

2023

MARKET INTELLIGENT PRODUK SEPEDA – HS 871200

ROADBIKE



**Indonesia Trade
Promotion Center**
VANCOUVER

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	0
I. PENDAHULUAN.....	2
I.1 Tujuan.....	2
I.2 Metodologi.....	2
I.3 Batasan Produk.....	2
I.4 Gambaran Umum Negara	3
I.4.1 Kondisi Geografis.....	3
I.4.2 Kondisi Demografis.....	5
I.4.3 Potensi Pasar.....	5
II PELUANG PASAR.....	7
II.1 Trend Produk	7
II.2 Struktur Pasar.....	9
II.3 Saluran Distribusi	11
II.4 Persepsi Terhadap Produk Indonesia.....	11
III PERSYARATAN PRODUK.....	12
III.1 Ketentuan Produk	13
III.2 Ketentuan Pemasaran.....	15
III.3 Metode Transaksi.....	16
III.4 Info Harga.....	17
III.5 Kompetitor	18
IV KESIMPULAN.....	19
LAMPIRAN	20
1. Daftar Importir.....	20
2. Daftar Pameran.....	21
3. Sumber Informasi yang Berguna.....	21

I. PENDAHULUAN

I.1 Tujuan

Laporan *business intelligent* ini bertujuan untuk memberikan informasi terkini tentang suatu produk dan rekomendasi untuk para pelaku usaha produk sepeda di Indonesia mengenai tren, karakteristik pasar, dan pemilihan mitra bisnis untuk pasar sepeda di Kanada

Selain itu, laporan ini juga bermanfaat bagi para pemangku kepentingan di Indonesia, baik Pemerintah sebagai regulator maupun sektor swasta sebagai pelaku usaha melalui peningkatan pengetahuan bagi para pelaku usaha produk sepeda dalam usahanya memasuki pasar Kanada.

I.2 Metodologi

Metodologi pada laporan *business intelligent* ini merujuk pada data yang diambil dari Trade Data Online (Statistics Canada) sebagai sumber data primer dan Trade Statistics for International Development (ITC Trade Map) dan informasi lainnya sebagai sumber data sekunder. Informasi juga diperoleh melalui *research* serta melihat ke beberapa pusat perbelanjaan daring di Kanada atas produk sepeda yang sudah ada di pasar Kanada.

I.3 Batasan Produk

Batasan produk pada laporan ini merujuk pada klasifikasi *Harmonized System* (HS Code) yang sesuai dengan produk sepeda. Sebagai anggota World Customs Organization (WCO), sistem klasifikasi Kanada didasarkan pada Harmonized Commodity Description and Coding System WCO, yang juga dikenal sebagai kode HS adalah digit angka yang menjelaskan identifikasi umum yang digunakan di semua negara atas produk tertentu. Kode HS juga menentukan dan menjelaskan produk impor dan menetapkan unit kuantitas atau pengukuran dan tarif bea cukai yang berlaku.

Dalam perdagangan internasional, produk sepeda berada pada kategori HS Code 871200. Dalam laporan ini komoditas yang akan dibahas lebih lanjut yaitu produk sepeda yang masuk ke dalam HS Code 871200 *Bicycles, not, motorised*

I.4 Gambaran Umum Negara

I.4.1 Kondisi Geografis

Kanada adalah salah satu negara yang termasuk dalam bagian wilayah benua Amerika yang tepatnya berada di paling utara Amerika Utara. Negara ini merupakan salah satu negara terbesar di dunia setelah Rusia dengan luas wilayah sebesar 9.984.670 km². Berdasarkan letak geografisnya, Kanada terletak diantara Amerika Serikat dan Samudra Arktik dan juga diantara Alaska dan Samudera Pasifik. Beribukota di Ottawa, Kanada merupakan Negara Federal yang secara administratif terdiri dari 10 provinsi dan 3 wilayah territorial. Berikut ini adalah peta geografis Kanada beserta pembagian letak administratifnya.

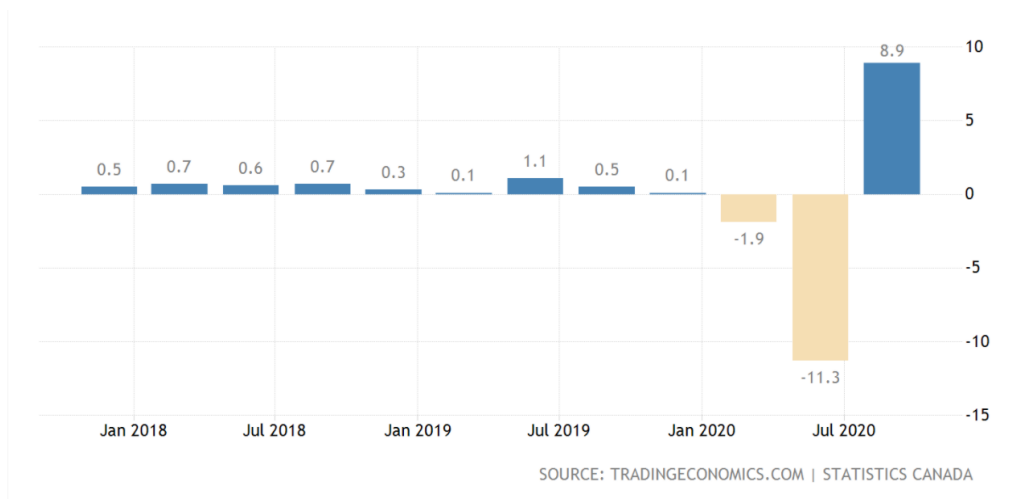


Gambar 1 Peta Geografis Kanada

Sumber: Natural Resources Canada, Atlas of Canada

Kanada merupakan Negara Persemakmuran Kerajaan Inggris yang menganut sistem politik monarki konstitusional dan demokrasi parlementer dimana seorang perdana menteri menjabat

sebagai kepala pemerintahan dengan Ratu Elizabeth II sebagai kepala negara. Kanada merupakan negara anggota APEC, NAFTA, G7, G20, OECD and WTO. Perekonomian Kanada berpusat di kota Toronto, Ontario dan didominasi oleh sektor jasa yang dimana lebih dari tiga perempat penduduk di Kanada bekerja di sektor ini. Dari sisi ekonomi, Kanada adalah negara ekonomi terbesar ke-10 berdasarkan produk domestik bruto nominal (PDB). Grafik di bawah menggambarkan tren PDB Kanada dalam 3 tahun terakhir.



Grafik 1
 Pertumbuhan PDB Kanada (2018 – 2020)
 Sumber: Statistics Canada (2020)

Ekonomi Kanada tumbuh pada rekor 8,9% per kuartal di Q3 2020, menyusul rekor penurunan 11,3% pada periode sebelumnya, mencerminkan pembukaan kembali ekonomi, dengan peningkatan substansial dalam investasi perumahan dan pengeluaran rumah tangga. Kenaikan ini dipengaruhi oleh, dukungan berkelanjutan dari pemerintah kepada rumah tangga dan bisnis yang terkena pandemi, dan pertumbuhan ekonomi mitra dagang utama pada kuartal ketiga. Secara tahunan, ekonomi melonjak 40,5%. Pengeluaran rumah tangga naik 13%, karena pembelian truk baru, van, peralatan olahraga, kendaraan serta layanan makanan dan minuman.

Menurut The Observatory of Economic Complexity, pada tahun 2019, Kanada merupakan negara exportir ke-12 terbesar di dunia dengan nilai ekspor sebesar US\$431 miliar dan negara importir ke-15 terbesar di dunia dengan nilai impor sebesar US\$369 miliar. Kanada juga dikenal sebagai negara pengekspor minyak dengan memiliki cadangan minyak ketiga terbesar di dunia.

I.4.2 Kondisi Demografis

Walaupun Kanada merupakan negara terbesar kedua di dunia, populasi di Kanada masih sedikit dengan jumlah populasi sebesar 37 juta jiwa di tahun 2020 dengan kepadatan penduduk kurang dari 4 orang per km². Untuk itu, pemerintah Kanada sering menggalakkan program imigrasi guna mendatangkan tenaga kerja profesional ataupun imigran lainnya untuk memadatkan wilayah dan juga memajukan perekonomiannya. Kanada dikenal memiliki tingkat keberagaman penduduk yang tinggi. Selain orang yang berasal dari Eropa dan Afrika, orang turunan Asia juga banyak tumbuh berkembang di negara ini.

Provinsi-provinsi di Kanada memiliki otonomi besar dari pemerintahan federal, sedangkan teritori memiliki otonomi yang lebih rendah dari provinsi. Mengenai kebijakan terkait perdagangan internasional di Kanada diserahkan wewenangnyanya pada Pemerintah Federal. Para pengusaha lokal diberi kebebasan untuk melakukan hubungan dagang dengan negara manapun dengan prinsip menguntungkan kedua belah pihak. Pemerintah Provinsi hanya memberikan masukan, khususnya terkait efek di tingkat provinsi dari perdagangan yang terjadi.

I.4.3 Potensi Pasar

Kanada digolongkan sebagai negara maju dengan perekonomiannya yang stabil dan teratur. Perekonomian Kanada terus berkembang, sementara populasinya hanya sekitar 1/10 Amerika Serikat yaitu sekitar 37 juta jiwa (2019). Hal tersebut menjadikan Kanada sebagai pasar dengan ukuran yang lebih mudah dikelola bagi eksportir baru yang ingin mencoba penetrasi ke pasar Amerika Utara untuk pertama kalinya. Kanada memiliki standar hidup dan pendapatan per kapita tinggi yang memungkinkan warganya memiliki daya beli lebih besar dan banyak atas ketersediaan produk yang diinginkan. Berdasarkan data *World Bank* tahun 2019, Produk Domestik Bruto (GDP) Kanada tercatat sebesar USD 46,194.7.

Dari sisi teknologi, Kanada memiliki tingkat perkembangan dan penggunaan teknologi yang tinggi. Di tahun 2018, lebih dari US\$26,57 miliar telah diinvestasikan untuk perkembangan teknologi dimana US\$5,39 miliar diantaranya berasal dari Pemerintah Kanada¹. Lebih dari 94% populasi

¹ <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/191029/dq191029a-eng.htm>

Kanada memiliki akses ke internet dan lebih dari setengah populasi di masyarakat Kanada memiliki akses ke internet melalui *internet-connected smart home device*.

Oleh sebab itu, di era yang *digital* ini, di samping toko konvensional, konsumen (orang tua) memiliki akses terhadap informasi produk mainan melalui *platform e-commerce*. *Platform e-commerce* banyak menawarkan kemudahan seperti akses yang mudah, cepat, termasuk informasi harga produk dan waktu serta biaya pengiriman barang. Terlebih dalam situasi adanya pembatasan interaksi dan aktivitas yang diakibatkan pandemic covid 19 saat ini.

Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan fasilitas tersebut untuk melihat produk yang sedang trend serta berapa harganya sebagai referensi dalam menetapkan harga jual agar produknya nanti dapat berkompetisi dengan pemain yang sudah lebih dulu ada di pasar. Namun beberapa hal yang harus dicermati oleh produsen seperti ketentuan paten produk yang tidak bisa dicontek agar menjadi perhatian biar tidak dikenakan denda, serta ketentuan seperti barang dapat dikembalikan dalam 30 hari uang kembali jika konsumen tidak berkenan atas produk yang dibeli atau bahkan tanpa alasan tertentu. Dalam kaitan ini, produsen harus siap atas konsekuensi berjualan menggunakan *platform* tersebut dan perlu bekerja sama dengan buyer/distributor yang cukup *reliable* dan bonafid dalam memasarkan produk dan mengantisipasi kendala yang salah satunya seperti di atas.

II PELUANG PASAR

Pasar Kanada merupakan pasar lebih kecil dibanding Amerika Serikat, namun dengan populasi yang hanya sekitar 10 persen dari populasi Amerika Serikat, Daya beli warga Kanada terbilang cukup besar dengan GDP Kanada 52.079 berbanding GDP Amerika Serikat sebesar 69.231 pada tahun 2021 (sumber: <https://countryeconomy.com/countries/compare/canada/usa>). Kenyataan sebagaimana dinyatakan Canada-Indonesia Trade and Private Sector and Assistant (TPSA) Project menjadi alasan dan menempatkan Kanada sebagai negara yang sangat cocok bagi produsen dari Indonesia untuk mengekspor barang dan jasa mereka.

Total perdagangan Indonesia Kanada pada tahun 2021 tercatat sebesar USD 3.1 miliar. Pada periode tersebut, ekspor Indonesia tercatat sebesar USD 1.1 miliar, sedangkan impor Indonesia dari Kanada senilai USD 2 miliar. Komoditas ekspor andalan Indonesia ke Kanada pada tahun 2021 antara lain karet alam, jersey (clothing), aksesoris kendaraan bermotor, ban dan alas kaki terbuat dari bahan tekstil. Sementara impor Indonesia dari Kanada pada periode yang sama adalah gandum, pupuk, pulp, kedelai dan bijih besi.

Kanada memiliki keadaan ekonomi yang terus bertumbuh, stabil dan kuat dengan jumlah pelanggan berpendapatan tinggi mendekati angka 1,4 juta warga Kanada yang merupakan keturunan Asia. Hal ini memberikan kesempatan bagi eksportir Indonesia untuk meningkatkan potensi penjualan di Kanada jika dibandingkan dengan negara lain.

Sebagai salah satu negara maju, ekonomi negara ini bergantung terutama pada ketersediaan hasil alam yang melimpah. Perekonomiannya stabil dan teratur, menjadikan Kanada sebagai salah satu negara yang menarik bagi para imigran dari berbagai suku bangsa di dunia. Beragamnya asal imigran tersebut membuka peluang untuk industri perdagangan global, karena telah berdampak positif dan signifikan bagi para importir untuk mendistribusikan dan menjual berbagai produknya.

II.1 Trend Produk

Sejak penemuannya pada tahun 1817, sepeda telah menaklukkan dunia sebagai salah satu alat transportasi terpopuler. Secara keseluruhan, sekitar 257 juta sepeda terjual di seluruh dunia pada

tahun 2021. Ini kurang dari tahun 2020, tetapi masih lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya. Pangsa penjualan sepeda terbesar ada di Asia, di mana China memimpin dengan sekitar 98 juta unit terjual pada tahun 2021. Wilayah dengan penjualan sepeda tertinggi kedua pada tahun 2021 adalah Eropa dengan sekitar 32 juta unit sepeda. Sebagian besar sepeda dijual di Jerman dan Prancis. Amerika Utara memiliki angka penjualan tertinggi ketiga dengan 23.000.000. Sebagian besar sepeda dijual di sana di Amerika Serikat.

Pertumbuhan penjualan telah stabil selama dekade terakhir. Hanya tahun 2020 yang menyatakan pengecualian untuk tren ini. Alasan laju pertumbuhan ini adalah fakta bahwa sepeda termasuk dalam kategori barang tahan lama dalam kelompok barang konsumsi. Namun, ada dua tren yang menggarisbawahi pertumbuhan ini. Pertama, orang mengikuti gaya hidup yang lebih sehat, terutama di Amerika Utara, Eropa, dan sebagian Asia. Mengendarai sepeda sering dianggap sebagai latihan fisik yang baik. Kedua, dalam menghadapi perubahan iklim, alat transportasi berbahan bakar non-fosil memiliki permintaan yang lebih tinggi untuk mobilitas pribadi. Sepeda dipandang sebagai alternatif yang menarik dari mobil untuk jarak pendek dan menengah, misalnya untuk membeli bahan makanan atau pergi ke tempat kerja.

Meningkatnya standar hidup dapat menimbulkan risiko bagi perkembangan positif penjualan sepeda global. Karena lebih banyak pendapatan yang tersedia, orang dapat membeli barang yang lebih mahal yang menawarkan lebih banyak kenyamanan atau prestise. Terutama di negara-negara di Asia, orang mungkin cenderung mengganti skuter atau moped dengan sepeda di masa mendatang karena dianggap lebih nyaman untuk bepergian.

Dalam tiga tahun terakhir, pandemi covid menyebabkan lonjakan penjualan sepeda. Penguncian dan keinginan yang dihasilkan untuk keluar dan aktif secara fisik telah meningkatkan permintaan sepeda secara dramatis. Hal ini terutama mendorong konsumen di Amerika Utara, Eropa, dan sebagian Asia. Pada tahun 2021, penjualan menurun dibandingkan tahun 2020, namun tetap pada level yang lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelum pandemi.

Peluang pasar bagi penduduk Indonesia sangat besar. Daya beli masyarakat Kanada akan produk-produk yang bersifat high-end dan padat teknologi cukup tinggi walaupun secara kuantitas

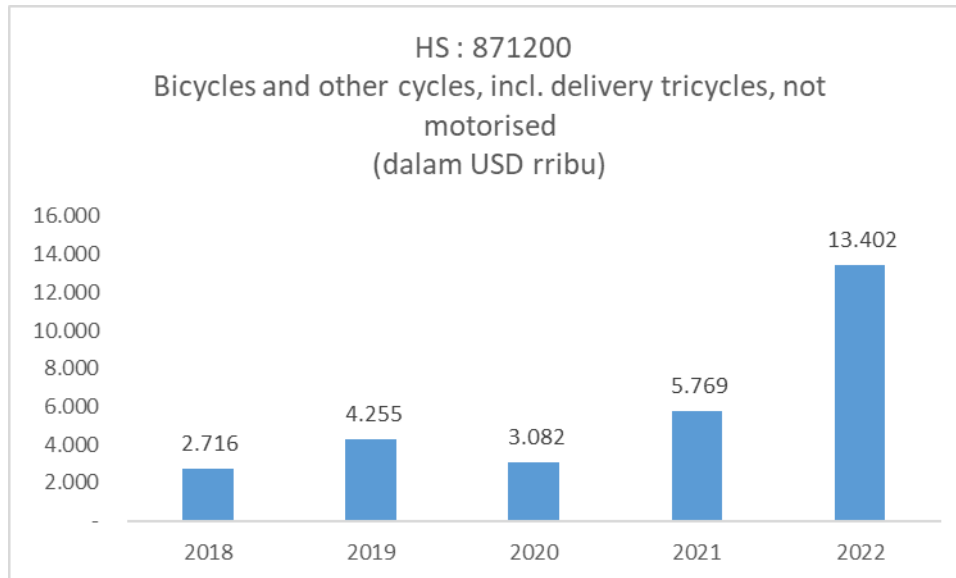
jumlahnya terbatas. Namun demikian, daya serap mereka akan produk-produk seperti Produk Sepeda HS.871200 mulai meningkat dari tahun 2011 sebesar 0,29 juta USD dan Indonesia merupakan urutan ke-8 untuk ekspor produk Sepeda, sedangkan peringkat pertama negara China mencapai 3,7 milyar USD. Meskipun pangsa pasar Indonesia sekitar 17,8 % pada tahun 2021, namun Indonesia merupakan peringkat ke-8 dari seluruh negara pengeksportir sepeda ke Kanada dan didukung oleh trend ekspor yang positif sejak tahun 2018 sd 2022 yaitu sebesar 50,2%.

II.2 Struktur Pasar

Sepeda HS 871200 merupakan produk ke-161 yang paling banyak diperdagangkan di dunia dengan nilai ekspor total sebesar USD 12,6 miliar pada tahun 2021. China mendominasi ekspor produk Sepeda HS 871200 di tahun 2021 dengan pangsa pasar dunia sebesar 40,7% dengan nilai USD \$ 5,1 Milyar dan menurun di tahun 2022 dengan nilai USD \$3,7 Milyar . Nilai tersebut menurun sebesar 15% jika dibandingkan dengan nilai ekspor tahun sebelumnya. Peringkat kedua ditempati oleh Taiwan dengan pangsa pasar ekspor sebesar 10,6% dengan nilai USD 1,3 Milyar.

Indonesia menduduki peringkat ke-8 sebagai negara eksportir utama produk Sepeda HS 871200 tahun 2021 dengan nilai sebesar USD 225 juta dan menurun di tahun 2022 menjadi USD 203 juta. Sepeda HS 871200 menjadi produk ke-155 yang paling banyak diimpor oleh negara-negara di dunia dengan total nilai mencapai USD 20,95 miliar pada tahun 2021. Adapun negara yang paling banyak mengimpor produk Sepeda HS 871200 adalah Amerika Serikat dengan nilai impor tahun 2021 mencapai USD 2,69 miliar, disusul oleh Jerman senilai USD 2,02 miliar, dan Meksiko senilai USD 1,62 miliar.

Kanada menduduki negara ke-8 di dunia yang menjadi pengimpor utama produk tersebut dengan nilai impor sebesar USD 429,10 juta di tahun 2022. Di negara ini, Sepeda HS 871200 menjadi produk ke-108 yang paling banyak diimpor dengan supplier utamanya adalah China, dan Taiwan. Selama periode 2018 – 2022, impor sepeda HS 871200 negara Kanada dari Indonesia cenderung menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahun seperti yang tampak pada grafik berikut.



Grafik 2

Tren peningkatan nilai ekspor sepeda Indonesia ke Kanada 2018-2022

Secara keseluruhan, Indonesia menempati urutan ke-6 sebagai negara suplier utama produk tersebut ke Kanada. Negara lainnya yang juga memasok produk yang sama ke Kanada dengan nilai yang tidak terlalu berbeda dengan Indonesia antara lain Jerman dan Amerika. Negara-negara ini tentunya akan menjadi pesaing utama Indonesia untuk dapat meningkatkan nilai ekspor HS 871200 ke Kanada. Berikut adalah perbandingan nilai impor Kanada dari negara-negara tersebut dengan Indonesia.

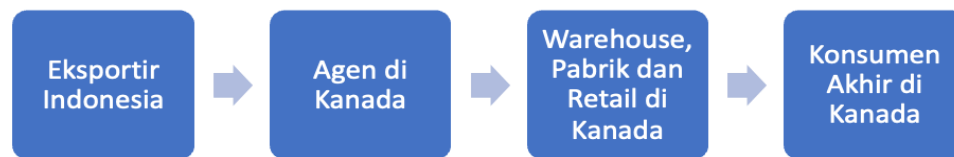
Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022
World	252.682	228.991	334.287	429.105
China	136.018	106.634	175.971	183.594
Taipei, Chinese	84.329	75.407	82.919	108.110
Cambodia	10.381	13.939	25.197	44.273
Viet Nam	5.267	18.621	16.252	39.167
Germany	508	638	8.558	13.986
Indonesia	4.255	3.082	5.769	13.402
United States of America	6.638	4.681	9.307	10.440
Portugal	894	1.320	2.028	4.869
Spain	603	874	1.034	2.371
Italy	248	382	778	1.571

Tabel 1

Nilai Impor Kanada untuk Produk HS 871200 (dalam USD ribu)

II.3 Saluran Distribusi

Para retail maupun store sepeda skala besar umumnya mengambil sepeda yang tersedia pada importir atau distributor, utamanya berasal dari China, Taiwan, Kamboja, Vietnam, Jerman dan Indonesia. Retail store umumnya melakukan permintaan khusus, untuk spesifikasi sepeda yang dibutuhkan; retail store mendapatkan informasi di internet, video atau kegiatan yang terkait promosi lainnya.



Gambar 2
Alur distribusi di Kanada

Pameran juga menjadi ajang mencari informasi bagi konsumen, baik produsen baru yang lebih dinamis, atau bahan baku yang menarik dengan harga yang sesuai. Saluran distribusi umumnya B2B 'business-to-business' atau B2C 'business-to-consumer'. B2B e-commerce menggunakan platform online untuk menjual produk atau layanan ke bisnis lain. Sedangkan e-commerce B2C menargetkan konsumen pribadi.

II.4 Persepsi Terhadap Produk Indonesia

Menurut data dari Statistics Canada, 10 tahun terakhir 2012-2021, impor Sepeda Kanada dari Negara Amerika Serikat (USD 361,93 juta), China (USD 105,26 juta), Taiwan (USD 83,45 juta), Jepang (USD 30,5 juta), dan Jerman (USD 17,1 juta). Data Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa tidak ada ekspor Sepeda Indonesia ke Kanada. Meskipun tidak ada ekspor Sepeda dari Indonesia ke Kanada, apabila melihat dari daya saing produk Indonesia, ekspor Indonesia berpotensi memiliki peluang di pasar Kanada karena produk Indonesia memiliki keunggulan antara lain dari rendahnya cash cost dan ketersediaan tenaga kerja yang melimpah. Pasar Ekspor Sepeda Indonesia terbesar ke 10 negara seperti Jerman (51.9%), Swedia (10,1%), Belanda (6,9%), Perancis (4.1%), Australia (3.3%), Thailand (3.3%), RRT (2.5%), Malaysia (2.2%), India (1.8%) dan Singapura (1.6%).

III PERSYARATAN PRODUK

Eksportir Indonesia harus memiliki informasi yang cukup terkait persyaratan yang berlaku di Kanada untuk produk Sepeda HS 871200 sebelum memulai untuk membuka pasar ekspor produk tersebut di sana. Lebih baik lagi jika eksportir Indonesia menjalin kerja sama dengan mitra Kanada agar dapat memastikan produk yang diekspor memenuhi semua persyaratan dan peraturan impor Kanada.

Kanada merupakan salah satu negara yang menerapkan perdagangan liberal, sehingga tidak ada batasan untuk perdagangan menggunakan valuta asing, dan ijin impor hanya berlaku untuk beberapa jenis produk terbatas. Namun pada umumnya, impor Kanada dikenakan bea masuk. Bea dinilai berdasarkan nilai transaksi (harga yang sebenarnya dibayarkan untuk barang), termasuk komisi, perantara, pengepakan, royalti, dan transportasi ke titik Kanada.

Sesuai dengan Export and Import Permits Act atau Undang-undang Ijin Ekspor dan Impor, Trade Controls and Technical Barriers Bureau atau Biro Pengendalian Perdagangan dan Hambatan Teknis Kanada bertanggung jawab untuk menerbitkan ijin dan sertifikat untuk berbagai produk yang termasuk dalam Daftar Kontrol Impor / Import Control List (ICL). Produk yang tunduk pada kontrol impor meliputi Produk Pertanian, Senjata Api, Tekstil dan Pakaian, Baja dan Aluminium. Meskipun suatu produk mungkin tidak tunduk pada kontrol impor, mungkin ada persyaratan untuk penerbitan Sertifikat Impor Internasional.

Pengurusan ijin ekspor dan impor di Kanada diatur oleh Global Affairs Canada (GAC) yang baru-baru ini menyelesaikan upgrade untuk Sistem Kontrol Impor Ekspor / Export Import Controls System (EICS) menjadi New Export Import Controls System (NEICS). Sistem yang diperbaharui ini dapat dipergunakan oleh pialang pabean berlisensi untuk mengajukan permohonan izin ekspor atau impor secara online untuk barang-barang yang dikendalikan. Seluruh pengguna harus mendaftar untuk menerima kode otentikasi yang baru untuk mengakses NEICS.

Untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan daya saing bisnis lokal secara keseluruhan, Kanada telah menghapus semua tarif untuk mesin, peralatan, dan input yang digunakan di sektor manufaktur industri

III.1 Ketentuan Produk

1. Persyaratan dan Standar Produk

Kanada menerapkan sistem standar nasional (National Standard System) untuk mengembangkan, mempromosikan, dan menerapkan standar di negaranya. Jika sebuah produk impor harus menyertakan sertifikasi maka sertifikasinya harus dilakukan sebelum barang tersebut masuk ke Negara Kanada. Instansi yang bertanggungjawab memastikan hal tersebut adalah Standard Council of Canada.

Untuk kemasan produk, Kanada mewajibkan seluruh produk yang akan diimpor untuk menyertakan dua bahasa pada kemasannya yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Perancis. Informasi lain yang juga wajib dicantumkan pada kemasan antara lain nama produk, berat bersih, nama produsen, dan negara asal (country of origin). Instansi yang melakukan tugas untuk memeriksa produk-produk impor yang masuk ke Kanada adalah Canada Border Services Agency.

Standar spesifikasi produk Sepeda yang digunakan di Kanada (dan Amerika Serikat) menggunakan Unified Thread Standard (UTS). Bentuk dan seri ulir standar, serta kelonggaran, toleransi, dan sebutan yang diterapkan pada ulir sekrup. Baut, mur, dan pengencang berulir lainnya distandarisasi menurut standar ini.

2. Tarif dan Pajak Bea Cukai

Kanada menggunakan Harmonized System (HS) untuk menetapkan tarif impor. Seluruh impor komersial dikenakan bea masuk dan pajak penjualan kecuali untuk produk-produk impor yang memang dibebaskan dari bea dan pajak tersebut sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bea masuk ditentukan berdasarkan nilai transaksi, yaitu harga barang yang sebenarnya dibayarkan atau dibayarkan untuk barang, termasuk komisi, perantara, pengepakan, royalti, dan transportasi ke titik Kanada.

Pajak penjualan provinsi dikenakan pada semua penjualan ke Saskatchewan (6%), British Columbia (7%), Manitoba (7%) dan Quebec (9,975%), selain pajak barang dan jasa sebesar 5%. Penjualan ke provinsi lain akan dikenakan pajak penjualan yang disesuaikan, yaitu pajak penjualan gabungan antara pajak barang dan jasa dengan pajak penjualan provinsi.

Kanada dapat mengenakan bea anti dumping (AD) pada impor yang dianggap lebih murah dari harga "normal" yang dikenakan di pasar domestik eksportir (negara asal) dan menyebabkan kerugian material pada industri produk serupa di Kanada. Lebih lanjut, jika suatu negara diketahui memberikan subsidi yang tidak adil kepada eksportirnya, Kanada berwenang untuk mengenakan bea penyeimbang (countervailing) yang sama dengan jumlah subsidi yang dinyatakan sebagai persentase dari harga ekspor barang.

3. Persyaratan Dokumen Impor

Dokumen yang wajib ditunjukkan kepada Bea Cukai Kanada pada saat barang impor tiba di perbatasan negara adalah:

- a. ***Cargo Control Document*** yang disiapkan oleh pengangkut/forwarder/jasa transportasi laut dimana informasi dokumen tersebut diperoleh dari shipper/pengirim barang/pemilik barang;
- b. ***Canada Customs Invoice*** atau Commercial Invoice, dokumen ini berisi informasi terkait data penjual/eksportir, pembeli/importir Kanada, negara asal barang, harga barang, deskripsi rincian barang (jumlah dan harga satuan);
- c. ***Ijin Impor*** (dan sertifikat kesehatan dll jika diperlukan);
- d. ***Certificate of Origin*** (surat keterangan asal/SKA);
- e. ***Bill of Lading***;
- f. Dokumen lain yang dipersyaratkan ,misalnya Asuransi, daftar kemasan, hasil pemeriksaan pra pengapalan, dll.

III.2 Ketentuan Pemasaran

Eksportir Indonesia harus mempertimbangkan lima “P” saat membangun strategi pemasaran mereka ke Kanada, yaitu:

1. *Product* (Produk)

- a. Pastikan produk Sepeda yang akan diekspor ke Kanada bebas dari bahan berbahaya;
- b. Pakai nama/merk produk yang mudah diingat namun khas;
- c. Penuhi persyaratan kemasan yang berlaku di Kanada, dan perhatikan bahan kemasan, akan lebih baik jika kemasan terbuat dari bahan yang bisa didaur ulang;
- d. Pastikan kualitas produk yang diekspor ke Kanada konsisten dari segi kualitas dan spesifikasi;
- e. Pelayanan terhadap konsumen juga sangat penting salah satunya dengan mengetahui jenis Sepeda yang paling banyak digunakan di Kanada.

2. *Price* (Harga)

- a. Pastikan harga Sepeda yang dipasarkan di Kanada sesuai dengan peraturan yang berlaku (anti dumping, dll);
- b. Perhatikan kesesuaian antara harga dan kualitas produk;
- c. Pakai agen pemasaran untuk memantau perkembangan harga di Kanada.

3. *Promotion* (Promosi)

- a. Pergunakan media sosial, marketplace, maupun platform digital lainnya untuk memaksimalkan promosi;
- b. Pasang iklan yang menekankan perbedaan produk yang dijual dengan produk-produk serupa lainnya sehingga calon pembeli tertarik;
- c. Perhatikan jenis-jenis target konsumen untuk menyesuaikan jenis promosi yang digunakan, misalnya untuk konsumen industri lakukan promosi dengan pendekatan langsung ke perusahaan, untuk konsumen retail lakukan promosi melalui marketplace/toko online, dll;

4. *Place* (Tempat)

- a. Pilih daerah/kota yang potensial untuk memasarkan produk Sepedadi Kanada, misalnya kota yang tinggi aktivitas industri atau pembangunannya;
- b. Pilih metode pengiriman / distribusi yang paling aman.

5. *People* (Orang)

Perwakilan perusahaan perlu diletakkan di Kanada sebagai representatif, sumber informasi pasar, sekaligus sebagai marketing perusahaan di negara tersebut.

III.3 Metode Transaksi

Ada beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Kanada: pembayaran secara tunai di muka, letter of credit, promissory note, documentary collection or draft, open account dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan terhadap kemampuan dan kemauan pembeli untuk membayar.

Letter of credit (L / C) umumnya digunakan sebagai metode transaksi karena metode ini tidak dapat dibatalkan dan metode ini menawarkan perlindungan kepada eksportir Indonesia dan importir Jepang. Karena perusahaan perdagangan besar Jepang sering bertindak sebagai perantara ke perusahaan kecil dan menengah, L / C sering dikeluarkan atas nama mereka dan bukan atas nama pengguna akhir produk. Dengan perusahaan perdagangan yang mengambil risiko transaksi, eksportir Indonesia dilindungi dari kemungkinan kebangkrutan perusahaan yang lebih kecil.

Opsi pembayaran lain adalah penggunaan documentary collection or draft atau open account dengan asuransi kredit internasional yang memungkinkan importir melakukan kredit. Opsi ini juga dapat melindungi eksportir jika pembeli bangkrut atau tidak dapat membayar melalui asuransi kredit internasional. Promissory note adalah metode pembayaran yang banyak digunakan tetapi terkadang tidak dikenal oleh eksportir Indonesia. Promissory notes adalah IOU (sebuah dokumen informal mengenai hutang) dengan janji untuk membayar di kemudian hari, biasanya 90 hingga 120 hari.

III.4 Info Harga

Harga Sepeda HS 871200 yang dijual di Kanada sangat bervariasi, namun eksportir dapat membandingkan harga Sepeda yang diimpor Kanada dari beberapa negara pesaing. Tentunya hal tersebut dapat menjadi referensi bagi para eksportir untuk menentukan harga sehingga dapat bersaing dengan produk serupa dari negara lainnya yang beredar di Kanada. Berikut adalah perbandingan harga Sepeda HS 871200 selama 5 tahun terakhir yang diimpor oleh Kanada dari beberapa negara utama dan Indonesia.

No	Negara Asal	Harga (USD/TON)				
		2017	2018	2019	2020	2021
	Dunia	550,9	630,8	657,7	643,1	777,6
1	Amerika Serikat	397,2	449,8	470,6	447,6	502,7
2	China	1.356,3	1.237,8	1.455,3	1.792,5	2.230,3
3	Taiwan	2.053,0	2.178,5	2.425,4	2.587,5	3.019,4
4	Jepang	289,4	272,3	268,1	263,5	305,2
5	Jerman	3.418,7	3.824,8	4.272,4	3.816,6	5.711,0
6	Italia	805,0	1.587,7	3.255,7	1.428,9	1.927,7
7	Viet Nam	2.912,6	2.912,0	3.583,6	3.265,0	3.139,0
8	Republik Korea Selatan	3.617,8	3.676,5	3.089,6	2.469,4	3.028,4
9	Meksiko	4.890,6	5.719,2	7.235,8	7.894,0	8.717,2
10	Inggris	8.459,7	4.197,0	5.387,6	6.192,9	3.324,0
36	Indonesia	4.428,6	3.500,0	2.578,9	7.181,8	4.078,4

Tabel 2

Perbandingan harga produk HS 871200 (*sepeda*)

Harga rata-rata Sepeda yang diimpor oleh Kanada adalah sekitar USD 777,6 / ton. Fluktuasi harga selama 5 tahun terakhir tidak terlalu signifikan. Namun jika dilihat berdasarkan negara asalnya, variasi harga impor Sepeda Kanada sangat tinggi, berkisar antara USD 305,2 / ton hingga USD 8.717,2 / ton.

Untuk Indonesia sendiri, harga rata-rata Sepeda yang diekspor ke Kanada cukup tinggi dibanding dengan harga dari negara-negara eksportir lainnya yaitu berkisar antara USD 2.578,9 / ton hingga USD 7.181,8 / ton. Fluktuasi harga dari tahun ke tahun juga cukup tinggi. Hal ini perlu diperhatikan agar oleh para eksportir sehingga produk yang berasal dari Indonesia dapat lebih bersaing di Negara Kanada.

III.5 Kompetitor

Kompetitor Indonesia dalam ekspor Sepeda ke Kanada dapat terbagi menjadi 2 yaitu negara-negara 5 besar eksportir utama ke Kanada dan negara-negara dengan nilai ekspor yang berada tepat di atas Indonesia. Adapun negara 5 besar eksportir utama ke Kanada adalah:

1. **China** Negara ini merupakan negara eksportir terbesar ke-1 di dunia untuk produk Sepeda HS 871200 dengan nilai ekspor sebesar USD 3.75 miliar pada tahun 2022 atau setara dengan 35% dari total nilai ekspor produk tersebut di dunia. Nilai ekspornya sempat mengalami penurunan di tahun 2019 namun akhirnya beranjak naik kembali di tahun 2020.
2. **Taiwan**. Meskipun nilai ekspor Taiwan untuk produk Sepeda menduduki urutan ke-2 di Dunia, dengan nilai ekspor secara keseluruhan di dunia mencapai USD 1,6 miliar atau menguasai 15,19% pangsa pasar ekspor produk Sepeda di dunia.
3. **Belanda**. Nilai ekspor Sepeda negara ini ke dunia di tahun 2022 mencapai USD 871 juta, berada tepat di atas peringkat Jerman sebagai negara eksportir ke-3 sepeda ke dunia.
4. **Jerman**. Negara Eropa berikutnya yang menjadi eksportir utama Sepeda di dunia dan juga di Kanada adalah Jerman, dengan nilai ekspor ke dunia mencapai USD 956 juta atau sekitar 8,9% dari total nilai ekspor dunia untuk produk tersebut di tahun 2022.
5. **Kamboja**. Negara Asia yang menduduki peringkat ke-3 sebagai eksportir utama Sepeda ke Kanada ini menjadi eksportir utama ke-5 di dunia setelah Jerman. Nilai ekspor Jerman untuk produk tersebut mencapai USD 630 juta atau sekitar 5% dari total nilai ekspor dunia tahun 2021.

IV KESIMPULAN

1. Sepeda merupakan komoditas yang sangat penting bagi Indonesia sebagai salah satu negara eksportir utama alam perdagangan internasional. Adanya tren peningkatan ekspor produk sepeda asal Indonesia serta masih tingginya potensi pasar yang ditunjukkan oleh peningkatan konsumsi mengharuskan Indonesia sebagai salah satu produsen utama sepeda untuk mampu meraih peluang pasar yang ada. Perubahan lingkungan internasional terutama dalam sistem perdagangan dengan liberalisasi ekonomi menyebabkan persaingan termasuk pasar sepeda menjadi lebih berat.
2. Ekspor sepeda Indonesia masih dihadapkan dengan sejumlah tantangan termasuk kelangkaan kontainer dan harga kontainer yang meningkat 10 kali lipat di masa pandemik. Tantangan yang dihadapi selama pandemi COVID-19 adalah kelangkaan peti kemas dan biaya pengiriman yang lebih tinggi dari biasanya. Di sisi lain, permintaan sepeda pada kondisi pandemi cukup tinggi di Kanada dan AS. Permasalahan ini perlu menjadi perhatian pemerintah mengingat implikasinya yang besar terhadap kinerja ekspor produk Indonesia. Permasalahan ini bahkan telah memperlambat produktifitas para produsen sepeda dalam negeri
3. Pasar sepeda di Kanada masih memiliki potensi sangat tinggi, yang ditunjukkan oleh peningkatan konsumsi sehingga Indonesia diharapkan mampu meraih peluang pasar yang ada. Agar ekspor produk sepeda asal Indonesia memiliki daya saing dalam bentuk keunggulan komparatif dan kompetitif agar tetap mampu bersaing bahkan menjadi pemimpin di pasar Kanada.
4. Pemerintah perlu mendorong ekspor produk sepeda ke Kanada dengan pemasaran yang efisien; peningkatan mutu melalui penerapan teknologi yang berorientasi pada kebutuhan pasar; dan upaya pengurangan hambatan-hambatan ekspor seperti *automatic detention* (potongan harga) regulasi lain dari negara Kanada dapat dilakukan melalui perbaikan mutu secara berkelanjutan, serta kerjasama antara kelompok pengrajin dan eksportir maupun prosesor.
5. Kolaborasi antara pemerintah dan perusahaan lokal merupakan cara yang paling ideal untuk memperkuat daya saing industri lokal di pasar global, termasuk untuk produk sepeda.

LAMPIRAN

1. Daftar Importir

Berikut adalah daftar importir produk sepeda (HS 871200) di Kanada berdasarkan data pada Canadian Importer Database (<https://www.ic.gc.ca>)

871200 Bicycles and other cycles, including delivery tricycles, not motorized All countries (HS6) Major Canadian Importers in 2021

Number of companies:

22

Company name	City	Province	Postal code
AMAZON.COM.CA, INC.	Seattle	Washington	
BMC USA CORPORATION	San Diego	California	
BOW CYCLE & MOTOR CO. LTD.	Calgary	Alberta	T3B 2V2
CANADIAN TIRE CORPORATION, LIMITED	Brampton	Ontario	L6T 4L5
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ottawa	Ontario	K2E 1C5
CYCLES DEVINCI INC.	Chicoutimi	Quebec	G7K 1G8
DECATHLON CANADA INC. DECATHLON CANADA INC.	Brossard	Quebec	J4W 2T5
FAUCHER INDUSTRIES - DIVISION D'INDUSTRIES RAD INC.	Saint-Léonard North	Quebec British	H1P 1A5
GIANT BICYCLE CANADA, INC	Vancouver	Columbia	V7H 3B1
INA INTERNATIONAL LTD.	Calgary	Alberta	T2C 3E7
LES INDUSTRIES DOREL INC./ DOREL INDUSTRIES INC.	Montréal-Nord	Quebec	H1G 3L1
LOUIS GARNEAU SPORTS INC.	Saint-Augustin- de-desm	Quebec British	G3A 2E6
LTP SPORTS GROUP INC.	Port Coquitlam	Columbia	V3C 6L3
MICA SPORT CANADA INC	Bracebridge	Ontario	P1L 1P8
OUTDOOR GEAR CANADA	Saint-Laurent	Quebec	H4S 1A1
QUALITY BICYCLE PRODUCTS, GBC	Bloomington	Minnesota	
SANTA CRUZ BICYCLES LLC	Santa Cruz	California	
SPECIALIZED BICYCLE COMPONENTS CANADA, INC.	Sainte-Anne-de- Bellevu North	Quebec British	H9X 0A3
TBG THE BICYCLE GROUP ULC	Vancouver	Columbia	V7P 2R6
TOYS R US CANADA LTD./TOYS R US CANADA LTEE	Concord	Ontario British	L4K 4M5
TREK BICYCLE CANADA ULC	Vancouver	Columbia	V6C 3L2
WAL-MART CANADA CORP	Mississauga	Ontario	L5N 1P9

2. Daftar Pameran

Berikut adalah daftar pameran virtual ataupun fisik yang berhubungan dengan produk sepeda di Kanada.

Nama Pameran	Tanggal Pameran	Website
BC Bike Show	2-3 Maret 2024	https://bcbikeshow.com/
Toronto Bicycle Show and e-Bike Expo	23 September 2023 8-10 Maret 2024	https://www.bicycleshowntoronto.com/
Montreal Bicycle Show	24-26 Februari 2023	https://salonduvelo.com/montreal/en/

3. Sumber Informasi yang Berguna

- Laman daring yang menyediakan informasi perdagangan internasional yang berhubungan dengan lebih dari 2,2 juta perusahaan di 70 negara.
<https://ca.kompass.com>
- Laman daring dari Pemerintah Kanada yang menyediakan informasi yang lebih rinci untuk persyaratan impor produk ke Kanada.
<https://www.canada.ca/en/services/business/permits/federallyregulatedbusinessactivities/importpermitsrestrictions.html>
<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/menu-eng.html>
<https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>
- Trade Data Online merupakan kompilasi data-data perdagangan yang dikumpulkan oleh Pemerintah Kanada bersama Badan Sensus Amerika Serikat
<https://ised-isde.canada.ca/site/trade-data-online/en>