

KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

MARKET INTELLIGENCE PRODUK KOMPONEN OTOMOTIF DI HONGARIA



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
BUDAPEST - HUNGARY 2013

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 hanya dengan rahmatNya kami dapat melaksanakan penulisan *Market Intelligence* perdagangan produk komponen otomotif di Hongaria.

Dalam *Market Intelligence* ini akan dibahas secara mendalam potensi pasar produk komponen otomotif di negara Hongaria, baik mengenai regulasi, saluran distribusi, hambatan, peluang dan strategi, serta informasi-informasi penting lainnya. Data yang diperoleh merupakan data primer hasil pengamatan lapangan serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur dan statistik perdagangan. Diharapkan *Market Intelligence* ini dapat bermanfaat bagi para pelaku bisnis dan pihak yang membutuhkan, khususnya dalam rangka penetrasi pasar ekspor produk komponen otomotif ke Hongaria.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan *Market Intelligence* ini. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang disampaikan oleh Pembaca sangat diharapkan demi untuk meningkatkan penulisan kualitas *Market Intelligence* berikutnya.

Budapest, Desember 2013

Rusmin Amin
Kepala ITPC Budapest

ABSTRAKSI

Pasar otomotif di Uni Eropa saat ini sedang mengalami kelesuan, akibat masalah *over* kapasitas dan krisis ekonomi yang menyebabkan menurunnya pembelian mobil baru. Hal ini terlihat masih akan berlangsung dalam jangka pendek. Namun, kejenuhan ini tidak berlangsung di luar negeri. Industri otomotif serta penjualan mobil baru, terutama di negara-negara kekuatan ekonomi baru seperti China dan India, terlihat justru semakin meningkat dan masih akan terus berkembang. Hal ini tentu akan mengakibatkan semakin menurunnya pangsa pasar bagi mobil-mobil Eropa.

Walaupun masalah *over* kapasitas sedang menyelimuti sektor tersebut, namun impor suku cadang dan komponen otomotif dalam industri maupun retail masih akan dibutuhkan. Dalam hal ini, faktor krisis ekonomi yang menyebabkan penurunan penjualan mobil baru justru menjadi pendorong berkembangnya sektor tersebut. Konsumen akan cenderung untuk mempertahankan kepemilikan mobilnya lebih lama, sehingga kebutuhan akan komponen suku cadang baru tentu akan meningkat.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
ABSTRAKSI	3
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR GRAFIK	7
I. PENDAHULUAN	8
I.1 Pemilihan Negara	8
I.2 Pemilihan Produk	9
II. PRODUK KOMPONEN OTOMOTIF DI NEGARA HONGARIA	12
II.1 Karakteristik Industri & Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	12
II.2 Definisi Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	14
III. INFORMASI PASAR	16
III.1 <i>Trend</i> Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	16
III.2 Prospek Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria	20
III.3 Segmentasi Pasar & Profil Pengguna	23
III.4 Perilaku Pembeli Akhir	25
IV. INFORMASI PERDAGANGAN	27
IV.1 Impor Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	27
IV.2 Negara Pemasok	31
IV.3 Analisa Pesaing	36
IV.4 Peran Indonesia Dalam Memasok Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	40
IV.5 Regulasi Impor	43

IV.6 Saluran Distribusi Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria...	47
IV.7 Strategi	51
V. INFORMASI PENTING	56
V.1 TPO & Kedutaan Negara Hongaria di Indonesia	56
V.2 Asosiasi Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	56
V.3 Daftar Pameran Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	57
V.4 Perwakilan Indonesia di Negara Hongaria	57
V.5 Daftar Importir Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria.....	58
REFERENSI	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Produk Komponen Otomotif Berdasarkan HS Code...	10
Tabel 2. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8708	10
Tabel 3. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8507	11
Tabel 4. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8511	11
Tabel 5. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8707	11
Tabel 6. Profil Pengguna Produk Otomotif Di Hongaria Tahun 2011...	25
Tabel 7. Nilai Impor Produk & Komponen Otomotif (HS 4 Digits) Dari Seluruh Dunia di Hongaria (Dalam Ribu Euro)	30
Tabel 8. Negara-Negara Pemasok Utama Komponen Otomotif HS 8507 Di Hongaria (2008-2012).....	32
Tabel 9. Negara-Negara Pemasok Utama Komponen Otomotif HS 8511 Di Hongaria (2008-2012).....	33
Tabel 10. Negara-Negara Pemasok Utama Komponen Otomotif HS 8707 Di Hongaria (2008-2012).....	34

Tabel 11.	Negara-Negara Pemasok Utama Komponen Otomotif HS 8708 Di Hongaria (2008-2012).....	35
Tabel 12.	Nilai Impor Produk & Komponen Otomotif HS 4 Digits Dari Indonesia Di Hongaria (Dalam Ribu Euro).....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Peta Negara Hongaria	8
Gambar 2.	Produsen – Produsen Utama Otomotif di Hongaria.....	12
Gambar 3.	Berbagai Produk Komponen Otomotif OEM & Produksi Perusahaan OEM	15
Gambar 4.	Safety Seat Untuk Anak-Anak	16
Gambar 5.	Berbagai Mobil Jenis „City Car” Produksi Uni Eropa	17
Gambar 6.	“Cell Phone Holder” Salah Satu Aksesoris Kendaraan Yang Banyak di Cari Konsumen Saat Ini	19
Gambar 7.	Produsen Otomotif Internasional di Hongaria.....	22
Gambar 8.	Perlengkapan GPS.....	24
Gambar 9.	Berbagai Produk Aksesoris & Komponen Otomotif Di Hongaria..	24
Gambar 10.	Produsen Mobil Asal Korea Selatan Di Hongaria	25
Gambar 11.	Beberapa Merk Spark Plugs Yang Dipasarkan di Hongaria	29
Gambar 12.	Akkumulatur Listrik Untuk Kendaraan Bermotor	38
Gambar 13.	Spark Plugs (Busi)	38
Gambar 14.	Contoh Produk HS 8507 Indonesia Yang Telah di Diekspor	41
Gambar 15.	Skema Jalur Distribusi Pemasaran Produk Komponen Otomotif EOM Di Uni Eropa	48
Gambar 16.	Skema Jalur Distribusi Pemasaran Produk Komponen Otomotif <i>Aftermarket</i> Di Uni Eropa	49
Gambar 17.	Pameran Dagang Industri Otomotif di Eropa.....	54

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.	Segmentasi Pasar Produk Otomotif Di Hongaria	23
Grafik 2.	Impor Produk HS 8708 Di Hongaria (2008-2012).....	27
Grafik 3.	Impor Produk HS 8507 Di Hongaria (2008-2012).....	28
Grafik 4.	Impor Produk HS 8511 Di Hongaria (2008-2012).....	29
Grafik 5.	Negara-Negara Pemasok HS 8507 Di Hongaria (2012)	41
Grafik 6.	Negara-Negara Pemasok HS 8708 Di Hongaria (2012)	42
Grafik 7.	Negara-Negara Pemasok HS 8511 Di Hongaria (2012)	42
Grafik 8.	Harga Produk HS 8507 & HS 8708 di Pasaran Hongaria (2012).	43

BAB I – PENDAHULUAN

I.1 Pemilihan Negara

Gambar 1. Peta Negara Hongaria



Hongaria merupakan salah satu negara Uni Eropa di Eropa Tengah dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Indonesia sendiri dinilai sebagai salah satu mitra ekonomi yang penting untuk Hongaria di kawasan Asia Tenggara. Untuk itu, Komisi Bersama Kerjasama Ekonomi Bilateral (*Joint Commission on Bilateral Economic Cooperation - JCEC*) antara kedua negara didirikan pada tahun 1988. Setelah dinonaktifkan pada akhir sidangnya yang ketiga pada tahun 1993, lembaga tersebut kembali difungsikan setelah diadakannya kunjungan Presiden Indonesia ke Hongaria pada bulan September 2001 serta kunjungan balasan dari pemerintah Hongaria. Sidang JCEC kemudian diadakan di Jakarta pada

Januari 2004. Dalam sidang tersebut, Kamar Dagang dan Industri kedua negara kemudian sepakat untuk mendirikan Dewan Bisnis Bersama (*Joint Business Council* - JBC).

Komoditas ekspor utama Indonesia ke Hongaria antara lain meliputi *electrical & electronic equipment*, peralatan mesin dan boiler, bahan bakar mineral, bahan kimia organik, tekstil, minyak nabati, karet, produk alas kaki, dan lain sebagainya dengan total nilai ekspor sebesar US\$ 66,47 juta di tahun 2012. Sementara ekspor utama Hongaria ke Indonesia meliputi komponen otomotif dan suku cadang, *electrical & electronic equipment*, peralatan mesin dan boiler, produk farmasi, bahan kimia organik, peralatan medis, karet, bahan bakar mineral, plastik dan lain-lain, dengan total nilai sebesar US\$ 162,37 juta di tahun 2012.

I.2 Pemilihan Produk

4 (Empat) besar impor produk komponen otomotif Hongaria adalah berupa produk *electric accumulators*, *electrical ignition*, *body* dan suku cadang, serta aksesoris kendaraan. Di antara impor produk-produk tersebut, yang paling cepat berkembang adalah impor bantalan rem, baterai, filter, peredam kejut dan pipa knalpot.

Dalam pengelompokan *Harmonisation System (HS) Code*, produk-produk tersebut ada yang tergabung dalam HS 87 - *Vehicles other than railway, tramway*, dan ada pula yang tergabung dalam HS 85 – *Electrical, electronic equipment*. Secara umum, kelompok ini merupakan daftar produk-produk kendaraan diluar jenis kendaraan yang berjalan diatas rel

seperti kereta api atau trem. Didalam kedua kelompok ini, produk komponen otomotif tergabung dalam HS 8507 - *Electric accumulators, incl. separators therefor*, HS 8511 - *Electrical ignition or starting equipment*, HS 8707 - *Bodies, for motor vehicles*, dan HS 8708 - *Parts & accessories of motor vehicles*,

Tabel 1. Daftar Produk Komponen Otomotif Berdasarkan HS Code

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 8507	Electric accumulators, incl. separators thereof
HS 8511	Electrical ignition or starting equipment
HS 8707	Bodies for motor vehicles
HS 8708	Parts & access of motor vehicles

Sumber : Eurostat

Berdasarkan HS 6 Digit, produk-produk tersebut diatas secara lebih detail adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8708

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 870850	Drive axles with differential for motor vehicles
HS 870821	Safety seat belts for motor vehicles
HS 870893	Clutches and parts for motor vehicles
HS 870895	Safety airbags with inflator system and parts thereof, for tractors, m
HS 870891	Radiators for motor vehicles
HS 870899	Motor vehicle parts nes
HS 870880	Shock absorbers for motor vehicles
HS 870810	Bumpers and parts for motor vehicles
HS 870829	Parts and accessories of bodies nes for motor vehicles
HS 870830	Brakes and servo-brakes and their parts, for tractors, motor vehicles
HS 870892	Mufflers and exhaust pipes for motor vehicles
HS 870894	Steering wheels,steering columns and steering boxes for motor vehicles
HS 870840	Tansmissions for motor vehicles
HS 870870	Wheels including parts and accessories for motor vehicles

Sumber : Intracen

Tabel 3. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8507

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 850710	Lead-acid electric accumulators of a kind used for starting piston engines
HS 850730	Nickel-cadmium electric accumulators
HS 850750	Nickel-metal hydride accumulators (excl. spent)
HS 850720	Lead-acid electric accumulators nes
HS 850760	Lithium-ion accumulators (excl. spent)
HS 850790	Parts of electric accumulators, including separators therefor
HS 850740	Nickel-iron electric accumulators
HS 850780	Electric accumulators, nes

Sumber : Intracen

Tabel 4. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8511

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 851180	Glow plugs and other ignition or starting equipment nes
HS 851110	Spark plugs
HS 851120	Ignition magnetos, magneto-generators and magnetic flywheels
HS 851140	Starter motors
HS 851130	Distributors and ignition coils
HS 851190	Parts of electrical ignition or starting equipment
HS 851150	Generators and alternators

Sumber : Intracen

Tabel 5. Daftar Produk Komponen Otomotif HS 8707

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL
HS 870710	Bodies for passenger carrying vehicles
HS 870790	Bodies for tractors, buses, trucks and special purpose vehicles

Sumber : Intracen

BAB II - PRODUK KOMPONEN OTOMOTIF DI NEGARA HONGARIA

II.1 Karakteristik Industri Otomotif dan Komponen Otomotif di Negara Hongaria

Industri otomotif merupakan salah satu sektor industri utama di Hongaria. Sektor ini memberi kontribusi hingga hampir 20% dari total ekspor negara Hongaria. Lebih dari 600 (enam ratus) perusahaan dengan tenaga aktif sekitar 100.000 orang bergerak pada sektor ini. 4 (Empat) perusahaan besar dengan kaliber internasional yang memiliki fasilitas manufaktur di Hongaria antara lain yaitu Suzuki, Audi, General Motor dan Daimler AG. Rasio ekspor mobil buatan Hongaria adalah 94%, dimana 88% diantaranya berupa mesin utama dan komponen produksi lainnya.

Gambar 2. Produsen – Produsen Utama Otomotif di Hongaria



Saat ini terdapat sekitar 300 (tiga ratus) hingga 350 (tiga ratus lima puluh) perusahaan yang bergerak di segmen pembuatan komponen dan suku cadang otomotif di Hongaria. Termasuk didalamnya adalah pembuatan bagian utama dan modul, elemen elektrik, kaca, metalurgi dan kimia, dll.

Terdapat 2 (dua) kategori jenis perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pembuatan komponen dan suku cadang otomotif di Hongaria, yaitu :

- 1) Produsen yang secara eksklusif atau sebagian dari manajemennya berada dibawah pengawasan perusahaan asing. Jenis barang yang diproduksi perusahaan ini merupakan komponen suku cadang asli bagi merk kendaraan tertentu. Perusahaan seperti ini disebut juga *original equipment manufacturer* (OEM). Mereka biasanya sudah memiliki kemampuan modal yang tinggi dan dapat memproduksi produk-produk dengan kualitas terbaik. Mereka juga adalah pemasok utama bagi industri otomotif di negara tersebut.
- 2) Produsen tradisional, yang merupakan mayoritas produsen yang berada di Hongaria. Kemampuan produsen tradisional biasanya terbatas pada peniruan komponen suku cadang asli (manufaktur suku cadang/ *spare part*) atau mengerjakan proyek-proyek kecil berdasarkan komisi. Kebanyakan dari mereka memiliki keterbatasan dalam hal modal, keahlian ataupun tidak memiliki kapasitas yang cukup untuk mengembangkan produksi. Disisi lain, mereka memiliki banyak kesempatan untuk menjadi sub-kontraktor

dari pemasok lain, namun masih membutuhkan bantuan dari segi modal dan teknis.

II.2 Definisi Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

Dalam dunia industri otomotif, produk suku cadang atau komponen otomotif terbagi dalam 2 (dua) kelompok besar yaitu produk OEM dan non-OEM. Sebutan OEM mengacu pada perusahaan dimana produk tersebut pertama kali diproduksi, dalam hal ini yaitu perusahaan yang akan membeli dan memasarkan produk tersebut. Sementara perusahaan *Original Equipment Manufacturer* (OEM) adalah yang memproduksi produk atau komponen yang kemudian dibeli oleh perusahaan lain, untuk kemudian dipasarkan di bawah nama atau merk perusahaan yang membeli produk tersebut. Ketika mengacu pada komponen otomotif, produk OEM adalah bagian pengganti yang dibuat oleh produsen asli komponen tersebut.

Kebanyakan produk otomotif pada awalnya dirakit menggunakan suku cadang yang dibuat oleh perusahaan yang berbeda dengan merk kendaraan itu sendiri. Sehingga dalam hal ini dapat terjadi dimana suatu perusahaan mobil menjual suku cadang OEM tanpa mengklaim telah memproduksi sendiri produk suku cadang tersebut. Suatu kendaraan dikatakan menggunakan produk OEM, jika produk tersebut dibuat oleh produsen yang sama yang memproduksi bagian tersebut ketika kendaraan tersebut diproduksi dan pertama kali dijual.

Gambar 3. Berbagai produk komponen otomotif OEM maupun produksi perusahaan OEM (original equipment manufacturer).



Selain itu terdapat pula istilah *aftermarket* yang digunakan untuk suku cadang non-OEM. Saat ini dipasaran telah banyak ditemukan produk suku cadang yang mencantumkan keterangan OEM, namun diikuti oleh keterangan “*meets OEM standards*”. Dalam hal ini, suku cadang mobil tersebut bukan merupakan produk OEM, tetapi hanya merupakan klaim bahwa produk tersebut telah diproduksi dengan spesifikasi yang sama dengan produk OEM yang mana kejelasan tentang apakah produk tersebut telah benar-benar memenuhi standar atau tidak, bisa jadi belum diketahui atau belum dapat dibuktikan.

BAB III - INFORMASI PASAR

III.1 *Trend* Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

Trend pasar produk otomotif di Uni Eropa umumnya dan di Hongaria khususnya dapat dilihat dari beberapa faktor pendorong, yaitu faktor ekonomi, teknologi dan sosial-demografi. Faktor-faktor tersebut amat penting untuk diamati oleh produsen, terutama untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Bila dilihat dari faktor-faktor pendorong tersebut diatas, berdasarkan pengamatan lembaga CBI, Belanda, *trend* otomotif yang sedang berlangsung di Uni Eropa umumnya dan di Hongaria khususnya adalah seperti yang terdapat dalam penjelasan berikut ini:

1) Faktor sosial-demografi

Dari segi sosial-demografi, beberapa pergeseran *trend* yang dapat diamati adalah sebagai berikut :

- ✓ Populasi masyarakat Eropa cenderung semakin menua. Dengan semakin banyaknya pengemudi yang berusia dewasa, tentunya prioritas terhadap faktor keselamatan juga akan semakin meningkat. Hal ini membuka kesempatan terhadap *niche market* yang pada umumnya memiliki margin lebih besar, misalnya produk-produk yang bertujuan untuk meningkatkan faktor keselamatan dalam mengemudi, seperti misalnya sabuk pengaman, dan lain lain.



Gambar 4. Safety-seat untuk anak-anak.

Gambar 5. Berbagai mobil jenis “city car” produksi Uni Eropa



- ✓ Tingginya tingkat urbanisasi di kota-kota besar yang menyebabkan lalu-lintas menjadi semakin padat juga menimbulkan kecenderungan masyarakat untuk memiliki mobil berukuran kecil dan hemat dalam penggunaan bahan bakar. Oleh sebab itu, kemitraan dengan perusahaan yang memproduksi jenis mobil yang dapat menjawab kriteria tersebut harus menjadi pertimbangan dalam perencanaan strategi pemasaran produk perusahaan.

- ✓ Selain itu, akhir-akhir ini terdapat pula pergeseran nilai terhadap kepemilikan kendaraan bermotor pada sebagian masyarakat di Uni Eropa. Kebutuhan terhadap mobilitas yang tinggi masih terus ada, namun hal ini diiringi dengan semakin tingginya kepedulian terhadap lingkungan, urbanisasi, dan penggunaan bahan bakar.

Adalah sangat penting bagi produsen untuk dapat memilih mitra dagang yang memiliki kemampuan dalam membaca pergeseran *trend* yang ada dalam masyarakat.

2) Faktor ekonomi

Secara umum, industri otomotif di Eropa Tengah dan Timur terlihat masih akan lebih berkembang dibandingkan di Eropa Barat yang sudah mulai stagnan. Namun demikian, krisis ekonomi yang terjadi, juga telah membuat penjualan mobil baru menjadi tantangan bagi para pengusaha otomotif. Khususnya di Hongaria, saat ini terdapat kecenderungan untuk mempertahankan kepemilikan atas mobil lebih lama. Hal ini tentunya membuka kesempatan besar pada penjualan produk-produk suku cadang dan *aftermarket* di negara tersebut. Selain itu, kesempatan dalam sektor produk otomotif untuk kebutuhan pertanian, dimana tingkat kompetisinya tidak terlalu tinggi, juga masih terbuka lebar. Hal ini didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan produksi pangan sebagai jawaban atas semakin tingginya populasi penduduk.

3) Faktor teknologi

Permintaan terhadap produk komponen otomotif yang menawarkan inovasi dan teknologi baru di Uni Eropa semakin meningkat. Sebaliknya, permintaan terhadap produk konvensional semakin menurun. Ditambah lagi, tenaga ahli yang dapat bekerja di bidang

teknologi konvensional juga semakin berkurang, dikarenakan minat tenaga kerja terhadap sektor tersebut juga menurun.

Gambar 6. “Cellphone holder”, salah satu aksesoris kendaraan yang banyak dicari konsumen saat ini.



Perkembangan *trend* terhadap produk otomotif yang dapat terkoneksi dengan produk IT juga semakin meningkat, seperti integrasi telepon genggam dengan sarana audio dalam kendaraan, dan lain sebagainya. Berbagai produk yang dahulu tidak memiliki hubungan dengan industri otomotif, seperti Apple dan Google, kini mulai ikut meramaikan pasar otomotif.

Dalam jangka pendek dan menengah, Eropa masih akan memimpin dalam inovasi dan teknologi yang digunakan dalam industri otomotif. Namun untuk jangka panjang, negara-negara seperti China dan India diperkirakan dapat menyusul posisi tersebut.

Jenis inovasi teknologi yang juga mulai secara luas dikembangkan di Uni Eropa adalah kendaraan rendah emisi karbon dioksida (CO₂). Hal ini juga didorong oleh semakin meningkatnya

kesadaran pengguna kendaraan bermotor akan pelestarian lingkungan hidup.

Selain itu terdapat juga kecenderungan permintaan pasar terhadap produk-produk komponen otomotif yang terbuat dari bahan baku yang ringan dan ramah lingkungan. Permintaan terhadap produk yang terbuat dari gabungan beberapa material (*hybrid* dan komposit) juga akan meningkat. Begitu pula untuk produk interior kendaraan yang terbuat dari bahan yang mudah untuk didaur ulang (*biodegradable*). Didalam industri otomotif sendiri, saat ini penggunaan material yang ringan seperti aluminium, plastik maupun nanomaterial dilakukan untuk membantu memenuhi persyaratan lingkungan hidup serta mengurangi biaya produksi.

III.2 Prospek Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

Hongaria adalah salah satu negara Uni Eropa yang memiliki peranan penting berkaitan dengan industri otomotif di benua tersebut, dengan segmen utama berada pada industri suku cadang, yaitu komponen OEM (*original equipment manufacturing*) dan *aftermarket*. Permintaan untuk suku cadang dan komponen terutama datang dari produsen kendaraan yang beroperasi di Hongaria. Selain sangat dipengaruhi oleh operasi perusahaan asing, sektor ini juga tergantung pada perkembangan pasar otomotif di Uni Eropa.

Produsen otomotif terbesar di Hongaria dipegang oleh Suzuki, Jepang, yang baru-baru ini telah melipatgandakan kapasitas produksinya.

Volkswagen (Audi) dari Jerman juga memiliki fasilitas perakitan di negara tersebut. Selain itu Daimler (Mercedes) juga telah membangun pabrik di Hongaria untuk produksi Seri A dan B, yang sudah beroperasi pada tahun 2012 dengan kapasitas 100.000 unit per tahunnya. Audi dan Opel juga telah memperluas fasilitas produksi mereka di Hongaria.

Di sektor otomotif, Hongaria adalah produsen terbesar ke-10 (sepuluh) di Uni Eropa atau dibawah Swedia dan Romania, namun di atas Austria dan Portugal. Total produksi negara tersebut setara dengan 2,1% dari total produksi Uni Eropa.

Seperti yang terjadi di banyak negara di dunia, pasar otomotif di Hongaria juga ikut terkena dampak negatif dari krisis ekonomi global yang terjadi selama tahun 2008 - 2010. Penjualan mobil di negara tersebut menurun dari 176.678 unit pada tahun 2008 menjadi hanya 61.324 unit pada 2010. Krisis yang berlangsung selama kurang lebih 2 (dua) tahun tersebut telah menyebabkan tutupnya kurang lebih 300 (tiga ratus) dari 1.200 (seribu dua ratus) *dealer* mobil di negara Hongaria, dan sementara sekitar 300 - 400 *dealer* lainnya berada diambang kebangkrutan.

- Produksi kendaraan ringan (mobil dan van kecil) mencapai 165.000 unit pada tahun 2010. Nilai ini turun 9% dari tahun sebelumnya (EU: +10%), dan turun 3% per tahun sejak tahun 2006 (EU: -1.8%). Produksi kendaraan ringan di negara ini merupakan 1 % dari total produksi Uni Eropa.

- Produksi kendaraan berat komersial (truk dan bus) adalah 2.900 unit pada tahun 2010, naik sebesar 42% dari tahun 2009 (EU: -60%) tetapi turun 2% per tahun sejak tahun 2006 (EU: +14%). Produksi kendaraan berat adalah 0,7% dari total produksi Uni Eropa.
- Total produksi suku cadang dan komponen pada tahun 2010 berdasarkan data statistik *Eurostat* (ProdCom) mencapai senilai EUR 5,7 milyar, dengan peningkatan rata-rata 1,2% sejak tahun 2006. Krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 2009 menyebabkan produksi turun sebesar 24%. Kondisi ini kemudian pulih secara signifikan pada tahun 2010, dengan kenaikan sebesar 32%.

Gambar 7. Produsen otomotif internasional di Hongaria



Kondisi tersebut terlihat mulai membaik di tahun 2011, dimana angka penjualan berangsur-angsur pulih menjadi 76.471 unit. Opel yang memimpin pasar di Hongaria mengalami peningkatan impor sebesar 31,6%, sementara Volkswagen Hongaria menunjukkan peningkatan lebih besar dari 41%, Hyundai sebesar 42,5%, Citroen sebesar 42,9%, dan Dacia sebesar 142 %. (*sumber : Eurostat – ProdCom*).

III.3 Segmentasi Pasar dan Profil Pengguna

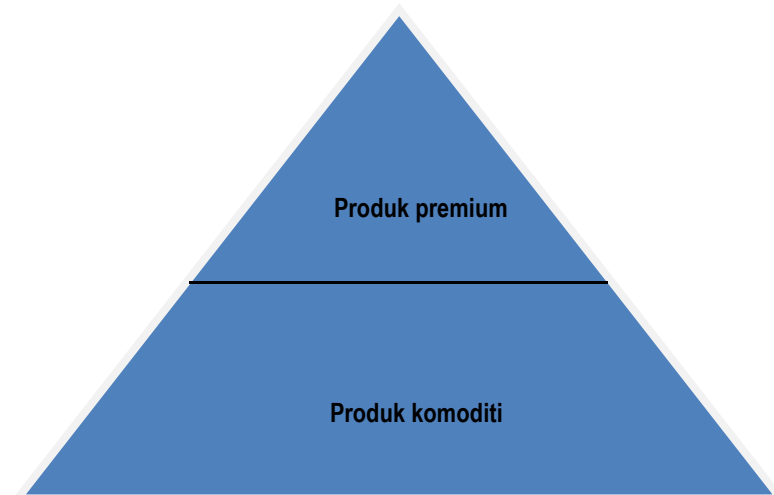
III.3.1 Segmentasi pasar

Pasar produk otomotif di Hongaria terbagi atas 2 (dua) kelompok utama sebagai berikut :

a) Produk Premium :

- Sarat dengan penggunaan teknologi tinggi, telematik, dll.
- Digunakan terutama oleh perusahaan mobil dari Jerman dan Italia.
- *Trend* suku cadang dan aksesoris dari kategori ini biasanya akan muncul beberapa tahun kemudian di pasar komoditi.
- Promosi biasanya diutamakan terhadap kekuatan, daya tahan dan stabilitas produk.

**Grafik 1. Segmentasi Pasar Produk Otomotif di Hongaria
(sumber : CBI)**



Gambar 8. Perlengkapan GPS.



b) Produk Komoditi :

- Berbeda dengan segmen premium, segmen komoditi tidak terlalu menunjukkan penggunaan teknologi tinggi maupun aksesoris tertentu.
- *Trend* dari segmen premium biasanya akan ditemukan di segmen ini dalam beberapa tahun kemudian.

Gambar 9. Berbagai produk komoditi aksesoris dan komponen otomotif di Hongaria.



- Produk terutama dipromosikan sebagai ramah lingkungan ataupun sesuai dengan *trend* yang sedang berlangsung.

III.3.2 Profil pengguna

Berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin, pengguna kendaraan bermotor di Hongaria pada tahun 2011 adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Profil pengguna produk otomotif di Hongaria tahun 2011

JENIS KELAMIN	KELOMPOK USIA								
	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49	50–54	55–59	60–64
Pria	153,3	294,8	380,8	372,2	291,8	248,6	261,0	223,7	54,5
Wanita	122,9	223,3	248,3	296,7	271,7	252,9	267,4	223,0	40,8

Sumber : CSO, 2012

Target pengguna berada pada kelompok umur 20-64 tahun, sementara target konsumen berada pada kelompok umur 25-64 tahun.

III.4 **Perilaku Pembeli Akhir**

Kebanyakan konsumen di Hongaria lebih memilih untuk membeli mobil Eropa berukuran kecil dan menengah. Mobil Jepang dan Korea juga menjadi semakin populer, tetapi terdapat hambatan pada harga suku cadang dan komponen yang masih mahal.

Gambar 10. Produsen mobil asal Korea Selatan di Hongaria



Dalam 5 (lima) tahun terakhir, sejalan dengan pertumbuhan registrasi kepemilikan mobil baru, kebiasaan konsumen juga terlihat mengalami perubahan. Salah satu diantaranya adalah perubahan

kecenderungan konsumen dalam memilih fasilitas pembayaran. Setelah sebelumnya rata-rata hanya sekitar 30% mobil baru dibayar secara tunai, pada tahun 2011 hanya 9% dari pembeli yang dibiayai oleh kredit kepemilikan kendaraan. Perubahan kecenderungan ini mungkin tidak hanya disebabkan oleh semakin ketatnya persyaratan yang diberikan oleh bank, namun juga merupakan tindakan pencegahan oleh konsumen untuk menghindari masalah pembayaran yang dihadapi ratusan ribu debitur selama masa krisis.

Hal lain yang muncul akibat krisis adalah meningkatnya kesadaran konsumen atas barang yang dibelinya. Saat ini, konsumen sudah menjadi lebih sadar dan berhati-hati dengan berusaha mendapatkan informasi lebih lanjut tentang berbagai jenis mobil pada saat mereka mempertimbangkan jenis mobil apa yang akan dibeli.

Selain penurunan daya beli, faktor lain seperti peningkatan harga bahan bakar juga menjadi penyebab berkurangnya penggunaan kendaraan bermotor. Hal ini ikut menyebabkan waktu amortisasi kendaraan juga semakin bertambah, dan secara tidak langsung membuka pasar untuk produk-produk *aftermarket*.

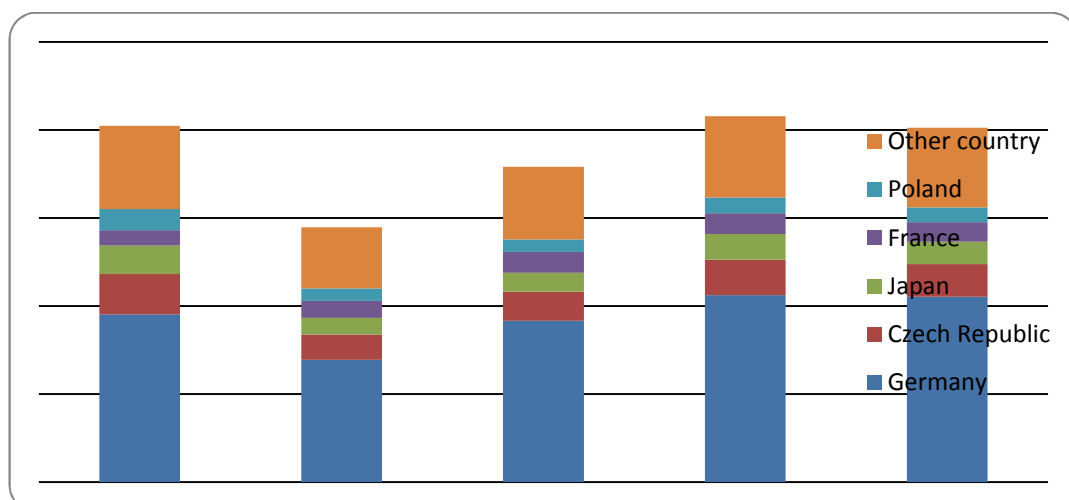
BAB IV - INFORMASI PERDAGANGAN

IV.1 Impor Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

Krisis yang terjadi di Eropa selama periode 2009-2010 ikut mempengaruhi sektor industri otomotif di Hongaria. Salah satunya adalah penurunan angka penjualan mobil baru di negara tersebut. Hal ini mempengaruhi terutama pada penjualan produk suku cadang OEM untuk pembuatan mobil baru.

Disisi lain, potensi bagi penjualan produk non-OEM atau *aftermarket* yang pada dasarnya memiliki harga jual lebih murah dipasaran justru meningkat. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat untuk mempertahankan kepemilikan mobilnya lebih lama dan menunda pembelian mobil baru. Sehingga, kebutuhan akan suku cadang mobil menjadi lebih besar, terutama untuk perbaikan mobil lama maupun perawatan rutin.

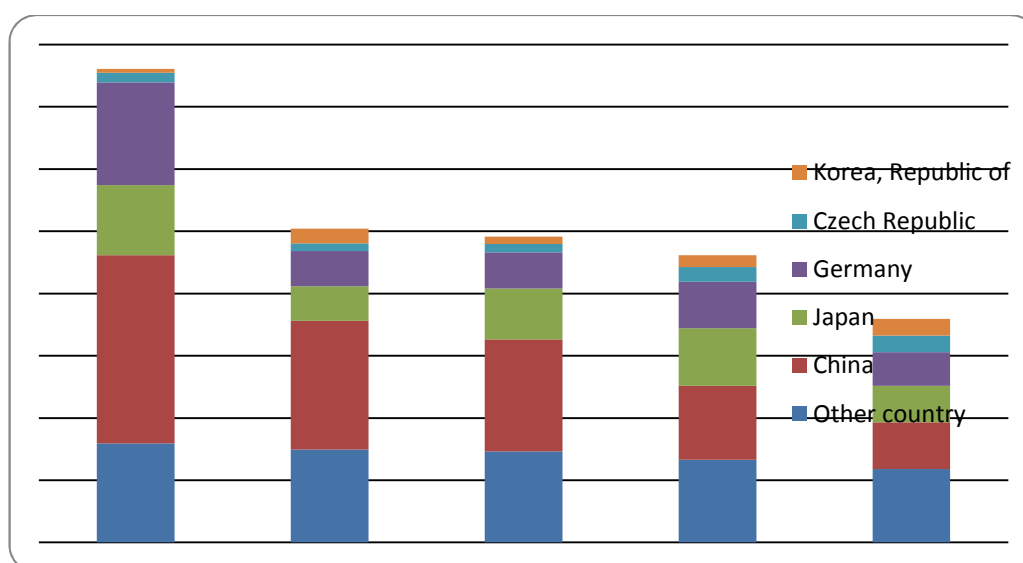
Grafik 2. Impor produk HS 8708 *Parts & access. of motor vehicles* di Hongaria periode 2008-2012



Sumber : Intracen

Salah satu produk komponen otomotif yang mengalami peningkatan nilai impor adalah akumulator elektrik (accu). Hal ini sangat dimungkinkan, mengingat sebagai negara dengan 4 (empat) musim, Hongaria juga mengalami musim dingin.

Grafik 3. Impor produk HS 8507 Electric accumulator di Hongaria periode 2008-2012



Sumber : Intracen

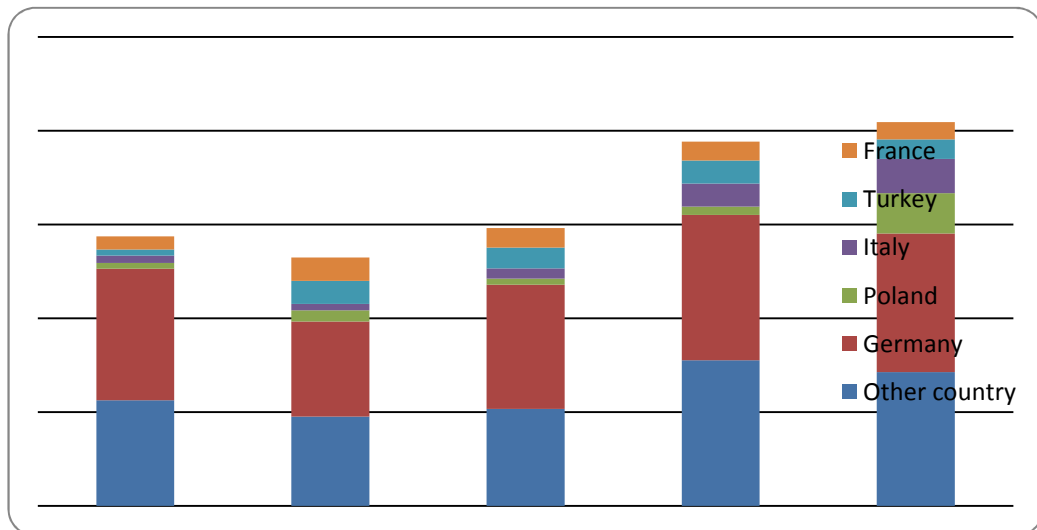
Impor produk akumulator elektrik untuk kendaraan bermotor di Hongaria sebagian besar didapat dari negara-negara di Asia seperti China, Jepang dan Korea Selatan. Saat ini, China merupakan pemasok terbesar di negara tersebut. Tidak hanya di Hongaria, produk akumulator elektrik dari China juga menguasai sebagian besar pasar produk tersebut di Eropa Timur.

Negara-negara berkembang lainnya seperti Thailand, Indonesia dan Malaysia masing-masing menguasai kurang dari 1% pasar produk tersebut di Hongaria. Walaupun berdasarkan data statistik terlihat bahwa

share pasar terlihat sangat kecil, namun nilai impor yang sebenarnya bisa jadi lebih tinggi.

Komponen otomotif lain yang terlihat mengalami peningkatan nilai impor adalah produk *spark plugs* (busi) HS 8511. Setelah mengalami sedikit penurunan di tahun 2009, permintaan terhadap produk tersebut di pasaran otomotif Hongaria kembali meningkat di tahun-tahun berikutnya.

Grafik 4. Impor produk HS 8511 Electrical ignition/starting equip. (spark plugs/starter motors) di Hongaria periode 2008-2012



Sumber : Intracen

Gambar 11. Beberapa merk spark plugs (busi) yang dipasarkan di Hongaria.



Tabel 7. Nilai impor produk dan komponen otomotif (HS 4 Digits) dari seluruh dunia di Hongaria (dalam ribu Euro)

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL	HUNGARY'S IMPORTS FROM WORLD (€)					
		VALUE IN 2008	VALUE IN 2009	VALUE IN 2010	VALUE IN 2011	VALUE IN 2012	TREND (%)
HS 8507	Electric accumulator	380,405.07	252,175.83	245,708.37	230,657.57	179,659.3	-14,69
HS 8511	Electrical ignition/starting equip (spark plugs/starter motors)	143,720.31	132,390.67	148,081.09	194,213.21	204,533.26	11,50
HS 8702	Public-transport type passenger motor vehicles	43,493.10	33,231.03	8,281.58	12,939.79	8,521.21	-34.32
HS 8703	Cars (incl. station wagon)	2,227,697.16	752,551.51	1,128,678.68	1,467,195.77	1,481,611.26	-1.47
HS 8704	Trucks, motor vehicles for the transport of goods	464,413.02	146,116.16	184,215.94	282,588.34	292,766.19	-2.60
HS 8705	Speci purp motor vehicles (fire fight veh, crane lorry)	43,162.11	19,329.86	18,664.24	11,628.80	11,811.82	-26.65
HS 8707	Bodies for motor vehicles	284,768.91	149,702.06	173,126.90	164,934.80	132,975.73	-13.29
HS 8708	Parts & access of motor vehicles	2,022,673.41	1,447,556.58	1,790,861.42	2,077,489.77	2,011,734.36	3.57
HS 8711	Motorcycles, side-cars	61,029.53	29,471.61	15,369.53	14,965.88	13,380.93	-31.01
HS 8714	Parts and accessories of motorcycles & cycles	45,583.71	45,784.18	47,430.99	49,791.96	65,093.71	8.29
HS 8716	Trailers&semi-trailers;other vehicles not mechanically propelled	287,879.01	98,563.05	149,357.56	214,312.50	203,609.51	0.84

Sumber : Intracen, diolah

IV.2 Negara Pemasok

Selama periode tahun 2008-2012, Jerman tetap merupakan pemasok utama untuk hampir semua produk komponen otomotif di Hongaria, kecuali untuk produk HS 8507 yang masih dikuasai oleh China.

Trend impor produk dalam kode HS 8708 yaitu *Part and accessories for motor vehicles* dari Jerman selama periode tersebut juga rata-rata terlihat positif, yaitu sebesar 6,45%. Posisi ke-2 (dua) ditempati oleh Republik Ceko dengan nilai impor sebesar EUR 184,85 juta pada tahun 2012, diikuti oleh Jepang (EUR 127,99 juta) dan Perancis (EUR 111,38 juta).

Jerman pada periode tahun 2008-2012, juga masih merupakan pemasok utama untuk produk HS 8511 - *Electrical ignition/starting equip.(spark plugs/ starter motors)* di Hongaria, diikuti oleh Polandia, Italia dan Turki. Selain itu, Hongaria juga terlihat masih mengimpor sebagian produk HS 8707 - *Bodies for motor vehicles*, walaupun *trend* impor produk tersebut terlihat negatif selama periode tahun 2008-2012.

Hongaria juga melakukan impor produk otomotif dari negara-negara berkembang di Asia. Selama periode tahun 2008-2012, pasokan terbesar dari Asia berasal dari India, China, Thailand, Indonesia dan Malaysia. Selain itu, negara kompetitor baru yaitu Vietnam juga terlihat mulai memasuki pasaran Hongaria di tahun 2011. Ekspor produk HS 8507 - *Electric accumulator* dari negara tersebut terlihat mengalami peningkatan

yang cukup signifikan, yaitu dari senilai EUR 349,65 ribu di tahun 2011 menjadi senilai EUR 775,22 ribu di tahun 2012.

Tabel 8. Negara – Negara pemasok utama komponen otomotif HS 8507 Electric accumulator di Hongaria periode 2008-2012

NO.	EXPORTERS	IMPORTED VALUE (IN THOUSAND EURO)					TREND (%)
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	China	151,210.10	103,213.03	89,794.52	59,358.78	37,557.41	-28.39
2	Japan	56,249.52	27,897.72	40,907.09	46,382.37	29,229.81	-7.70
3	Germany	82,734.28	28,355.91	29,042.38	37,393.51	26,979.57	-17.84
4	Czech Republic	7,541.44	6,037.44	6,826.63	11,594.34	13,409.70	19.77
5	Korea, Republic of	3,163.79	11,932.20	5,885.29	9,534.51	13,409.70	30.53
6	Poland	7,224.72	12,513.71	11,973.16	7,977.25	8,426.35	-1.42
7	Italy	2,876.98	2,022.76	3,306.00	6,239.79	7,560.16	35.78
8	Hong Kong, China	14,656.74	13,883.97	13,197.66	6,727.29	6,728.17	-20.40
9	Indonesia	2.04	114.01	1,625.89	5,957.63	6,462.25	644.67
10	United States of America	1,419.80	8,764.33	5,852.15	5,157.11	3,901.77	16.08
11	Singapore	6,239.22	9,804.75	13,955.25	7,647.71	3,263.39	-14.31
12	Netherlands	5,817.84	1,462.75	1,876.67	2,690.20	2,714.44	-8.75
13	Slovakia	1,200.95	2,751.98	578.36	3,314.82	2,491.28	17.89
14	Thailand	15.63	2.15	3.77	34.46	2,001.42	248.31
15	France	7,092.87	3,854.07	2,590.58	2,072.75	1,931.44	-27.54
16	Slovenia	971.23	1,031.81	1,231.28	1,445.25	1,432.25	11.78
17	Canada	108.06	360.67	527.91	550.68	1,294.63	71.43
18	Malaysia	124.38	84.61	1,067.11	2,861.79	1,289.18	127.00
19	Austria	8,053.90	5,569.22	2,090.54	1,160.22	1,195.88	-41.63
20	Mexico	44.86	824.59	1,720.03	1,720.23	1,045.81	102.05
21	United Kingdom	6,048.24	1,705.83	736.51	1,006.58	956.39	-34.40
22	Viet Nam	2.72	0.00	0.00	349.65	775.22	N/A

Sumber : Intracen, diolah

Tabel 9. Negara-negara pemasok utama komponen otomotif HS 8511 Electrical ignition/starting equip. (spark plugs/starter motors) di Hongaria periode 2008-2012

NO.	EXPORTERS	IMPORTED VALUE (IN THOUSAND EURO)					TREND (%)
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Germany	70,110.39	50,776.90	66,164.50	77,360.91	73,870.74	5.40
2	Poland	3,071.36	5,889.02	3,307.51	4,538.94	21,492.37	43.77
3	Italy	3,997.72	3,494.83	5,300.90	12,277.83	18,212.65	53.56
4	Turkey	3,182.14	12,243.39	11,145.52	12,210.35	10,458.88	26.83
5	France	7,015.39	12,370.31	10,375.88	10,149.80	9,144.81	3.38
6	Czech Republic	14,342.06	9,439.78	8,665.65	9,353.58	8,878.11	-9.23
7	Romania	779.56	1,654.92	3,378.30	3,332.05	8,614.52	73.41
8	Spain	3,872.67	3,610.99	3,187.77	15,304.04	7,987.81	33.54
9	Belgium	3,432.93	3,963.06	3,542.47	4,131.86	7,298.90	16.77
10	Portugal	7,858.16	4,134.43	2,594.35	2,099.32	6,064.92	-11.27
11	Japan	4,514.94	6,558.01	5,696.27	5,753.73	5,718.13	3.48
12	Netherlands	1,287.94	3,667.64	4,480.05	9,031.94	4,519.92	40.67
13	United Kingdom	2,387.62	2,551.21	2,147.02	12,468.09	3,696.49	27.90
14	Korea, Republic of	245.36	776.55	2,319.47	2,705.99	3,388.58	91.54
15	China	525.37	522.00	1,219.98	1,649.87	2,718.33	55.86
19	India	2,228.59	681.18	1,164.26	1,413.66	1,406.60	-1.88
20	Denmark	823.74	672.58	1,184.59	969.96	1,128.23	10.46
28	Thailand	0.00	0.00	0.00	8.62	57.54	N/A
29	Switzerland	279.34	27.25	76.06	5.74	41.99	-41.42
30	Belarus	102.63	19.36	112.96	63.90	40.43	-6.47

Sumber : Intracen, diolah

Tabel 10. Negara-negara pemasok utama komponen otomotif HS 8707 Bodies for motor vehicles di Hongaria periode 2008-2012

NO.	EXPORTERS	IMPORTED VALUE(IN THOUSAND EURO)					TREND (%)
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Germany	275,193.94	142,710.96	170,097.28	163,218.15	131,543.48	-12.56
2	Belgium	41.46	38.72	58.74	96.92	619.71	88.26
3	Japan	307.20	2,210.62	66.27	0.00	492.19	N/A
4	Netherlands	59.81	10.76	0.00	0.00	84.75	N/A
5	Austria	3,845.48	3,978.12	2,374.45	35.90	41.99	-74.70
6	Italy	129.81	43.74	95.64	850.06	39.66	6.14
7	Switzerland	16.31	0.00	0.75	2.15	39.66	N/A
8	Romania	0.00	91.78	250.77	187.39	24.10	N/A
9	France	129.81	2.87	3.77	140.72	17.11	-1.59
10	Korea, Republic of	4.76	0.00	0.00	0.00	15.55	N/A
11	Turkey	160.40	34.42	4.52	198.87	15.55	-25.27
12	Czech Republic	14.27	81.74	57.23	48.10	13.22	-6.60
13	Thailand	1,050.75	265.30	79.07	48.82	10.11	-66.65
14	China	2.04	15.06	4.52	2.15	5.44	0.15
15	Poland	3,632.75	166.35	13.56	91.90	4.67	-75.11

Sumber : Intracen, diolah

Tabel 11. Negara-negara pemasok utama komponen otomotif HS 8708 Part and accessories for motor vehicles di Hongaria periode 2008-2012

NO.	EXPORTERS	IMPORTED VALUE (INTHOUSAND EURO)					TREND (%)
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Germany	951,527.15	694,209.16	915,521.27	1,061,035.03	1,052,001.01	6.45
2	Czech Republic	228,947.57	144,064.72	164,927.41	201,705.84	184,856.47	-0.91
3	Japan	163,012.97	93,132.22	108,816.47	146,469.58	127,993.94	-0.31
4	France	86,229.74	97,262.35	116,590.47	118,240.11	111,386.17	7.33
5	Poland	119,897.76	70,437.31	71,860.77	87,716.05	83,270.59	-4.97
6	Austria	75,308.38	60,345.75	72,846.55	88,833.19	71,255.05	2.80
7	Italy	69,934.36	46,515.56	65,979.25	68,391.43	66,846.32	3.00
8	Slovakia	63,121.51	41,116.28	59,357.45	51,112.29	48,674.88	-2.98
9	Spain	48,638.76	48,625.80	53,628.05	48,808.36	43,150.36	-2.33
10	Romania	53,332.45	20,737.40	23,165.37	36,108.36	37,804.68	-1.33
14	India	27,103.24	20,638.45	14,136.74	17,706.33	14,817.07	-12.72
15	Slovenia	5,879.69	7,490.16	10,517.46	15,352.86	14,390.19	28.50
16	Turkey	5,666.28	4,912.41	6,133.05	7,260.01	8,920.10	13.86
17	Canada	3,778.88	1,486.42	3,855.00	5,021.41	8,897.55	34.04
18	Belgium	10,321.91	8,700.51	8,674.68	8,520.75	8,406.91	-4.22
19	Sweden	4,752.14	4,131.56	8,509.01	10,569.09	8,350.15	22.96
20	China	7,476.19	6,747.31	5,399.55	6,677.03	7,108.40	-1.11
21	Portugal	10,680.76	8,271.01	6,301.74	5,852.09	5,738.35	-14.69
22	Thailand	769.37	251.68	289.18	3,783.65	5,138.08	91.71
35	Indonesia	5,695.50	3,084.69	1,860.10	830.68	644.59	-43.28

Sumber : Intracen, diolah

IV.3 Analisa Pesaing

Negara pesaing utama Indonesia untuk ekspor produk komponen otomotif adalah India, Thailand dan China. Masing-masing negara tersebut memiliki produk andalan ekspor

a) Thailand

Pada tahun 2012, industri otomotif Thailand merupakan yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar ke-9 (sembilan) di dunia, dengan *output* tahunan mendekati 1,5 juta kendaraan (mayoritas adalah kendaraan komersial). Angka ini telah melebihi negara-negara Uni Eropa seperti Belgia, Inggris, Italia, Republik Ceko, dan Turki. Sebagian besar kendaraan yang diproduksi di Thailand dikembangkan dan dilisensi oleh produsen asing, terutama Jepang dan Korea Selatan. Industri otomotif Thailand banyak mengambil keuntungan dari *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) untuk menemukan pasar bagi produk-produknya. Didalam negerinya sendiri, Thailand adalah salah satu pasar terbesar di dunia untuk truk *pickup*, dengan lebih dari 50% pangsa pasar untuk truk berkapasitas 1 ton.

Kebanyakan perusahaan di Thailand mengambil kesempatan dengan bergabung dalam program sub-kontrak, dengan membentuk usaha patungan dengan produsen mobil asing yang ada di dalam negeri. Hal ini sangat membantu dalam rangka untuk membuka kesempatan dan tawaran bisnis baru bagi perusahaan lokal tersebut.

Produk-produk komponen otomotif yang diekspor Thailand tergabung pada kelompok HS 8507, HS 8511, HS 8707 dan HS 8708.

Sama seperti Indonesia, ekspor terbesar Thailand ke Hongaria saat ini ada pada produk akumulator elektrik dalam kode HS 8507 dengan nilai ekspor sebesar EUR 2 juta di tahun 2012. *Trend* produk tersebut selama periode tahun 2008-2012 juga terlihat positif, yaitu sebesar 248,31%. Ekspor Thailand tersebut merupakan 1,1% dari pasar akumulator elektrik tahun 2012 di Hongaria.

Selain itu Thailand juga mengekspor produk HS 8708 ke Hongaria. Selama periode tahun 2008-2012 ekspor negara tersebut mencapai nilai EUR 5,13 juta, dengan pertumbuhan ekspor sebesar 91,71% dan berhasil menguasai 0,26% pasar di Hongaria. Dalam hal ini, mayoritas dari ekspor Thailand merupakan produk OEM hasil kerjasama *outsourcing* dengan perusahaan otomotif Eropa di Hongaria.

Nilai ekspor Thailand untuk produk terkait selama periode tahun 2008-2013 sangat bertolak belakang dengan ekspor Indonesia, yang justru mengalami *trend negatif* sebesar -43,28% pada periode yang sama, dengan nilai ekspor sebesar EUR 644,59 ribu di tahun 2012.

b) China

Industri otomotif di China telah menjadi yang terbesar di dunia, diukur dengan jumlah unit yang diproduksi sejak tahun 2008. Sementara itu pada tahun 2009, produksi tahunan otomotif di negara tersebut melebihi Uni Eropa atau Amerika Serikat dan Jepang digabungkan.

Dari jenis mobil yang diproduksi, 44,3% adalah merk lokal (termasuk BYD, Dongfeng Motor, FAW Group, SAIC Motor, Lifan, Chang'an (Chana),

Geely, Chery, Hafei, Jianghuai (JAC), Great Wall dan Roewe), dan sisanya diproduksi oleh perusahaan patungan dengan pembuat mobil asing seperti Volkswagen, General Motors, Hyundai, Nissan, Honda, Toyota, Mitsubishi dll. Sementara sebagian besar mobil yang diproduksi di China yang dijual di dalam negeri, ekspor produk sendiri telah mencapai 814.300 unit pada tahun 2011. Pasar lokal yang besar merupakan dasar yang solid bagi perkembangan industri mobil dalam negeri negara tersebut, dan merupakan harapan perencana ekonomi China untuk dapat membangun perusahaan otomotif yang kompetitif secara global.



Gambar 12. Akumulator listrik (accu) untuk kendaraan bermotor

Saat ini, China merupakan pemasok utama untuk produk akumulator listrik HS 8507 di Hongaria. Ekspor China untuk produk terkait pada tahun 2012 tercatat senilai EUR 37,5 juta. Angka ini menurun dari tahun sebelumnya yang mencapai nilai EUR 59,35 juta. *Trend* ekspor produk



Gambar 13. Spark plugs (busi)

asal China juga terlihat negatif, yaitu sebesar -28,39% selama periode perdagangan 2008-2012. Untuk produk ini, China menguasai 20,9% pasar akumulator listrik di Hongaria.

Dalam periode yang sama, pertumbuhan ekspor yang positif terlihat pada produk HS 8511 - *Electrical ignition/starting equip. (spark plugs/starter motors)*. Nilai ekspor produk tersebut telah mencapai angka senilai EUR 2,7 juta di tahun 2012, dengan *trend* pertumbuhan sebesar 55,86%.

Ekspor China atas produk tersebut di tahun 2012 berhasil menguasai 1,33% pasar di Hongaria.

c) India

Dengan produksi tahunan lebih dari 3,9 juta unit pada tahun 2011, India berhasil mengungguli Brazil dan menjadi produsen kendaraan penumpang terbesar ke-6 (enam) di dunia, dengan tingkat pertumbuhan produksi sebesar 16-18%. India juga berhasil menjual sekitar 3 juta unit selama periode tahun 2011-2012. Pada tahun 2009, India muncul sebagai eksportir terbesar ke-4 (empat) untuk mobil penumpang di Asia, setelah Jepang, Korea Selatan, dan Thailand. Pada tahun 2010, India berhasil mengungguli Thailand dengan menjadi eksportir mobil terbesar ke-3 (tiga) di Asia.

Pasar didalam negeri India juga merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Industri otomotif di negara ini sempat mengalami perkembangan yang sangat cepat. Walau demikian, saat ini tingkat pertumbuhannya terlihat datar dan bahkan cenderung negatif.

Di Hongaria, ekspor terbesar produk komponen otomotif India adalah pada produk HS 8708 - *Part and accessories for motor vehicles* dan HS 8511 - *Electrical ignition/starting equip (spark plugs/starter motors)*. Pertumbuhan ekspor India atas ke-2 (dua) produk dimaksud selama periode tahun 2008-2012 terlihat mengalami *trend negatif* dan mengalami penurunan. Nilai ekspor produk HS 8708 sempat turun pada masa krisis

tahun 2009-2010, namun terlihat membaik dan berada dikisaran EUR 14,8 juta di tahun 2012.

IV.4 Peran Indonesia Dalam Memasok Produk Komponen Otomotif di Hongaria

Trend ekspor produk HS 8708 selama periode tahun 2008-2012 dari Indonesia ke Hongaria terlihat negatif. Ekspor Indonesia atas produk tersebut juga terlihat mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini mulai terlihat sejak terjadinya krisis di tahun 2009, dimana secara umum impor Hongaria terhadap produk-produk otomotif mengalami penurunan dari tahun-tahun sebelumnya.

Trend ekspor Indonesia ke Hongaria atas produk tersebut adalah sebesar -43,28%. Hal ini berbanding terbalik bila dibandingkan dengan *trend* ekspor Thailand yang mencapai 91,7% dalam periode yang sama. Indonesia berada di urutan ke-35 (tiga puluh lima) atau dibawah India yang berada pada urutan ke-14 (empat belas), China urutan ke-20 (dua puluh) dan Thailand pada urutan ke- 22 (dua puluh dua).

Tabel 12. Nilai impor produk dan komponen otomotif (HS 4 Digits) dari Indonesia di Hongaria (dalam ribu Euro)

PRODUCT CODE	PRODUCT LABEL	HUNGARY'S IMPORTS FROM INDONESIA (IN THOUSAND EURO)					TREND (%)	% FROM HUNGARY'S IMPORT
		VALUE IN 2008	VALUE IN 2009	VALUE IN 2010	VALUE IN 2011	VALUE IN 2012		
HS 8507	Electric accumulator	2.04	114.01	1,625.89	5,957.63	6,462.25	644.67	3,60
HS 8708	Parts & access of motor vehicles	5,695.5	3,084.69	1,860.1	830.68	644.59	-43.28	0.03

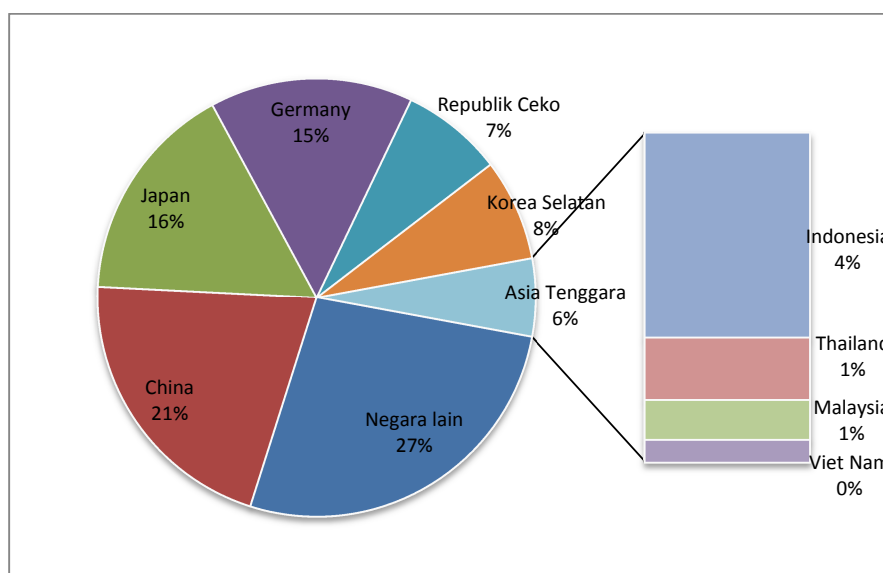
Sumber : Intracen

Sementara itu, peningkatan ekspor produk HS 8507 selama periode tahun 2008-2012 terlihat sangat tinggi, yaitu sebesar 644.67%. Pada tahun 2012, nilai ekspor Indonesia mencapai senilai EUR 6,46 juta dan menempatkan Indonesia di peringkat ke-9 (sembilan) besar dari deretan pemasok utama produk tersebut di Hongaria, diatas Thailand yang berada pada peringkat ke-14 (empat belas) dan Malaysia ke-18 (delapan belas) Penguasaan pasar produk Indonesia pada tahun tersebut mencapai 3,60% dari total impor Hongaria.

Gambar 14. Contoh produk HS 8507 Indonesia yang telah diekspor.

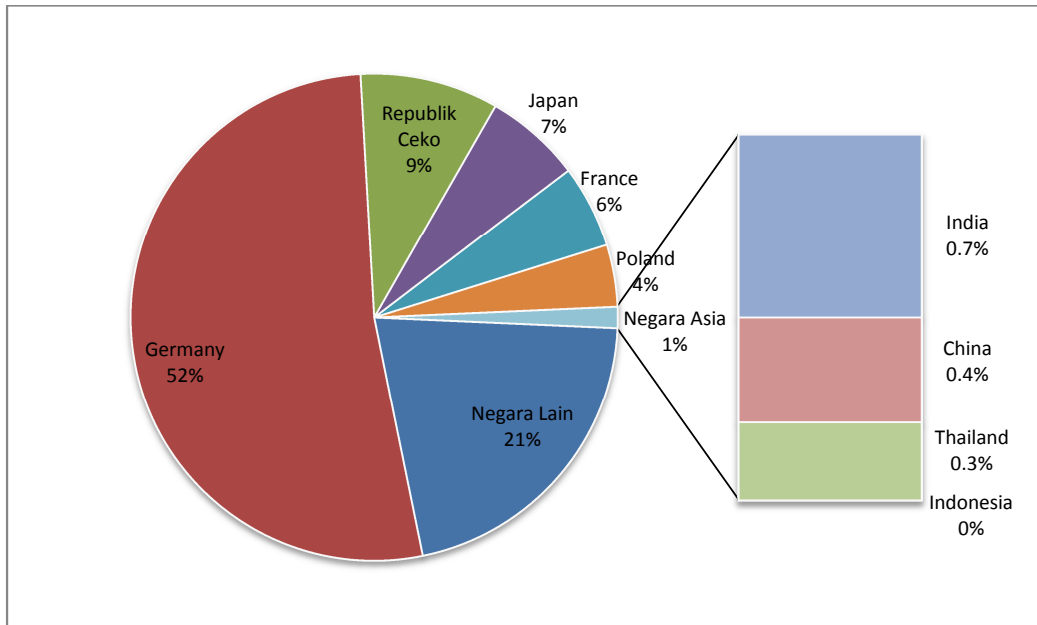


Grafik 5. Negara-negara pemasok HS 8507 Electric accumulator di Hongaria tahun 2012



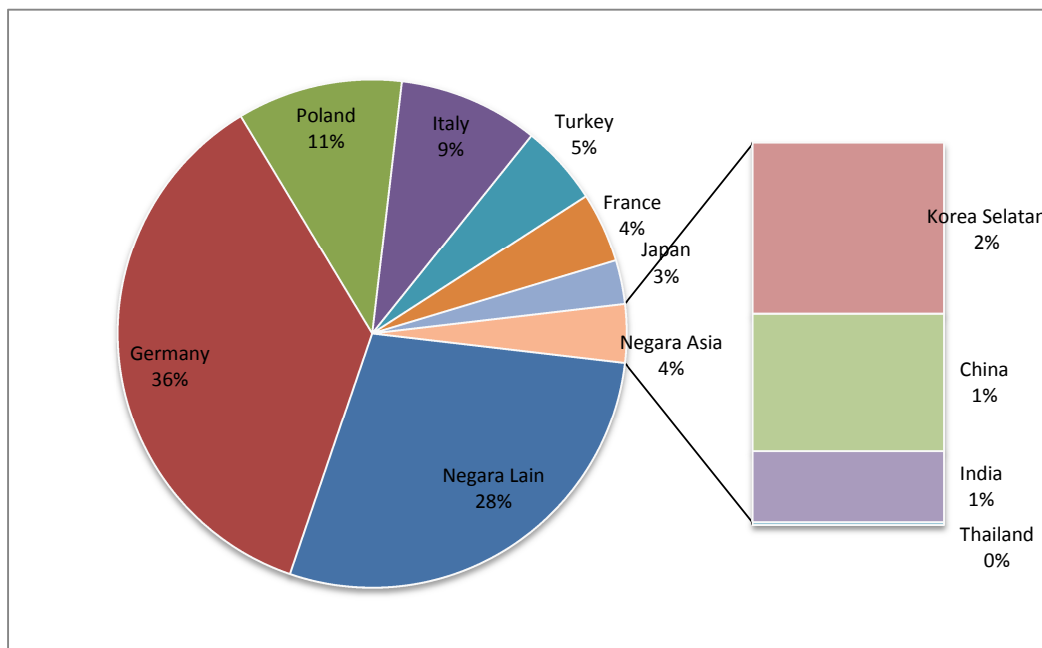
Sumber : Intracen

Grafik 6. Negara-negara pemasok HS 8708 Parts & accessories of motor vehicles di Hongaria tahun 2012



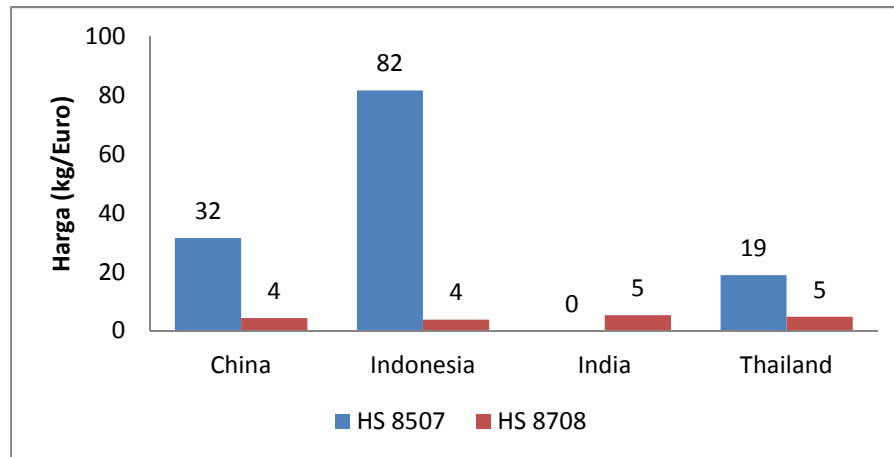
Sumber : Intracen

Grafik 7. Negara-negara pemasok HS 8511 Electrical ignition/starting equip. (spark plugs/starter motors) di Hongaria tahun 2012



Sumber : Intracen

Grafik 8. Harga produk HS 8507 dan HS 8708 di pasaran Hongaria tahun 2012



Sumber : Eurostat, diolah

Dari segi harga, produk HS 8507 dari Indonesia terlihat dijual dengan harga tertinggi bila dibandingkan dengan produk sejenis dari negara-negara kompetitor. Sementara untuk produk HS 8708, produk Indonesia masih terlihat bersaing. Hal ini tentu dapat menjadi pertimbangan bagi produsen dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

IV.5 Regulasi Impor

IV.5.1 Kebijakan Impor Produk Komponen Otomotif di Hongaria

- VAT untuk produk komponen otomotif di Hongaria adalah sebesar 27%.
- Tarif masuk produk komponen otomotif dari Indonesia di Hongaria adalah tarif GSP yaitu sebesar 0%.
- Tidak terdapat kuota bagi Indonesia untuk impor produk terkait di Hongaria.

IV.5.2 Hambatan Non Tarif

Selain hambatan tarif masuk, berbagai regulasi menyangkut kualitas dan keamanan produk yang dipasarkan di Hongaria mengacu kepada peraturan Uni Eropa tentang produk-produk otomotif. Regulasi tersebut terbagi 2 (dua), yaitu yang berdasarkan hukum dan tidak.

Beberapa contoh regulasi hukum menyangkut impor suku cadang di Uni Eropa antara lain adalah sebagai berikut :

1) Kewajiban penanganan atas produk yang cacat/rusak.

Kewajiban ini berlaku untuk semua produk manufaktur yang diekspor ke Uni Eropa. Biasanya kewajiban ini berada pada perusahaan yang memasarkan produk tersebut di Eropa. Tetapi dapat pula terjadi dimana keluhan atas kerusakan produk ditujukan kepada produsen maupun perusahaan pengeksportir.

2) Waste of Electrical and Electronic Equipment (WEEE).

Produsen di Uni Eropa berkewajiban untuk berpartisipasi dalam proses pengolahan limbah produknya yang habis terpakai atau rusak. Walaupun hal ini tidak secara langsung memberi pengaruh kepada eksportir dari Indonesia, namun dapat mengakibatkan pembeli dari Uni Eropa menerapkan persyaratan dan *design* yang sangat spesifik, ataupun menanyakan informasi spesifik atas produk yang dijual.

3) *Ekspor produk Batteries and accumulators directive (accu).*

Ekspor produk akumulator listrik dan baterai memerlukan perhatian khusus terutama menyangkut keamanan produk dan lingkungan. Hal ini diterapkan untuk semua jenis baterai dan akumulator dari segala bentuk, volume, berat, komposisi bahan maupun penggunaan.

4) *Logam berat dalam baterai dan akumulator.*

Kadar logam berat harus dipastikan tidak melebihi batas keamanan yang diizinkan di Uni Eropa. Terdapat pula peraturan untuk pelabelan produk tertentu yang harus dipatuhi oleh produsen. Hal ini diterapkan terutama untuk melindungi konsumen dari bahaya yang mungkin ditimbulkan oleh produknya.

Selain dari peraturan tersebut diatas, perusahaan pengimpor juga seringkali mengajukan beberapa persyaratan lain diluar persyaratan hukum yang berlaku. Walaupun tidak berlandaskan hukum tertentu, persyaratan tersebut dapat menjadi standar minimum bagi produk yang dipasarkan didalam industri tersebut.

Secara umum, regulasi non-hukum terbagi atas 2 (dua) cakupan ruang lingkup, yaitu:

1) *Lingkungan hidup*

Perusahaan pembuat produk suku cadang merupakan mitra usaha penting bagi produsen otomotif. Tingginya ketergantungan produsen otomotif terhadap pembuat suku cadang membuat keduanya dapat saling mempengaruhi satu sama lain. Salah satu problem yang

dihadapi oleh industri otomotif saat ini adalah masalah lingkungan hidup, terutama mengenai dampak yang ditimbulkan industri otomotif terhadap masalah perubahan iklim saat ini.

Untuk mengatasi hal tersebut, saat ini semakin banyak produsen otomotif yang menerapkan standar atau sertifikasi bagi produknya maupun produk suku cadang yang digunakan. Beberapa diantaranya adalah :

- **ISO 14001:** menyangkut sertifikasi lingkungan hidup dan EMAS (*Eco Management Audit Scheme*). Standarisasi lain yang setara masih dapat diterima, asalkan standar tersebut



mengutamakan hal-hal seperti perlindungan lingkungan hidup, kesehatan dan keselamatan, efisiensi dalam penggunaan energi, penanganan dan daur ulang limbah, serta kondisi lokasi manufaktur yang baik dan teratur.

- **ISO/TS 16949 :** Sertifikat kualitas produk otomotif, yang mengatur harmonisasi sistem dalam industri yang menyangkut jalur distribusi, yang bertujuan untuk menciptakan pendekatan yang fokus dan konsisten dalam manufaktur.

2) Standar sosial masyarakat

Masalah yang menyangkut sosial masyarakat kadang kurang mendapat perhatian dalam industri otomotif bila dibandingkan dengan masalah lingkungan hidup. Namun saat ini sudah banyak perusahaan yang kembali menaruh perhatian dalam hal ini.

Pembeli di Eropa saat ini lebih sensitif terhadap transparansi dalam rantai pasokan, terutama dalam hal kondisi dan keselamatan kerja di semua tingkatan.

Salah satu standar yang ditetapkan dalam perusahaan otomotif adalah peraturan dasar ILO yang menyangkut prinsip dasar, hak serta kewajiban dalam bekerja. Hal ini terutama menyangkut keselamatan dalam bekerja serta pelarangan atas penggunaan tenaga kerja anak-anak.

OHSAS 18000 adalah spesifikasi internasional tentang sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja yang banyak digunakan oleh pelaku industri. Akhir – akhir ini persyaratan ini



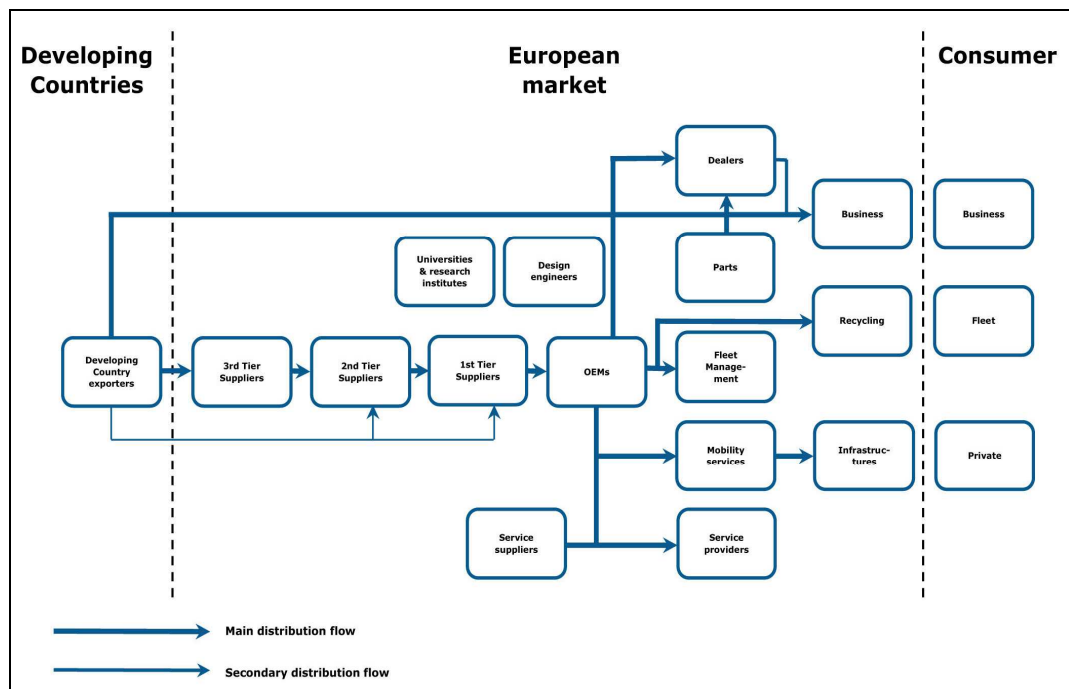
semakin sering diajukan oleh pembeli Uni Eropa dalam persyaratan pembelian bagi para pemasok mereka.

IV.6 Saluran Distribusi Produk Komponen Otomotif di Hongaria

Pemasaran produk OEM dan non-OEM (*aftermarket*) di Uni Eropa dilakukan melalui jalur distribusi yang berbeda. Pendistribusian produk modul atau komponen asli kendaraan (OEM) tidak dilakukan melalui

jaringan komersial, melainkan secara langsung oleh produsen suku cadang ke pabrik perakitan kendaraan melalui supplier di Uni Eropa. Para *supplier* ini kemudian akan meneruskan produknya, baik secara langsung maupun melalui *supplier* lain, ke pabrik perakitan kendaraan di negara tujuan.

Gambar 15. Skema jalur distribusi pemasaran produk komponen otomotif OEM (Original Equipment Manufacturing) di Uni Eropa



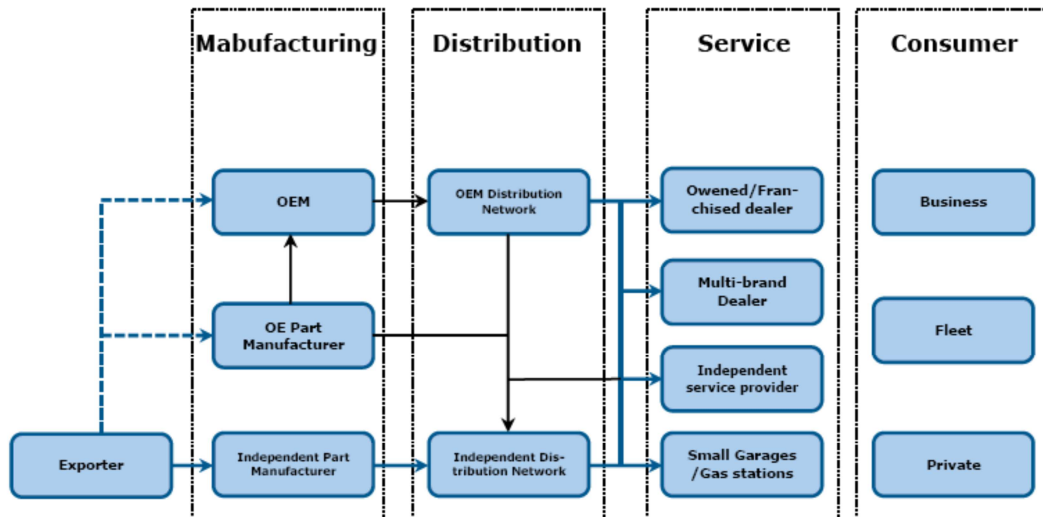
Sumber : CBI

Supplier tingkat I (pertama) memiliki peran penting karena berhubungan langsung dengan produsen otomotif yang bersangkutan. Mereka biasanya memiliki posisi penawaran yang paling kuat. Oleh sebab itu, eksportir sebaiknya menunjukan penawarannya ke *supplier* tingkat II (dua) maupun III (tiga), karena mereka biasanya memiliki margin yang lebih kecil dan terbiasa menjadi perantara bagi produsen dari luar negeri.

Untuk produk suku cadang kendaraan non-OEM (*aftermarket*) hingga kini distribusinya masih dilakukan secara retail, baik melalui bengkel

perbaikan kendaraan maupun *auto service center* dan toko-toko suku cadang yang ada di negara tersebut.

Gambar 16. Skema jalur distribusi pemasaran produk komponen otomotif aftermarket di Uni Eropa



Sumber : CBI

Krisis yang terjadi di tahun 2008 menyebabkan tutupnya sebagian besar toko-toko retail kecil di Hongaria. Pemasaran produk pun kini lebih banyak dilakukan oleh jaringan pemasaran internasional yang memiliki kemampuan modal dan distribusi yang kuat. Disamping itu, saat ini banyak perusahaan atau toko-toko retail kecil yang bergabung dengan kelompok distribusi internasional atau *buying groups*. Hal ini sangat membantu distribusi dan penjualan retail suku cadang dan komponen otomotif di negara tersebut.

Diantara berbagai kolaborasi internasional yang paling populer adalah



Temot dan *Auto Distribution International*. Adanya sistem kolaborasi seperti ini membantu para pengusaha retail kecil untuk membangun

kekuatan dalam pembelian, pemasaran, dan logistik.

Keputusan akhir untuk pembelian produk masih berada pada tingkat lokal, namun *supplier* atau pemasok diseleksi pada tingkat internasional.



Dominasi pemasok-pemasok besar dan toko-toko grosir pasca krisis mencapai 80% pasar suku cadang di Hongaria. Oleh karena itu, para pemasok dan toko-toko grosir tersebut kini menjadi jalur utama untuk ekspor produk suku cadang ke Hongaria.

Jumlah pengusaha servis otomotif saat ini banyak berkurang disbanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Lebih dari 10.000 bengkel servis otomotif beroperasi di Hongaria pada tahun 2003 (sumber : CBI), namun saat ini jumlah tersebut sudah banyak berkurang. Jaringan pemasaran nasional dan internasional kini menjadi lebih dominan dari toko retail kecil dan usaha *franchised* lainnya. Diprediksikan dimasa yang akan datang para pengusaha tersebut akan lebih banyak berkurang, karena bergabung dengan kelompok distribusi besar seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dikarenakan jaraknya yang dekat, satu perwakilan perusahaan di Hongaria dapat merangkap sebagai perwakilan bagi negara-negara tetangganya seperti Republik Ceko, Slovakia, Bulgaria dan Romania. Pengetahuan akan pasar negara-negara tersebut sangat mudah untuk diperoleh dari Hongaria. Namun demikian, satu representatif tetap harus memiliki pengetahuan mendasar tentang pasar yang menjadi target utama perusahaannya.

IV.7 Strategi

- Proses untuk dapat menjadi pemasok produk OEM bagi perusahaan otomotif di Uni Eropa tidaklah mudah. Jalur distribusi produk OEM sangat ketat. Kekuatan pasar masih berada ditangan perusahaan distributor level I (pertama) yang berhubungan langsung dengan produsen otomotif setempat, Semua ketentuan dan persyaratan produk akan ditentukan oleh mereka. Oleh sebab itu, produsen komponen otomotif dari negara berkembang yang ingin masuk kedalam jalur OEM di Uni Eropa disarankan untuk memfokuskan pemasaran kepada pembeli dari level II (dua) atau III (tiga), dengan tetap memperhatikan dan mematuhi persyaratan yang diminta pasar di Uni Eropa.
- Sementara itu, pemasaran produk suku cadang otomotif non-OEM atau *aftermarket* di Hongaria masih terbuka bagi produsen dari negara-negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini disebabkan oleh akses pasar yang lebih mudah bila dibandingkan dengan pemasaran produk OEM. Jalur terbaik adalah dengan melalui pedagang grosir atau distributor lokal.
- Bila dilihat dari ukuran sektor industri otomotif di Hongaria, kesempatan untuk memperoleh kontrak sebagai sub-kontraktor atau *outsourcing* juga masih terbuka. Saat ini banyak perusahaan otomotif internasional di Uni Eropa yang membidik produsen dari negara berkembang untuk meng-*outsource* pembuatan komponen suku cadangnya. Hal ini disebabkan oleh murahnya harga bahan

baku dan tenaga kerja di negara-negara tersebut. Oleh karena itu, kontrak-kontrak pembuatan suku cadang tersebut dapat dipertimbangkan sebagai salah satu alternatif bisnis. Tentu saja ini harus didahului oleh pengetahuan akan kapasitas produksi yang dimiliki serta kemampuan untuk memenuhi standar kualitas yang ditentukan oleh pasar di Uni Eropa, khususnya di Hongaria. Hal ini akan sangat membantu, karena ekspor dengan menggunakan merk sendiri memiliki resiko dalam menghadapi persaingan dengan pemain-pemain lama di Eropa maupun Asia yang sudah lebih dulu mendapat kepercayaan pasar.

- Penting untuk disadari oleh produsen suku cadang otomotif, bahwa harga yang bersaing belum tentu menjadi jaminan dalam pemasaran produk ke negara-negara Uni Eropa. Dalam sektor industri ini, pembeli asing akan dapat dengan mudah berpindah dari pemasok yang satu ke pemasok lain yang memberikan penawaran lebih bagus. Kemampuan produksi yang tinggi kadang juga menjadi pertimbangan pembeli dari Uni Eropa dalam memilih *supplier*. Oleh karena itu, pengembangan dalam kemampuan produksi dengan tetap mempertahankan ongkos produksi yang rendah juga harus dilakukan oleh produsen. Sifat proaktif produsen, terutama untuk bersama-sama merespon perubahan yang terjadi dalam bisnis secara fleksibel dengan *supplier* lokal sangat diharapkan. Hal ini terutama untuk menjaga hubungan baik dengan partner bisnis dari Eropa.

- Selain kemampuan produksi, faktor kualitas dan keunggulan produk juga berperan penting. Persiapkan produk Anda agar dapat bersaing dengan produk kompetitor, dengan selalu mengedepankan inovasi-inovasi baru yang dapat menjawab tantangan dan permintaan pasar. Investasi dalam hal ini kelak akan sangat membantu dalam memperoleh *market share* yang lebih besar.
- Bersikap proaktif dengan buyer juga sangat membantu dalam menembus pasar Uni Eropa. Promosikan produk Anda dengan mengedepankan keunggulan-keunggulan produk dari produk kompetitor. Tunjukkan pula kesiapan produk dan sarana produksi yang dapat menunjang hal tersebut. *Buyer* Uni Eropa akan lebih memilih bekerja sama dengan produsen yang sudah siap dengan produk-produk yang dapat bersaing di pasar mereka. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan selalu mencari informasi terkini mengenai regulasi-regulasi yang berlaku di negara tujuan ekspor.
- Melakukan kerjasama bisnis dengan perusahaan Eropa yang beroperasi di Asia juga dapat menjadi pertimbangan khusus. Kesempatan strategis seperti ini dapat memberi jalan untuk memasuki pasar Eropa, dengan menjadi *supplier* bagi fasilitas produksi mereka yang ada di Eropa di kemudian hari.
- Sebagai eksportir dari negara berkembang, adalah sangat penting bagi Anda untuk mendapatkan informasi dan pengalaman sebanyak mungkin mengenai pasar Uni Eropa. Bandingkan kelebihan dan kelemahan produk kompetitor dengan produk Anda, agar dapat

melakukan perbaikan-perbaikan yang dibutuhkan. Selain dengan melakukan riset, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengikuti pameran dagang internasional yang diadakan di Hongaria atau negara Uni Eropa lainnya.

Gambar 17. Pameran dagang industri otomotif di Eropa.



- Pameran dagang juga merupakan cara yang paling umum untuk mendapatkan kontak dengan pelanggan potensial, serta merupakan sarana untuk menampilkan profil perusahaan. Dengan mengikuti pameran dagang, secara langsung kita dapat mengetahui informasi tentang kompetitor produk terkait serta permintaan pasar. Selain itu dianjurkan pula untuk melakukan analisa atas jenis mitra dagang para pesaing untuk menilai apakah mereka bisa menjadi partner dagang yang potensial bagi perusahaan Anda.
- Pelatihan-pelatihan yang diadakan baik didalam maupun diluar negeri juga sangat bermanfaat bagi produsen produk komponen otomotif untuk membantu dalam memahami lebih jauh karakteristik dan persyaratan yang diminta oleh industri otomotif di Uni Eropa. Pelatihan seperti ini seringkali diadakan, misalnya oleh CBI – lembaga yang menangani penyuluhan terhadap ekspor negara berkembang ke Uni Eropa dan dirancang khusus untuk produsen

komponen dan suku cadang otomotif dari negara-negara berkembang.

- Selain itu, produsen komponen dan suku cadang otomotif asal Indonesia juga disarankan untuk aktif berkomunikasi dengan perwakilan RI di luar negeri, khususnya perwakilan Kementerian Perdagangan (ITPC ataupun Atdag), untuk memperoleh informasi terkini tentang berbagai kegiatan promosi, regulasi, *trend* pasar dan lain-lain.

BAB V - INFORMASI PENTING

V.1 TPO dan Kedutaan Negara Hongaria di Indonesia

NO.	LEMBAGA/INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Negara Hongaria di Indonesia	Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X/3, 12950 - Jakarta Selatan, Indonesia Ph : +62-21-520-3459 Ph : +62-21-520-3460 Fx: +62-21-520-3461 E-mail: mission.jkt@kum.hu Website: www.mfa.gov.hu/emb/jakarta

V.2 Asosiasi Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

NO.	LEMBAGA/INSTITUSI	ALAMAT
1.	Association of the Hungarian Vehicle Component Manufacturers	1119 Budapest, Bárfai u. 5/B, Hungary Ph/Fx: +36-1-203-8144 E-mail: majosz@mail.datanet.hu Website: www:majosz.hu
2.	Hungarian Vehicle Importers Association	1132 Budapest, Váci út 18, Hungary (Westpoint Business Center) Ph/Fx: +36-1-239 6029 E-mail: mge@mge.hu Website: www.mge.hu
3.	The Association of the Hungarian Automotive Industry (AHAI)	1119 Budapest, Thán Károly u. 3-5, Hungary Ph/Fx: +36-1-371 5874 E-mail: info@gepjarmuipar.hu Website: www.gepjarmuipar.hu

V.3 Daftar Pameran Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

NO.	NAMA PAMERAN	WAKTU	KETERANGAN
1.	AUTOTECHNIKA <i>International Automotive Industry Exhibition</i>	07-09 Nov. 2013 (tiap dua tahun sekali)	<p>Pameran yang menampilkan berbagai macam produk industri otomotif seperti kendaraan bermotor, aksesoris dan <i>spare parts</i>, teknologi dan manufaktur serta berbagai konferensi yang menyangkut industri otomotif.</p> <p>Penyelenggara : HUNGEXPO Co. Ltd. 1101 Budapest, Albertirsai út 10. Hungary Ph: +36-1-263-6000 Fax: +36-1-263-6098 Website: www.hungexpo.hu www.automobil.hungexpo.hu</p>

V.4 Perwakilan Indonesia di Negara Hongaria

NO.	LEMBAGA / INSTITUSI	ALAMAT
1.	Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Hongaria	<p>1068 Budapest, Varosligeti fasor 26, Hungary Ph:+36-1-413 3800 Fx: +36-1-322 8669 E-mail: embassy@indonesianembassy.hu Website: www.indonesia.hu</p>
2.	Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Budapest	<p>1051 Budapest, Bajcsy Zsilinzsky ut 12, 1st Floor, No. 101, Hungary Ph: +36-1-317 6382 Fx: +36-1-266 0572 E-mail: inatrade@itpc-bud.hu Website: www.itpc-bud.hu</p>

V.5 Daftar Importir Produk Komponen Otomotif di Negara Hongaria

NO.	PERUSAHAAN	ALAMAT
1.	Trost Auto Service Technik Kft.	1133 Budapest, Visegrádi u. 114, Hungary Ph:+36-1-412 4141 Fx:+36-1-412 4127 E-mail: hu.info@trost.com Website: http://hu.trost.com
2.	Birner Hungary (member of AD Int'l)	1139 Budapest, Forgach utca, Hungary Ph:+36-1-288 1080 Fx:+36-1-288 1081 E-mail: birner@birner.hu Website: http://www.autofit.hu
3.	Unix Auto (ATR member with subsidiary in Romania)	1139 Budapest, Frangepan utca 55-57, Hungary Ph:+36-1-270-8700 E-mail: info@unixauto.hu Website: http://www.unixauto.com/
4.	Bardi Auto	1089 Budapest, Orczy út 44-46, Hungary Ph:+36-1-303 0930, Mb:+36-20-4747 471 E-mail: info@bardiauto.hu Website: http://www.bardiauto.hu
5.	EUROPART Hungária Kft. (member of Auto Teile Ring International)	1181 Budapest, Besence u. 8, Hungary Ph:+36-1-297 1820 Fx:+36-1-297 1835 E-mail: info@europart.net Website: www.europart.net

NO.	PERUSAHAAN	ALAMAT
6.	Elektro Power Kft.	1115 Budapest, Ozorai utca 7, Hungary Ph: +36-1-206 2519 Fx: +36-1- 203 0791 E-mail: info@elektropower.hu Website: www.elektropower.hu
7.	Kovács Autóalkatresz Kft.	6724 Szeged, Kossuth Lajos u. 87, Hungay Ph : +36-62-468 444 Fx : +36-62-554 012 E-mail : info@kovacsauto.hu Website : www.kovacsauto.hu
8.	R & Mayer Kft	2315 Szigethalom-gyártelep, Mő út 2, Hungary Ph: +36-24-538 010 Fx: +36-24-538 011 E-mail: mayer@rmayer.hu Website: www.rmayer.hu
9.	Spidan Auto Kft	1203 Budapest, Határ út 38, Hungary Ph: +36-1- 421 0120 Fx:+36-1-285 3472 E-mail: spidan@spidan.hu Website: www.spidan.hu
10.	Vojth Kft.	4030 Debrecen, Gizella utca 10., Hungary Ph : +36-52-437 304 Fx : +36-52-437304 Contact Person : Mr. Szabolcs Vojth Website : www.vojth.hu

NO.	PERUSAHAAN	ALAMAT
11.	Chetra Budapest Kft.	1300 Budapest 3, P.O.BOX. 159, Hungary Ph: +36-1-430 8303 Fx: +36-1- 430 8304 Contact Person: Mr. József Kiss E-mail: chetra@chetra.hu Website: www.chetra.hu
12.	Starter Kft.	3300 Eger, Mátyás Király u. 134, Hungary Ph : +36-36-516 247 Fx : +36-36-516 246 Contact Person : Mr. Pásztor Zsolt E-mail : ugyvez@starterakku.hu Website: www.starterakku.hu
13.	Ulbrich Kft	2030 Érd, Lakatos utca 35, Hungary Ph: +36- 23-378 070 Fx: +36-23--378394 Contact Person: Mr. Tibor Vladár E-mail: ulbrich@netra.hu Website: www.ulbrich.hu
14.	RÁBA Járműipari Holding Rt.	9002 Győr P.O.BOX. 50, Hungary Ph: +36-96-622 000 Fx:+36-96-623 2053 Contact Person: Mr. László Steiner Website: www.raba.hu
15.	Alcoa Kft	8000 Székesfehérvár, Verseci út 1-15,Hungary Ph : +36-22-531867 Fx : +36-22 311450 Contact Person : Mr. László Veres Website : www.alcoawheels.com

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)
- Hungarian Trade and Investment Agency
(<http://www.hita.hu/>)
- Pricewaterhouse-Cooper Hungary, *With the automotive industry on the motorway of growth*
(<http://www.pwc.com/hu/en/autoipar/index.jhtml>)
- Pricewaterhouse-Cooper Hungary, *Survey on the Hungarian car dealer market – 2013*
(<http://www.pwc.com/hu/en/autoipar/index.jhtml>)
- Hungexpo
(<http://hungexpo.hu>)