



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

**INTELIJEN BISNIS
PELUANG PASAR PRODUK ALAS
KAKI DI INGGRIS RAYA**



**ATASE PERDAGANGAN
KEDUTAAN BESAR RI DI LONDON
2021**

DAFTAR ISI

1	BAB I	2
1.1	Tujuan	2
1.2	Metodologi	3
1.3	Batasan Produk Sepatu	3
1.4	Gambaran Umum Negara	4
2	BAB II	9
2.1	Tren Produk Alas Kaki.....	9
2.2	Struktur Pasar Produk Alas Kaki	10
2.3	Saluran Distribusi Produk Alas Kaki	13
2.4	Persepsi Pada Produk Alas Kaki Indonesia	14
3	BAB III	15
3.1	Ketentuan Produk.....	15
3.1.1	<i>Labelling</i> dan Pengemasan	15
3.1.2	Peraturan terkait Produk Kimia dalam Alas Kaki.....	16
3.1.3	Peraturan terkait Ukuran Alas Kaki	16
3.2	Ketentuan Produk Metode Transaksi	17
3.3	Informasi Harga Produk Alas Kaki.....	18
3.3.1	Luxury Segment	19
3.3.2	Fine Segment	19
3.3.3	Medium Segment	19
3.3.4	Economical Segment	19
3.4	Kompetitor Produk Alas Kaki	19
4	BAB IV	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tujuan

Industri alas kaki di Inggris Raya adalah industri yang dinamis, tercatat belanja konsumen dan produksi manufaktur pada industri alas kaki tumbuh secara konsisten selama 10 (sepuluh) tahun terakhir hingga tahun 2019. Hal ini terlepas dari fakta bahwa jumlah perusahaan manufaktur alas kaki dan toko ritel alas kaki menunjukkan penurunan yang signifikan sejak tahun 2008. Inovasi dalam industri alas kaki, seperti munculnya ritel *online* dan layanan *e-commerce*, telah memungkinkan *retailer* untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Dalam konteks perdagangan internasional, Inggris Raya merupakan pasar yang potensial bagi produk alas kaki Indonesia. Berdasarkan data ITC Trademap (2021), Indonesia menempati peringkat-8 sebagai pengeskor alas kaki ke Inggris Raya. Peringkat pertama diduduki oleh RRT, dan dalam lingkup ASEAN, Viet Nam merupakan pengeskor utama produk alas kaki. Meskipun demikian, nilai ekspor alas kaki di Indonesia ke Inggris Raya terus menurun selama 5 (lima) tahun terakhir. Oleh karena itu, tujuan dari penulisan intelijen bisnis ini adalah mengidentifikasi peluang, strategi serta hambatan ekspor alas kaki Indonesia ke pasar Inggris Raya.

Gambar 1.1 Eksportir Produk Alas Kaki



1.2 Metodologi

Penyusunan intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data dan fakta yang bersumber dari beberapa sumber data dan studi literatur. Studi literatur berasal dari hasil riset pasar beberapa lembaga riset. Sementara itu data sekunder dalam penyusunan market brief ini berasal dari WITS, BPS, Trade Map, ONS, Cbi.eu, The World Factbook, Euromonitor International dan Tradingeconomics.

1.3 Batasan Produk Alas Kaki

Produk yang dianalisis dalam intelijen bisnis ini adalah produk ekspor utama Indonesia dari pos tarif 64, sebagaimana tertera pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Klasifikasi Produk Alas Kaki berdasarkan kode HS

Kode HS	Deskripsi
640219	Alas kaki olah raga dengan sol luar, bagian atas terbuat dari bahan karet atau plastik (tidak termasuk alas kaki tahan air)
640319	Alas kaki dengan sol luar dari bahan karet, plastik, kulit atau kulit komposisi dan bagian atasnya dari kulit, menutupi pergelangan kaki, bukan sepatu olahraga
640399	Alas kaki dengan sol luar dari karet, plastik, kulit atau kulit komposisi dan bagian atas sepatu (tidak menutupi pergelangan kaki)
640411	Alas kaki dengan sol luar dari karet atau plastik (alas kaki olahraga; sepatu tenis, sepatu bola basket, sepatu senam, sepatu latihan dan sejenisnya)
640419	Alas kaki dengan sol luar dari bahan karet atau plastik dan bagian atasnya dari bahan tekstil: bukan alas kaki olah raga

Sumber: Trademap (2020)

1.4 Gambaran Umum Negara

Gambar 1.2 Peta Inggris



Profil Singkat Inggris Raya

Name	United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland
Capital	London
Area	243.610 km ² (Land: 241.930 km ² & Water: 1.680 km ²)
Population	67.215.293 (2020)
Currency	Pound sterling
Administrative Divisions	<p>England: 26 two-tier counties, 32 London boroughs and 1 city of London or Greater London, 36 Metropolitan districts, 56 unitary authorities (including 4 single-tier counties)</p> <p>two-tier counties: Buckinghamshire, Cambridgeshire, Cumbria, Derbyshire, Devon, Dorset, East Sussex, Essex, Gloucestershire, Hampshire, Hertfordshire, Kent, Lancashire, Leicestershire, Lincolnshire, Norfolk, Northamptonshire, North Yorkshire, Nottinghamshire, Oxfordshire, Somerset, Staffordshire, Suffolk, Surrey, Warwickshire, West Sussex, Worcestershire</p> <p>London boroughs and City of London or Greater London: Barking and Dagenham, Barnet, Bexley, Brent, Bromley, Camden, Croydon, Ealing, Enfield, Greenwich, Hackney, Hammersmith and Fulham, Haringey, Harrow, Havering, Hillingdon, Hounslow, Islington, Kensington and Chelsea, Kingston upon Thames, Lambeth, Lewisham, City of London,</p>

Merton, Newham, Redbridge, Richmond upon Thames, Southwark, Sutton, Tower Hamlets, Waltham Forest, Wandsworth, Westminster metropolitan districts: Barnsley, Birmingham, Bolton, Bradford, Bury, Calderdale, Coventry, Doncaster, Dudley, Gateshead, Kirklees, Knowlsey, Leeds, Liverpool, Manchester, Newcastle upon Tyne, North Tyneside, Oldham, Rochdale, Rotherham, Salford, Sandwell, Sefton, Sheffield, Solihull, South Tyneside, St. Helens, Stockport, Sunderland, Tameside, Trafford, Wakefield, Walsall, Wigan, Wirral, Wolverhampton

unitary authorities: Bath and North East Somerset; Bedford; Blackburn with Darwen; Blackpool; Bournemouth, Christchurch and Poole; Bracknell Forest; Brighton and Hove; City of Bristol; Central Bedfordshire; Cheshire East; Cheshire West and Chester; Cornwall; Darlington; Derby; Dorset; Durham County*; East Riding of Yorkshire; Halton; Hartlepool; Herefordshire*; Isle of Wight*; Isles of Scilly; City of Kingston upon Hull; Leicester; Luton; Medway; Middlesbrough; Milton Keynes; North East Lincolnshire; North Lincolnshire; North Somerset; Northumberland*; Nottingham; Peterborough; Plymouth; Portsmouth; Reading; Redcar and Cleveland; Rutland; Shropshire; Slough; South Gloucestershire; Southampton; Southend-on-Sea; Stockton-on-Tees; Stoke-on-Trent; Swindon; Telford and Wrekin; Thurrock; Torbay; Warrington; West Berkshire; Wiltshire; Windsor and Maidenhead; Wokingham; York

Northern Ireland: 5 borough councils, 4 district councils, 2 city councils;

borough councils: Antrim and Newtownabbey; Ards and North Down; Armagh City, Banbridge, and Craigavon; Causeway Coast and Glens; Mid and East Antrim

district councils: Derry City and Strabane; Fermanagh and Omagh; Mid Ulster; Newry, Murne, and Down

city councils: Belfast; Lisburn and Castlereagh

Scotland: 32 council areas;

council areas: Aberdeen City, Aberdeenshire, Angus, Argyll and Bute, Clackmannanshire, Dumfries and Galloway, Dundee City, East Ayrshire, East Dunbartonshire, East Lothian, East Renfrewshire, City of Edinburgh, Eilean Siar (Western Isles), Falkirk, Fife, Glasgow City, Highland, Inverclyde, Midlothian, Moray, North Ayrshire, North Lanarkshire, Orkney Islands, Perth and Kinross, Renfrewshire, Shetland Islands, South Ayrshire, South Lanarkshire, Stirling, The Scottish Borders, West Dunbartonshire, West Lothian

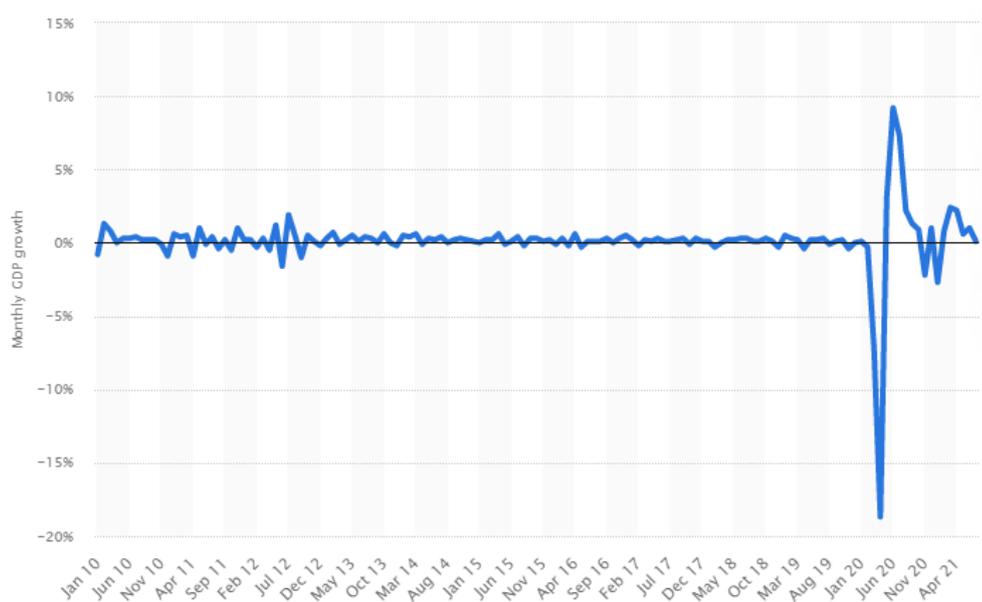
Wales: 22 unitary authorities;

unitary authorities: Blaenau Gwent, Bridgend, Caerphilly, Cardiff, Carmarthenshire, Ceredigion, Conwy, Denbighshire, Flintshire, Gwynedd, Isle of Anglesey, Merthyr Tydfil, Monmouthshire, Neath

Ekonomi Inggris Raya menyusut dengan rekor sebesar 9.8% pada tahun 2020, hal ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang masih berlangsung sampai saat ini. Selama periode 1949-2020, penurunan PDB terbesar terjadi pada tahun 2009 ketika ekonomi Inggris mengalami kontraksi sebesar 4.1% pada puncak krisis keuangan global pada akhir tahun 2000-an. Sedangkan tahun 1973 merupakan tahun dimana Inggris Raya memiliki tingkat pertumbuhan PDB tahunan tertinggi yaitu sebesar 6.5%.

Pada bulan July 2021, PDB Inggris Raya mengalami peningkatan sebesar 0.1%, merupakan tingkat pertumbuhan bulanan paling lambat yang tercatat pada tahun 2021. Perekonomian Inggris Raya masih belum pulih akibat dampak COVID-19.

Gambar 1.3 Pertumbuhan PDB Bulanan Inggris Raya 2010-2020



Sumber: Statista, 2021

Pada sektor industri konstruksi, meningkat menjadi 41.2 % menjadi GBP 28.813 juta pada kuartal ketiga 2020 dari GBP 20.404 juta pada kuartal kedua 2020, dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada periode yang sama hanya naik 0.25%.

Consumer Price Index (CPI) di Inggris Raya turun menjadi 108.90 poin pada bulan November dari 109.1 poin pada bulan Oktober 2020. Laju inflansi tahunan di Inggris Raya turun menjadi 0.3% pada November 2020 dari 0.7% pada Oktober 2020. Kontribusi penurunan terbesar berasal dari biaya makanan dan minuman non-alkohol (-0.6%) dan pakaian dan alas kaki (-3.6%, penurunan terbesar sejak Januari 2010 akibat peningkatan diskon Black Friday) dan perumahan dan utilitas (-1.4%). Penurunan tersebut sebagian

diimbangi oleh peningkatan kontribusi dari games, mainan dan hobi (5.4%) dan layanan akomodasi (1.1%). Dalam skala bulanan, harga konsumen turun menjadi 0.1%

Tabel 1.2 Indikator Ekonomi Inggris Raya

Indikator Ekonomi	Nilai	Periode
GDP Annual Growth Rate (%)	22.2	Jun 2021
Inflantion Rate (%)	3.2	Aug 2021
Interest Rate (%)	0.1	Sep 2021
Balance of Trade (USD Billion)	-3.1	Jul 2021

Sumber: Tradingeconomics, 2021

IHS Markit Inggris Raya Manufacturing PMI turun menjadi 56.3 pada September 2021 dari 60.3 pada Agustus 2021, jauh lebih rendah dari perkiraan pasar 59.0. Poin tersebut menunjukkan ekspansi paling lambat pada aktivitas manufaktur sejak Februari 2021, Sebagian besar disebabkan oleh kekurangan bahan, meskipun pertumbuhan tetap solid. Produsen barang meberikan sinyal bahwa permintaan juga memudar, hal ini terjadi karena peanan baru mengalami peningkatan pada saat laju terlambat dalam tujuh bulan ini. Selain itu beberapa produsen berjuang untuk menemukan pekerja yang sesuai atau ingin mengurangi pekerjaan mereka, yang terlihat pada pegadaan lapangan kerja bulanan paling rendag sejak Januari. Di sisi harga, maslaah rantai pasokan memicu kenaikan harga input yang lebih tinggi, yang menyebabkan perusahaan juga menaikkan biaya output.

Pada sektor bisnis, pertumbuhan produksi industri meningkat pada bulan Juli 2021 sebesar 3.80% (yoy). Selain itu, produksi manufaktur di Inggris Raya juga mengalami peningkatan sebesar 6%, diikuti utilitas sebesar 3.1% dan pengelolaan air dan limbah sebesar 5.1%, sementara sektor pertambangan mengalami penurunan sebesar 15.3%.

Dari sisi daya saing, Inggris Raya mencetak 81.20 poin dari 100 pada Global Competitiveness Report 2019 yang diterbitkan oleh World Economic Forum. Selain itu, Inggris Raya berada pada peringkat 9 sebagai negara yang paling kompetitif di dunia dari 140 negara. Sementara itu, Inggris Raya berada di peringkat 8 di antara 190 ekonomi dalam kemudahan melakukan bisnis (Ease of Doing Business), menurut peringkat tahunan Bank Dunia terbaru.

Tabel 1.3 Indikator Bisnis di Pasar Inggris Raya

Indikator Bisnis	Nilai	Periode
Manufacturing PMI (points)	56.3	Sep 2021
Industrial Production (%)	3.8	Jul 2021
Manufacturing Production (%)	6.0	Jul 2021
Competitiveness Index (points)	81.20	Dec 2019
Competitiveness Rank	9	Dec 2019
Ease of Doing Business	8	Dec 2019

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Penjualan ritel di Inggris Raya tidak mengalami perubahan pada bulan Agustus 2021 dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya, mengkahiri periode pertumbuhan lima bulan dan melesat dari ekspektasi pasar sebesar 2.7%.

Pengeluaran konsumen di Inggris Raya meningkat menjadi GBP 324194 juta pada kuartal kedua tahun 2021 dari GBP 302220 juta pada kuartal pertama tahun 2021. Indeks keyakinan konsumen di Inggris Raya mengalami sedikit penurunan menjadi -8 pada Agustus 2021.

Tabel 1.4 Indikator Konsumsi di Pasar Inggris Raya

Indikator Konsumen	Nilai	Periode
Retail Sales Yoy (%)	1.9	Jul 2021
Consumer Spending (GBP million)	324194	Jul 2021
Consumer Confidence (points)	-8	Aug 2021
Retail Sales Mom (%)	-0.9	Sep 2021

Sumber: Tradingeconomics, 2021

BAB II

PELUANG PASAR PRODUK ALAS KAKI DI INGGRIS RAYA

2.1 Tren Produk Alas Kaki

Dalam beberapa tahun terakhir, tren penjualan ritel alas kaki di Inggris Raya menunjukkan adanya peningkatan popularitas sepatu olahraga dan sepatu kasual/*sneakers*. Tingginya kesadaran dan kegemaran warga Inggris Raya untuk berolahraga telah mendorong makin besarnya kebutuhan masyarakat Inggris Raya terhadap alas kaki olah raga ini. Selain itu, *retailers* yang menjual produk *fashion* juga mulai meningkatkan penawaran produk alas kaki dalam bisnisnya (Hallidays 2019).

Berdasarkan Gambar 2.1, tren belanja konsumen Inggris Raya pada tahun 2020 menunjukkan bahwa minat konsumen pada produk alas kaki masih tinggi. Belanja konsumen produk alas kaki pada periode tersebut mencapai 9,8 milyar GBP. Meskipun demikian, angka tersebut masih jauh dibawah belanja konsumen terhadap produk pakaian/garmen. Sementara itu, jika ditinjau berdasarkan kelompok umur, konsumen yang berusia antara 30-40 merupakan kelompok konsumen yang memiliki minat tertinggi pada produk alas kaki dan rata-rata menghabiskan uang sebesar 6,2 GBP per minggu untuk membeli sepatu. (Statista 2021)

Gambar 2.1 Belanja Konsumen Inggris Raya Berdasarkan Tipe Produk Tahun 2020 (Juta GBP). Sumber: Statista (2021)

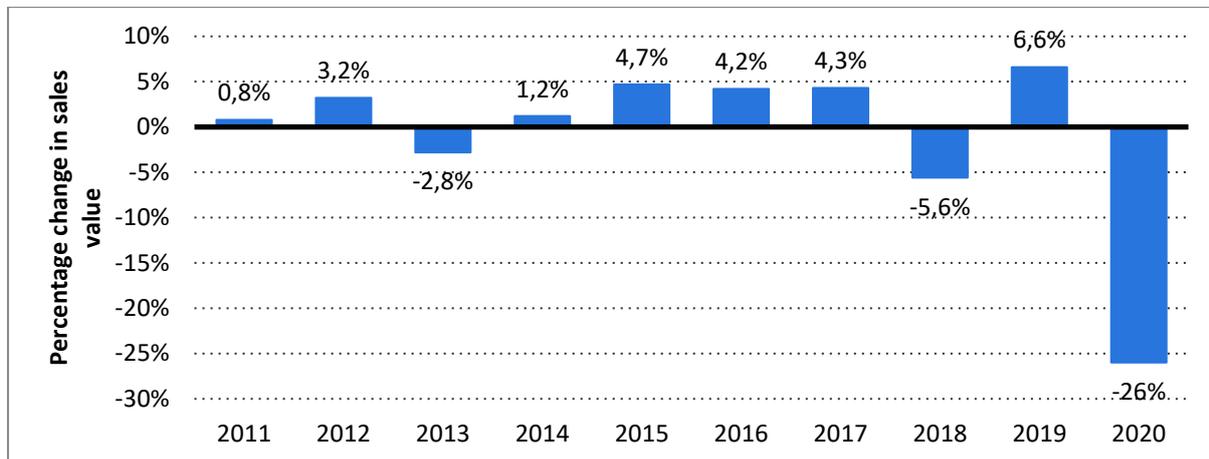


Namun demikian, pada tahun 2020, performa industri ritel alas kaki Inggris Raya mengalami penurunan yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Penjualan alas kaki dan barang dari kulit menurun dibandingkan tahun sebelumnya, baik dari segi nilai penjualan maupun kuantitas masing-masing sekitar 26%. Selain itu, jumlah indeks penjualan alas kaki per minggu di Inggris mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 dan turun ke titik indeks 78,9 (Statista 2021).

Dampak dari penerapan *lockdown* di Inggris Raya, dimana industri beroperasi dengan jadwal kerja dan kapasitas yang terbatas, industri alas kaki kehilangan kapasitas produksi, bahkan

beberapa pabrik mengalami penurunan kualitas. Hal ini diperburuk dengan kondisi pasar domestik untuk alas kaki yang masih sangat tertekan karena ritel-ritel cukup lama tidak diizinkan beroperasi secara penuh.

Gambar 2.2 Persentase Perubahan Nilai Penjualan Alas Kaki dan Barang-Barang Kulit di Inggris Raya 2011-2020.
Sumber: Statista (2021)



Menurunnya perubahan penjualan sepatu juga diiringi oleh penurunan belanja konsumen untuk produk alas kaki. Tahun 2019 merupakan tahun dimana pengeluaran konsumen terhadap produk alas kaki mencapai angka tertinggi, yaitu 11,2 milyar GBP. Namun demikian, angka tersebut merosot turun pada tahun 2020 sebanyak 12,5% menjadi 9,8 milyar GBP karena efek pandemi.

Sementara itu, salah satu segmen sepatu yang diuntungkan dari pandemi ini adalah sandal rumah, karena mayoritas konsumen yang berada di dalam rumah akibat *lockdown* dan pembatasan jarak sosial memprioritaskan kenyamanan dan barang-barang penting yang praktis yang dapat digunakan di rumah. Selain itu, tren penting lainnya di pasar alas kaki yaitu semakin populernya alas kaki yang menggunakan bahan dasar ramah lingkungan dan meningkatnya penelitian pemakaian kulit nabati dalam produksi alas kaki.

2.2 Struktur Pasar Produk Alas Kaki

Selama periode 2016-2020, produk alas kaki dengan sol luar (tidak menutupi pergelangan kaki) (HS 640399) menjadi produk alas kaki yang paling banyak diimpor oleh Inggris Raya, dengan pangsa pasarnya tercatat sebesar 37,4% pada tahun 2020. Namun demikian, produk alas kaki olahraga dengan sol luar dari karet atau plastik (HS 640411) menjadi produk yang memiliki laju pertumbuhan yang tertinggi selama 5 (lima) tahun terakhir, yaitu sebesar 4,4%. Dilansir dari Trademap (2021), Inggris Raya memang merupakan negara yang tergolong *net-importer* produk alas kaki. Neraca perdagangan Inggris Raya untuk produk alas kaki defisit secara konsisten, bahkan hingga 10 (sepuluh) tahun terakhir. Hal ini menandakan bahwa peluang ekspor produk alas kaki ke Inggris Raya sangat menjanjikan.

Tabel 2.1 Impor Produk Alas Kaki Inggris Raya Periode 2016-2020 (Juta USD)

Kode HS	Produk	2016	2017	2018	2019	2020	Change (%)	Trend (%)	Percent age (%)
							20/19	16 - 20	2020
'640399	Alas kaki dengan sol luar(tidak menutupi pergelangan kaki)	1,616.18	1,441.75	1,498.70	1,550.85	1,317.37	-15.05	-3.30	37.44
'640411	Alas kaki olahraga dengan sol luar dari karet atau plastik	808.46	980.87	1,021.58	1,019.59	982.32	-3.66	4.38	27.92
'640419	Alas kaki dengan sol luar: bukan sepatu olah raga	908.03	1,044.04	1,061.37	1,120.27	961.21	-14.20	1.86	27.32
'640319	Alas kaki dengan sol luar menutupi pergelangan kaki, bukan sepatu olahraga	169.49	167.52	183.32	153.11	130.44	-14.81	-5.95	3.71
'640219	Alas kaki olah raga	140.93	149.03	154.85	155.28	126.91	-18.27	-1.67	3.61
	Total	3,643.08	3,783.21	3,919.83	3,999.09	3,518.25			

Sumber: Trademap (2021)

Selain RRT dan Viet Nam, negara-negara utama asal impor produk alas kaki di Inggris Raya merupakan negara-negara yang secara geografis dekat dengan Inggris Raya, seperti Belgia, Belanda dan Jerman. Keenam negara ini telah mensuplai 84% kebutuhan impor produk cokelat Inggris Raya selama tahun 2020. Indonesia menempati peringkat 7 (tujuh) negara asal impor produk cokelat. Tercatat, selama 5 (lima) tahun terakhir, tren impor produk alas kaki Inggris Raya dari Indonesia mengalami tren negative yaitu sebesar -4.4%. Selain itu, penurunan impor dari Indonesia juga terjadi selama setahun terakhir, yaitu -23%.

Tabel 2.2 Negara Asal Impor Produk Alas Kaki Inggris Raya Periode 2016-2020 (Juta USD)

No	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	Perubahan	Trend	Persen (%)
							20/19	16 - 20	2020
1	Belgium	457.9	481.7	468.3	532.5	594.0	11.6	6.4	18.7
2	Netherlands	319.2	407.0	484.5	543.2	533.2	-1.8	14.1	16.8
3	China	838.4	791.4	711.1	633.8	440.3	-30.5	-14.0	13.8
4	Germany	268.2	353.2	439.4	391.6	406.5	3.8	9.8	12.8
5	Italy	277.3	307.4	360.7	389.7	359.8	-7.7	7.9	11.3
6	Viet Nam	461.1	470.9	439.1	440.1	346.1	-21.4	-6.2	10.9
7	Indonesia	221.1	184.6	223.5	213.5	164.4	-23.0	-4.4	5.2
8	France	85.0	105.9	165.4	179.9	159.4	-11.4	19.6	5.0
9	Czech Republic	65.2	117.5	67.4	93.7	89.5	-4.5	4.1	2.8
10	India	217.5	160.2	148.0	148.4	88.5	-40.3	-17.1	2.8

Alas kaki dengan sol luar (tidak menutupi pergelangan kaki) dan alas kaki olahraga menjadi produk utama ekspor alas kaki Indonesia ke Inggris Raya yang mempunyai pangsa pasar

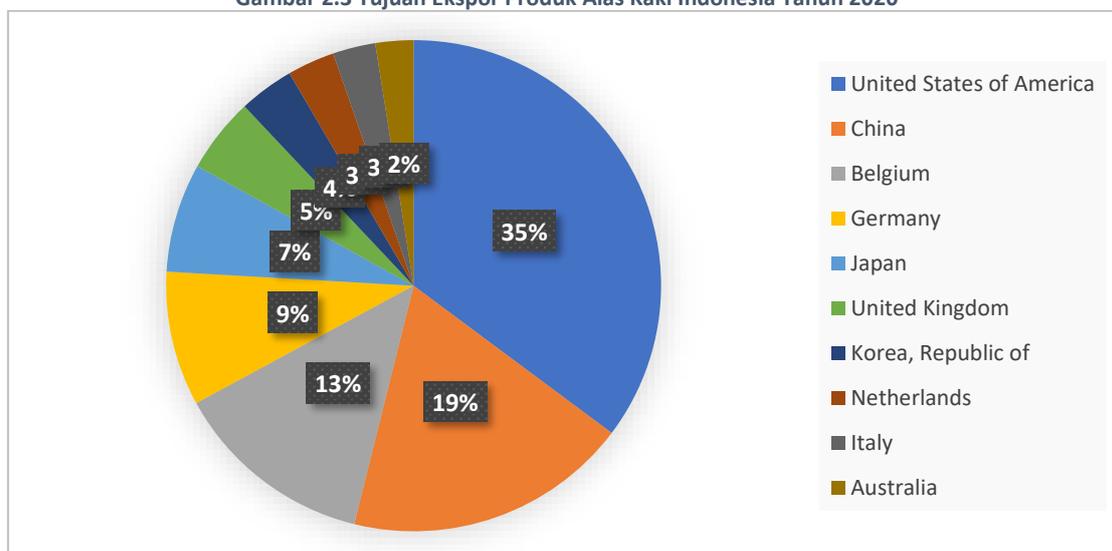
sebesar 92%. Namun demikian kedua produk ini mencatat pertumbuhan negatif selama dua tahun terakhir. Satu-satunya produk yang mencatat pertumbuhan positif, selama 5 tahun terakhir adalah produk alas kaki dengan sol luar, bukan sepatu olahraga (HS 640419), yaitu sebesar 20.6%. Selama pandemi, produk alas kaki olahraga (HS 640219) asal Indonesia juga mengalami tren positif yaitu sebesar 15.6%.

Tabel 2.3 Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke Inggris Raya Periode 2016-2020 (Juta USD)

Kode HS	Produk	2016	2017	2018	2019	2020	Perubahan (%)	Trend (%)	Persen (%)
							20/19	16-20	2020
'640399	Alas kaki dengan sol luar (tidak menutupi pergelangan kaki)	116.3	85.4	102.1	97.8	74.0	-24.4	-7.4	45.0
'640411	Alas kaki olahraga dengan sol luar dari karet atau plastik	86.1	77.2	91.8	91.4	70.0	-23.4	-2.4	42.6
'640219	Alas kaki olahraga	12.7	14.1	14.0	9.1	10.5	15.6	-7.9	6.4
'640419	Alas kaki dengan sol luar: bukan sepatu olah raga	5.5	7.3	15.0	14.8	9.8	-33.8	20.6	6.0
'640319	Alas kaki dengan sol luar menutupi pergelangan kaki, bukan sepatu olahraga	0.6	0.6	0.5	0.4	0.1	-73.4	-29.1	0.1
	Total	221.1	184.6	223.5	213.5	164.4			

Sementara itu, 5 (lima) tujuan ekspor utama produk alas kaki Indonesia adalah Amerika Serikat, RRT, Belgia, Jerman dan Jepang. Kelima negara tersebut telah mencakup 80% pangsa pasar produk alas kaki Indonesia ke pasar Internasional. Inggris Raya menempati peringkat ke-6 setelah Jepang dengan pangsa sebesar 7%.

Gambar 2.3 Tujuan Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia Tahun 2020

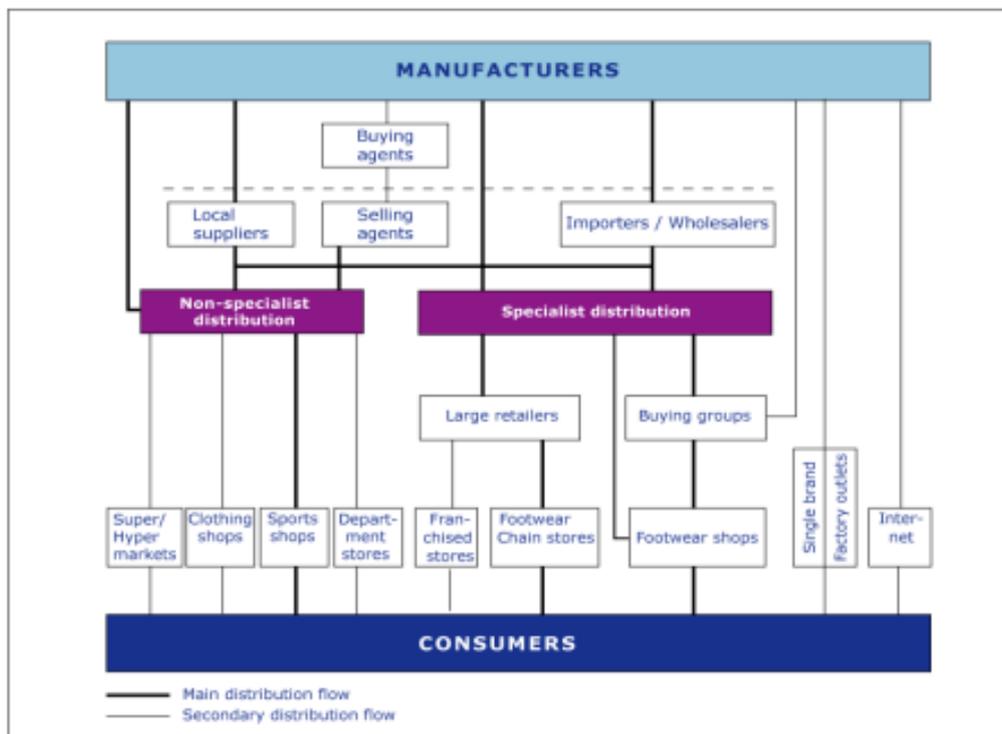


Selanjutnya, tarif impor produk alas kaki untuk Indonesia ke Inggris Raya per 1 Januari 2021 hanya sebesar 4,5%, karena Indonesia mendapatkan tarif preferensial *Generalised Scheme of Preferences* (GSP) yang berlaku sejak 1 Januari 2021. Tarif ini lebih rendah 43% jika dibandingkan dengan tarif impor MFN produk alas kaki yang mencapai 8%. Hal ini merupakan keuntungan bagi Indonesia dan dapat menjadi landasan awal untuk melakukan impor ke Inggris Raya.

Tabel 2.4 Tarif Impor Produk Alas Kaki Inggris Raya

Kode HS	Produk	MFN/ UK Global Tariff	Preferential Tariff
'640399	Alas kaki dengan sol luar(tidak menutupi pergelangan kaki)	8%	4.50%
'640411	Alas kaki olahraga dengan sol luar dari karet atau plastik	8%	4.50%
'640419	Alas kaki dengan sol luar: bukan sepatu olah raga	8%	4.50%
'640319	Alas kaki dengan sol luar menutupi pergelangan kaki, bukan sepatu olahraga	8%	4.50%
'640219	Alas kaki olah raga	8%	4.50%

2.3 Saluran Distribusi Produk Alas Kaki



Distribusi produk alas kaki di Inggris Raya dibagi menjadi 2 (dua) jalur, yaitu distribusi spesialis dan distribusi non-spesialis. Dalam distribusi spesialis, produk ditangani oleh importir/grosir khusus atau agen/retailer yang khusus menangani berbagai jenis alas kaki. Pada umumnya, rasio distribusi spesialis di Inggris Raya lebih banyak daripada distribusi non-spesialis. Dalam distribusi non-spesialis, alas kaki hanyalah salah satu dari banyak produk yang ditangani oleh

retailer. Retailer non-spesialis termasuk toko olahraga, toko pakaian, *department store*, super/hipermarket, *discounters*, *factory outlet* dan kios pasar. Distribusi ini diprediksi akan tumbuh pesat karena sebagian besar gerai menawarkan alas kaki dengan harga yang kompetitif.

Retailer spesialis termasuk *footwear chain stores*, toko alas kaki independen, butik *high-end* untuk alas kaki. Kebanyakan toko spesialis harus mengatasi masalah seperti konsumen yang lebih menuntut, lebih banyak persaingan dari non-spesialis, diskon, dan impor murah. Untuk berinovasi, spesialis alas kaki terus berupaya untuk mengembangkan koleksi yang eksklusif, serta menyediakan jasa *personal shopper*.

Sementara itu retailer non-spesialis juga termasuk *e-commerce* yang semakin relevan, khususnya dalam era pandemi. Kedepannya, retailer khusus alas kaki akan lebih fokus pada segmen pasar menengah dan mengiklankan produk mereka secara efektif untuk mencoba mempertahankan posisi pasar high-end mereka. Sementara itu, saluran non-spesialis akan tetap terus tumbuh, terutama didorong oleh faktor kenyamanan dan harga yang lebih rendah.

2.4 Persepsi Pada Produk Alas Kaki Indonesia

Industri alas kaki Indonesia sudah mencapai pasar global, dengan beragamnya jenis yang berkualitas dan inovatif. Seperti diketahui, Indonesia merupakan produsen sepatu kenamaan dunia, seperti merek Adidas hingga Nike. Begitu juga dengan Vietnam yang selama ini memproduksi produk serupa. Keunggulan alas kaki di Indonesia yaitu pada kualitas jahit serta *workmanship* yang lebih rapi, meski dalam segi produktivitas, RRT dan Viet Nam masih lebih maju.

Merujuk laporan World Footwear Yearbook tahun 2019, Indonesia merupakan pusat produksi alas kaki terbesar keempat di dunia dengan total produksi mencapai 1.271 juta pasang alas kaki. Indonesia juga merupakan negara eksportir produk alas kaki terbesar ketiga di dunia, dengan total 406 juta pasang alas kaki.

Faktor lain yang menjadi salah satu alasan mengapa produk alas kaki Indonesia menarik adalah harga yang kompetitif. Relokasi pabrik sepatu ke Jawa Tengah dan sebagian Jawa Barat, telah mendorong daya saing (*competitiveness*) produk alas kaki Indonesia di pasar global.

BAB III

PERSYARATAN PRODUK ALAS KAKI DI INGGRIS RAYA

3.1 Ketentuan Produk

Setiap warga negara Inggris Raya memiliki hak untuk mengetahui bagaimana makanan yang dimakan diproduksi, diproses, dikemas, diberi label dan dijual. Dalam menjamin keamanan bagi konsumen dan melindungi sektor manufaktur dari krisis yang berulang, Inggris Raya mengadopsi regulasi yang mengintervensi dan mengontrol.

Tujuan regulasi dimaksud adalah untuk memastikan produk alas kaki yang aman di sepanjang rantai produksi, menyiapkan sistem kontrol terpadu antara berbagai pelaku yang terlibat untuk memastikan perlindungan persyaratan produk alas kaki baik yang diproduksi di Inggris Raya atau yang diimpor. Pendekatan terpadu untuk ketentuan produk alas kaki di Inggris Raya adalah sebagai berikut.

3.1.1 *Labelling* dan Pengemasan

Informasi label harus terlihat jelas, mudah dibaca dengan menggunakan yang mudah dimengerti oleh konsumen.

Label alas kaki harus menunjukkan 80% materi alas kaki:

- Luas permukaan bagian atas
- Luas permukaan lapisan dan pergelangan kaki (lapisan atas dan insole)
- Sol luar
- 2 (dua) bahan utama dalam komposisi alas kaki juga harus ditunjukkan.

Label harus dilampirkan ke setidaknya satu item alas kaki di setiap pasangan dan dapat ditempelkan dengan cara mencetak, menempel, timbul atau menggunakan label terlampir; harus terlihat, terpasang dengan aman dan dapat diakses. Label juga dapat muncul pada kemasan tetapi harus pada alas kaki itu sendiri.

Pengiriman produk umumnya memiliki jarak tempuh yang jauh, sehingga pengemasan produk harus diperhatikan, terutama yang berkaitan dengan perubahan suhu. Sepatu kulit biasanya dikemas dalam kotak individual per pasang dengan 12 hingga 18 pasang dalam satu karton. Sepatu plastik dan tekstil yang lebih murah sering dikemas dalam kantong plastik atau dalam jumlah besar. Importir ingin mengetahui dengan baik sebelumnya bagaimana Anda mengemas kiriman Anda. Terlepas dari aspek keamanan dan perlindungan terhadap kerusakan, fokus pengemasan adalah pada transportasi yang ramah lingkungan.

Sumber: <https://www.businesscompanion.info/en/quick-guides/goods/labelling-of-footwear>

3.1.2 Peraturan terkait Produk Kimia dalam Alas Kaki

Regulation, Evaluation, Authorization, and Restriction of Chemicals (REACH) membatasi tingkat bahan kimia, terutama logam berat dan polutan lainnya, dalam produk konsumen jenis apa pun untuk pasar Inggris Raya, termasuk alas kaki dan kemasan. Importir alas kaki harus memperhatikan bahan yang digunakan untuk pembuatan produk sepatu dan bahan yang berpotensi berbahaya yang mungkin dikandungnya. Penjualan produk apa pun dengan konsentrasi zat terlarang apa pun di atas tingkat yang diizinkan adalah ilegal. Beberapa zat terlarang yang mungkin biasa ditemukan di sepatu dan alas kaki antara lain:

- Azo dyes
- Chromium VI
- Organostannic compounds (especially parts made of polyvinyl chloride, or PVC)
- Perfluorooctane sulfonate (PFOS)

Sumber: <https://www.gov.uk/guidance/how-to-comply-with-reach-chemical-regulations>

3.1.3 Peraturan terkait Ukuran Alas Kaki

Terlepas dari upaya untuk menyatukan ukuran alas kaki oleh Organisasi Standar Internasional (ISO) yang disebut sebagai sistem ukuran sepatu Mondopoint, masih ada dua sistem ukuran yang berlaku di pasar Inggris Raya dan Eropa:

- Sistem ukuran alas kaki Eropa Kontinental (atau sistem ukuran Prancis), yang terutama digunakan.
- Sistem ukuran Inggris.

Tabel 2.5 Sistem Ukuran Alas Kaki

Continental size	English size	American size
36	3½	5
37	4	5½
37½	4½	6
38	5	6½
39	5½	7
39½	6	7½
40	6½	8
40½	7	8½
41	7½	9
42	8	8½
42½	8½	9
43	9	9½
44	9½	10
44½	10	10½
45	10½	11
46	11	11½

3.2 Ketentuan Produk Metode Transaksi

Menurut situs Nibusinessinfo.co.uk, terdapat 4 (empat) metode utama untuk membayar pemasok dari luar negeri untuk barang impor, yaitu: pembayaran tunai (cash-in-advance), surat kredit (letters of credit), penagihan dokumen (documentary collection), dan perdagangan akun terbuka (open account trading). Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

1. Advance payment

Dengan pembayaran di muka, pemasok hanya mengirimkan barang setelah mereka menerima pembayaran dari importir. Transfer kawat mungkin merupakan cara termudah untuk mentransfer dana terlebih dahulu ke rekening pemasok Anda. Pembayaran tunai di muka memiliki tingkat keterlacakan yang tinggi, tetapi setelah dikeluarkan, tidak mungkin untuk menghentikan dan sulit untuk memulihkan jika terjadi kesalahan atau tidak sesuai yang diharapkan.

2. Letters of credit

Dengan surat kredit, bank akan menjamin untuk membayar pemasok ketika telah menunjukkan dokumentasi ekspor yang relevan. Ini bisa dibilang salah satu cara paling aman untuk melakukan pembayaran di luar negeri, karena nota kredit menyeimbangkan risiko pembeli dan pemasok. Namun, perlu waktu ekstra untuk mengurus administrasi dan garansi dari bank dapat meningkatkan biaya transaksi, karena bunga dan biaya lainnya.

3. Documentary collection

Dengan penagihan dokumen, pemasok mengirimkan barang kemudian mengirimkan dokumen ekspor melalui bank mereka ke bank importir, bersama dengan instruksi pembayaran. Bank membuat bill of exchange dan menyalurkan semua dana dan dokumen dalam transaksi. Metode ini lebih murah daripada letter of credit, tetapi menghadirkan lebih banyak risiko bagi pemasok. Metode ini tidak memiliki proses verifikasi dan beresiko jika importir tidak membayar.

4. Open account trading

Dengan metode pembayaran ini, pemasok mengirimkan barang kepada importir secara langsung, dan meminta pembayaran dalam jangka waktu yang disepakati. Untuk pemasok, opsi ini memiliki risiko tidak terbayar tertinggi karena mereka menanggung biaya produksi dan pengiriman sampai importir membayarnya.

Minimalkan risiko yang terkait dengan pembayaran pemasok luar negeri

Untuk importir, pembayaran di muka adalah yang paling berisiko, ada kemungkinan importir membayar tetapi tidak pernah menerima barang. Perdagangan akun terbuka adalah yang paling tidak berisiko, karena importer hanya membayar setelah menerima barang. Namun, bagi eksportir mungkin lebih suka perdagangan akun terbuka, pemasok dari luar negeri mungkin menginginkan pembayaran di muka. Letter of credit dan documentary collection

menawarkan perlindungan bagi kedua belah pihak dengan melibatkan bank sebagai perantara dalam prosesnya.

Isu-isu arus kas luar negeri

Metode pembayaran dapat berdampak besar pada posisi arus kas. Sebagian besar bank menawarkan paket pembiayaan impor untuk menjembatani periode antara membayar impor dan menerima pembayaran saat menjual kepada konsumen. Untuk mengurangi masalah arus kas, importir sering kali dapat menegosiasikan metode dan persyaratan pembayaran. Misalnya, importir dapat menawarkan surat kredit kepada pemasok, namun meminta periode pembayaran diperpanjang agar sesuai dengan persyaratan arus kas importir.

Membayar faktur dalam mata uang asing

Faktur internasional dapat menimbulkan biaya tambahan untuk bisnis, karena biaya konversi mata uang, margin nilai tukar, dan biaya transfer. Eksportir dan importir perlu mempertimbangkan bagaimana cara mengidentifikasi risiko nilai tukar mata uang asing. Bahkan variasi kecil dalam nilai tukar dapat merugikan bisnis.

3.3 Informasi Harga Produk Alas Kaki

Pasar alas kaki juga dapat disegmentasi berdasarkan tingkat harga yang terkait dengan kualitas alas kaki, kenyamanan, trend, desain dan merek.

Gambar 2.4 Segmentasi Produk Alas Kaki di Inggris Raya

	Market share	Price range	Characteristics
Luxury	£ 9.0 billion 18%	£ > 300	<ul style="list-style-type: none"> • Excellent quality, perfect finish and fit • Trendsetting • Exclusive collections (handmade) • Designer brands: Sergio Rossi, Jimmy Choo, Dolce & Gabanna, Prada, Gucci.
Fine	£ 9.1 billion 19%	£ 100 - 300	<ul style="list-style-type: none"> • Very good quality and fit • Trendfollowing and attention to styling • Variety in collections, but limited production • Brands: Bally, Burberry, MiuMiu, Boss, Chloé etc. Local brands, clothing brands, non-branded.
Medium	£ 19.4 billion 39%	£ 25 - 100	<ul style="list-style-type: none"> • Good quality and fit • Trendfollowing, stylish, comfortable and functional • Large variety and high volume production • Brands: Kickers, Clarks, Converse, Dr Martin, Ugg, Nike, Adidas, clothing brands, private brands and non-branded.
Economical	£ 11.8 billion 24%	£ < 25	<ul style="list-style-type: none"> • Low to medium quality • Popular models and variations for a wide audience • High volume production at the lowest price • Imitations of successful brands, private brands and non-branded.

3.3.1 Luxury Segment

Berdasarkan angka dari survei Bain & Company (2018), segmen alas kaki mewah di pasar Eropa diperkirakan mencapai 18% dari total penjualan alas kaki dan belum terpengaruh oleh resesi/krisis seperti segmen lainnya. Alas kaki mewah/*luxury* dijual oleh toko alas kaki khusus yang eksklusif seperti toko desainer, butik mode, atau oleh department store kelas atas. Trend yang muncul dalam konsumen produk *luxury* ini adalah konsumen cenderung memperhatikan kualitas (bahan, kenyamanan, daya tahan) dan *craftmanship*. Selain itu, konsumen cenderung lebih kritis terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

3.3.2 Fine Segment

Akibat dampak COVID-19 dan krisis ekonomi yang mengikutinya, konsumen di Inggris Raya yang termasuk dalam golongan menengah menjadi semakin berhati-hati dalam mengatur pengeluaran, oleh karena itu rumah mode dan importir alas kaki mewah semakin bergantung pada pasar 'hampir mewah'. Pasar ini disebut di sini sebagai *fine segment*. Ini terdiri dari alas kaki bermerek yang dirancang dengan baik yang dapat diakses oleh kelompok konsumen yang lebih luas dengan harga terjangkau (antara £ 100 dan 300). Di segmen ini, alas kaki tetap diproduksi secara eksklusif tetapi dibuat dalam jumlah dan variasi yang lebih banyak daripada koleksi di segmen mewah.

3.3.3 Medium Segment

Segmen alas kaki menengah adalah segmen terbesar di pasar Inggris Raya. Segmen ini termasuk alas kaki yang trendi dan nyaman dengan kualitas sedang hingga baik. Brand/merek penting tetapi tidak krusial untuk keputusan pembelian, karena konsumen dalam segmen memilih produk dengan harga serendah mungkin. Alas kaki di segmen menengah dijual oleh toko non-spesialis alas kaki, artinya toko yang menjual barang-barang lainnya selain hanya menjual alas kaki. Alas kaki dalam segmen ini semakin diminati karena *value-for-money* yang tinggi.

3.3.4 Economical Segment

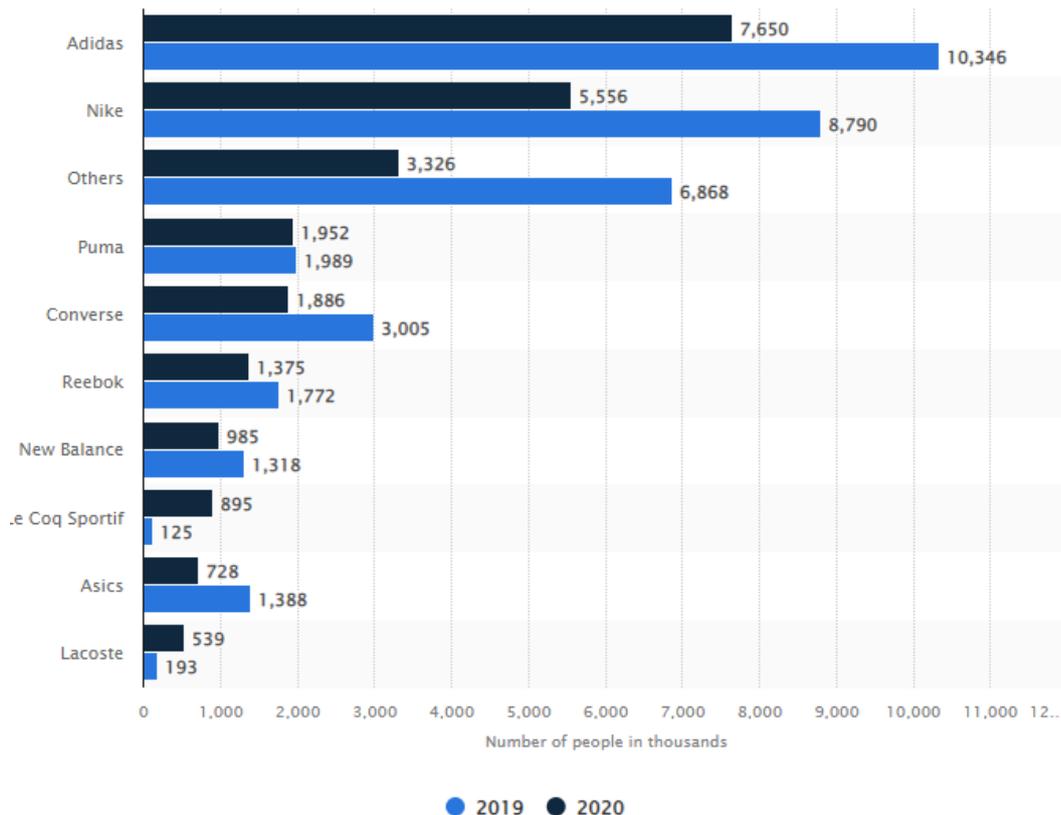
Segmen ekonomi didominasi oleh alas kaki dengan kualitas lebih rendah dan harga yang terjangkau. Desain alas kaki dipengaruhi oleh alas kaki populer (bermerek) di *medium* dan *fine* segment, yang sering ditiru. Permintaan dari segmen ekonomis bersifat instan dan barang murah seringkali dibeli secara impulsif. Alas kaki dalam segmen ini diproduksi dalam jumlah besar di negara-negara berkembang, khususnya Asia seperti RRT, Viet Nam dan Indonesia dengan biaya tenaga kerja rendah. Itu dijual oleh spesialis alas kaki, spesialis pakaian, diskon, hypermarket, department store, berbagai toko, pasar jalanan, factory outlet dan penjual online.

3.4 Kompetitor Produk Alas Kaki

Lima negara pengekspor produk alas kaki terbesar ke dunia adalah RRT, Viet Nam, Italia, Jerman, Belgia sementara Indonesia berada di posisi ke-6. Ekspor Indonesia ke dunia tahun

2020 yaitu 4,8 milyar USD, naik 9% dari tahun 2019 yang hanya mencapai 4,4 milyar USD. Sementara itu, Indonesia bersaing dengan lima negara pengekspor terbesar ke Inggris Raya yaitu RRT, Belanda, Belgia, Italia, Jerman dan Viet Nam. Indonesia berada di urutan ke- 8 dengan ekspor produk alas kaki sebesar 205 juta USD. Selain itu, Indonesia masih bersaing dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Viet Nam dan Kamboja.

Gambar 2.5 10 Merk Alas Kaki berdasarkan Jumlah Konsumen di Inggris Raya Tahun 2020



Sementara itu, jika ditinjau berdasarkan kategori merk, konsumen di Inggris Raya di tahun 2020, produk Adidas dan Nike menjadi yang paling diminati. Walaupun demikian jumlah konsumen di tahun 2020 jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2019 di semua merek alas kaki. Selain itu, jumlah konsumen alas kaki dengan merek Puma cenderung stagnan selama 2 (dua) tahun terakhir.

BAB IV

KESIMPULAN

Industri alas kaki di Inggris Raya adalah industri yang dinamis, tercatat belanja konsumen dan produksi manufaktur pada industri alas kaki tumbuh secara konsisten selama 10 (sepuluh) tahun terakhir hingga tahun 2019. Meskipun demikian pada tahun 2020, performa industri ritel alas kaki Inggris Raya mengalami penurunan yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Berdasarkan data ITC Trademap (2021), Indonesia menempati peringkat-8 sebagai pengeskor alas kaki ke Inggris Raya. Peringkat pertama diduduki oleh RRT, dan dalam lingkup ASEAN, Viet Nam merupakan pesaing utama Indonesia dalam ekspor produk alas kaki.

Inggris Raya menempati peringkat ke-6 sebagai tujuan ekspor alas kaki Indonesia setelah Jepang dengan pangsa sebesar 7% selama tahun 2020. Dalam tahun yang sama, alas kaki dengan sol luar (tidak menutupi pergelangan kaki) dan alas kaki olahraga menjadi produk utama ekspor alas kaki Indonesia ke Inggris Raya yang mempunyai pangsa pasar sebesar 92%. Namun demikian kedua produk ini mencatat pertumbuhan negatif selama dua tahun terakhir. Satu-satunya produk yang mencatat pertumbuhan positif, selama 5 tahun terakhir adalah produk alas kaki dengan sol luar, bukan sepatu olahraga (HS 640419), yaitu sebesar 20.6%. Dengan demikian, produk ini memiliki potensi yang tinggi bagi Indonesia untuk memasuki pasar Inggris Raya.

Industri alas kaki Indonesia sudah mencapai pasar global, dengan beragamnya jenis yang berkualitas dan inovatif. Indonesia merupakan produsen sepatu kenamaan dunia, seperti merek Adidas hingga Nike. Keunggulan alas kaki di Indonesia yaitu pada kualitas jahit serta *workmanship* yang lebih rapi, meski dalam segi produktivitas, RRT dan Viet Nam masih lebih maju. Oleh karena itu, pemerintah beserta dunia usaha perlu berfokus untuk mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan produktivitas alas kaki di Indonesia dan secara parallel tetap mempertahankan kualitas *workmanship* yang sudah menjadi *signature* produk Indonesia di negara-negara tujuan ekspor, khususnya Inggris Raya.

LAMPIRAN

A. List Importir

NO	NAME	ADDRESS
1.	ASOS.COM LTD	Alamat: 2 nd Floor Greater London House Hampstead Road London NW1 7FB Telephone: +44 20 7756 1000 Email: care@asos.com Website: www.asos.com
2.	CHARLES & KEITH (UK) LIMITED	Alamat: 9 Appold Street London Greater London EC2A 2AP Website: https://www.charleskeith.co.uk
3.	THE WHITE COMPANY (UK) LTD	Alamat: 2 Television Centre 101 Wood Lane London Greater London W12 7FR Telephone: +441423527553 Website: https://www.thewhitecompany.com/uk/
4.	4 YOUR SHOES LTD	Alamat: Wilberforce House Station Road London Greater London NW4 4QE
5.	ETHY LTD	Alamat: 47b Huddlestone Road London Greater London NW2 5DL Email: support@ethy.co.uk Website: https://ethy.co.uk/
6.	ASLOTEL GROUP LIMITED	Alamat: Aslotel House Pebble Close Pebble Coombe Tadworth Surrey KT20 7PA Telephone: +44 1372 362533 Website: https://www.aslotel.co.uk/contact-us
7.	BLOCH UK LTD	Alamat: Town Gate House Church Street East Woking Surrey GU21 6AE Telephone: +44 20 7836 4777 Website: https://uk.blochworld.com/
8.	BONISON (UK) LTD	Alamat: 3 Dorchester Close Hinchley Wood Esher Surrey KT10 0BE
9.	OLIVER BONAS LTD	Alamat: Unit F Gateway 3 Davis Road Chessington Surrey KT9 1TQ Email: AskUs@oliverbonas.com Website: https://www.oliverbonas.com/
10.	SOAK & SLEEP LIMITED	Alamat: Second Floor, St James Hous 20 Bedford Road Guildford Surrey GU1 4SJ Telephone: +44 1483 616 616 Website: https://www.soakandsleep.com/
11.	CHUMS LIMITED	Alamat: Unity Grove Knowsley Business Park Prescot Merseyside L34 9AR Email: cs@chums.com Website: https://chums.com/

12.	QUANZHOU MINGZUO MAOYIYOUXIANGONGSI	Alamat: 25 Goodlass Road Liverpool Merseyside L24 9HJ
13.	SCREENKING PRINTING & EMBROIDERY LTD	Alamat: 489 Warrington Road Rainhill Prescot Merseyside L35 0LR Telephone: +44 800 470 1447 Website: https://www.screenking.co.uk/
14.	THE VINTAGE CLOTHING COMPANY LIMITED	Alamat: Unit 36 Stephenson Way Formby Industrial Estate Formby Merseyside L37 8EG Telephone: +44 (0) 1704 834 403 Website: http://www.vintageclothingcompany.com/
15.	UFUK PINAR NEW FUTURE TRENDS	Alamat: 8 Reservoir Road North Birkenhead Merseyside CH42 8LU
16.	HOMES & GIFTS LIMITED	Alamat: 110 Windsor Road Denton Manchester Greater Manchester M34 2HE Email: homesandgiftsltd@gmail.com Website: https://homesandgiftsltd.co.uk/about-us-24-w.asp
17.	I SAW IT FIRST LONDON LTD	Alamat: 12-14 Robert Street Manchester Greater Manchester M3 1EY Website: https://www.isawitfirst.com/
18.	TIP TOP ACCESSORIES LTD	Alamat: 421 Bury New Road Salford Greater Manchester M7 4ED Telephone: +44 161 478 6095
19.	NODIE LIMITED	Alamat: 19a Chorley Old Road Bolton Greater Manchester BL1 3AD
20.	OLIVIA MODA LTD	Alamat: 54 Derby St, Cheetham Hill, Manchester M8 8HF, United Kingdom Telephone: +44 161 834 3678
21.	BUCKLE SHOES LIMITED	Alamat: 167 Wolverhampton Road Oldbury West Midlands B68 0LR Website: https://www.buckle.com
22.	RIVAAJ BIRMINGHAM LIMITED	Alamat: 137 Alum Rock Road Birmingham West Midlands B8 1NH Telephone: +44 7903212166 Email: info@rivaajboutique.co.uk Website: https://rivaajboutique.co.uk/
23.	YOUNG BRITISH DESIGNERS LIMITED	Alamat: Diddington Farm Diddington Lane Meriden West Midlands CV7 7HQ Telephone: +44 1675 444733 Email: info@youngbritishdesigners.com Website: https://www.youngbritishdesigners.com/
24.	LYDONFORD LIMITED	Alamat: Unit 1 Spring Lane Short Heath Willenhall West Midlands WV12 4JG
25.	SHER STORAGE LTD	Alamat: 13-15 Anne Road Smethwick West Midlands B66 2NZ

B. Daftar Pameran

1. London Shoe Show

London Shoe Show (LSS) adalah pameran sepatu perdagangan independen terbaru dan terbesar di London. Terdapat lebih dari 46 merek alas kaki yang akan berpartisipasi di acara dan 20 exhibitors. London Shoe Show akan dilaksanakan pada 27-28 Februari 2022 di Copthorne Tara Hotel, Kensington, London. LSS terus membanggakan diri dalam menawarkan koleksi eksklusif dan berbeda untuk memungkinkan *retailers* menarik konsumen. Acara tahun ini lebih terfokus, sesuai dengan permintaan pembeli, dengan merek yang dipilih sendiri yang menampilkan produk untuk musim Spring 2022 yang unik. Informasi lebih lanjut dapat mengunjungi situs <https://www.londonshoeshow.co.uk/>

2. Moda Footwear Birmingham

Moda Footwear adalah pameran dagang untuk alas kaki di Birmingham. Pameran ini menawarkan tren terbaru dalam perawatan alas kaki dan sepatu dan memberikan pandangan tentang musim mode yang akan datang. Pameran ini berlangsung bersama dengan pameran aksesoris Moda Gent, Moda Woman, Moda Accessories dan Moda Lingerie & Swimwear. Moda Footwear akan berlangsung selama empat hari yaitu tanggal 6 - 9 Februari 2022 di Birmingham. Informasi lebih lanjut dapat mengunjungi situs <https://www.tradefairdates.com/Moda-Footwear-M3245>

3. Pure London

Pure London merupakan pameran dagang khusus untuk fashion/mode. Pameran dilaksanakan dua kali dalam setahun untuk memamerkan koleksi terbaik musim ini, menemukan tren terbaru, mendapatkan wawasan bisnis eksklusif, dan menjalin network. Pure London menyediakan platform global untuk merek dan desainer pakaian dan alas kaki wanita, pria dan anak-anak. Pameran dilaksanakan di Olympia London, 17-19 Juli 2022. Informasi lebih lanjut dapat mengunjungi situs <https://www.purelondon.com/>.

Sumber Informasi Yang Berguna

❖ Kedutaan Besar Inggris di Jakarta

Jl. Patra Kuningan Raya Blok L5-6, Jakarta Pusat 12950, Indonesia

Phone: (62-21) 2356 5200; Fax: (62-21) 2356 5351; Email: Jakarta.MCS@fcdo.gov.uk

Website: <http://gov.uk/contact-consulate-jakarta>

❖ Kedutaan Besar Republik Indonesia di London, Kerajaan Inggris

30 Great Peter Street, London SW1P 2BU, United Kingdom

Phone: (+44-20) 7499-7661, (+44-20)7290-9600; Fax: (+44-20) 7491-4933;

Email: kbri@btconnect.com

Website: <https://kemlu.go.id/london/id>

❖ BritCham di Jakarta

World Trade Centre 5, 15th floor

Jalan Jenderal Sudirman Kav. 29-31, Kuningan, Jakarta Selatan 12920

Phone: (+62-21) 522 9453

Email: communications@britcham.or.id

Website: <https://britcham.or.id/>

❖ Chamber of Commerce di Inggris

Phone: +44 (0)20 7248 4444

Email: lc@londonchamber.co.uk

Website: <https://www.londonchamber.co.uk/>