hunor Játék Kft.	1116 Budapest Hunyadi János u. 162.	Mb: +36 20 48622 Ph: +36 1 205-3388	info@hunorkft.hu	-
11	Simex Kft	8900 Zalaegerszeg, Budai Völgyi U.23.	Ph: +36 69 2350789 Fx: +36 69 2350789	simex@simexkft.hu	-
12	Gulliver Kft	1239 Budapest, Bevásárló út 4	Ph: +36 1 265-5229	www.gullivertoys.hu soroksar@gullivertoys.hu	-
13	Regio Toy	1119 Budapest Nándorfejérvári út 23.	Ph: +36 1 206-0805 Fx: +36 1 206 0807	www.regiojatek.hu info@regiojatek.hu	-
14	Kek Kobra Kft	1097 Budapest Gyáli út 31/b.	Ph: +36 1 280 4456 Fx: +36 1 280 4444	info@kekcobra.hu www.kekcobra.hu	-
15	Hammy Toys	2011 Budakalász Sport Utca 1	Ph: +36 26 540-485 Fx: +36 26 540-486	mail@hammytoys.hu www.hammytoys.hu	-

No.	Company Name	Address	Phone / Fax	Email	Contact Person
16	Puli Toys	1054 Budapest Szechenyi 4. I/D	Ph: +36 1 311 1169 Fx: +36 1 312 9967	www.pulitoys.hu artflash@pulitoys.hu	-
17	Happy Box Nici	1106 Budapest, Őrs Vezér tere 25, 1.04 számú üzlet,	Ph: +36 20 598 8556	www.happybox.hu arkadbp@happybox.hu	-